

La televisión que merecemos The TV we deserve

*Asunción Galván
Cristina Gómez
Carmen M^a Martos
Sevilla(España)*

RESUMEN

«Se tilda a la televisión generalista de telebasura. Hay parte de la programación a la que puede aplicarse tal calificativo. Pero no tiene por qué ser así...»¹ La comunicación «La televisión que merecemos» intenta concretar una definición de televisión de calidad basada en los tres componentes básicos que vertebran el concepto de televisión: las necesidades y preferencias de la audiencia, los contenidos y la realización técnica de los programas.

La actual Sociedad de la Información somete al individuo a una constante avalancha informativa que lo satura y desborda, generando en él una necesidad de descanso intelectual que se satisface mayoritariamente a través de la televisión, de los productos multimedia e Internet como vías de escape con que evadirse de la cotidianidad. Se ve la televisión porque se está solo, porque se tiene miedo o ansiedad, porque no se tiene dinero para hacer otra cosa, para huir de los problemas, porque se está aburrido o frustrado, para evitar las lagunas comunicativas cuando se está reunido y, por supuesto, para formarse, informarse y entretenerse².

Cualquier tipo de contenido puede satisfacer estas necesidades, siempre y cuando sean tratados bajo criterios de calidad, entendida ésta como «superioridad o excelencia»³. Es decir, lo importante no es el qué, ya que la pluralidad de individuos y caracteres justifica la existencia y divulgación de contenidos de muy diversa índole, sino el cómo, la manera en que estén tratados y presentados. Este cómo implica un respeto a los principios democráticos que rigen la sociedad actual y a los derechos del individuo.

Todo lo recogido hasta aquí es objeto de un amplio y dilatado debate entre los profesionales y teóricos de la comunicación, sin embargo, se echa en falta un análisis del tercer eje que vertebra el concepto de Televisión de Calidad aquí expuesto, la realización técnica. Precisamente ahora que se cuenta con más recursos que nunca, con avances tecnológicos que implementan de manera constante el sector audiovisual, y con multitud de centros de estudios para la formación de personal cualificado, es cuando más se echa en falta una cuidada realización en cuanto a aspectos técnicos básicos de sonido, vídeo e iluminación.

Errores de esta índole se ven en televisión cada día, con tanta asiduidad que el telespectador los asume como propios e inherentes al medio televisivo. Hay que educar a la audiencia, tanto cultural como técnicamente, a la hora de ver televisión. «Cada pueblo tiene la televisión que se merece»⁴, merezcámonos, pues, una televisión de calidad.

ABSTRACT

«General television is currently branded as rubbish tv. Part of TV programmes might be lassified like this, but we shouldn't»¹. With this conference we are trying to specify the sense of high quality tv, which is based on the three main components that form the own television meaning: needs and preferences of the audience, contents, and technical production of programmes. Everything collected untill here has been object of a wide and large debate between professionals and theorics in communication. However, we miss the third axis that takes part from the high quality tv sense, the technical production.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Televisión de calidad, telebasura, contenidos, audiencia.

High quality television, telerubbish, contents, audience.

Esta comunicación intenta concretar una definición de televisión de calidad basada en los tres componentes básicos que vertebran el concepto de televisión: las necesidades y preferencias de la audiencia, los contenidos y la realización técnica de los programas.

Cualquier tipo de contenido puede satisfacer las necesidades de una audiencia heterogénea, ya que la pluralidad de individuos y caracteres justifica la existencia y divulgación de contenidos de muy diversa índole, lo importante no es el «qué», sino el «cómo», la manera en que estén tratados y presentados.

Audiencia y contenidos han sido objeto de un amplio y dilatado debate entre los profesionales y teóricos de la comunicación, sin embargo, se echa en falta un análisis del tercer eje que vertebra el concepto de Televisión de Calidad aquí expuesto, la realización técnica. Precisamente ahora que se cuenta con más recursos que nunca, con avances tecnológicos que implementan de manera constante el sector audiovisual, y con multitud de centros de estudios para la formación de personal cualificado, es cuando menos se cuida la realización en cuanto a aspectos técnicos básicos de sonido, vídeo e iluminación.

Errores de esta índole se ven en televisión cada día, con tanta asiduidad que el telespectador los asume como propios e inherentes al medio televisivo. Hay que educar a la audiencia, tanto cultural como técnicamente, a la hora de ver televisión. «Cada pueblo tiene la televisión que se merece»⁴, merezcámonos, pues, una televisión de calidad.

1. Contenidos

Es cierto que la mayor parte de los contenidos televisivos actuales distan mucho de los criterios de calidad informativa que subrayan las definiciones de televisión como servicio público, si bien es cierto, a su vez, que ya no es este medio el abanderado cultural ni el Lancelot encargado de abrir las mentes y desarrollar las capacidades intelectuales del vilipendiado vulgo. Afortunadamente, se superaron las primigenias teorías comunicativas de la aguja hipodérmica, que consideraban al público un niño sin criterio ni capacidad de discernimiento que no hacía más que recibir y asimilar todo lo que el gran ente televisivo emitía.

La evolucionada sociedad actual, la sociedad de la información, no precisa que la televisión se erija como profesor y garante cultural del gran público. Para eso están ya los distintos centros educativos (en los

que, por ley, se debe pasar como mínimo la niñez y adolescencia), que son bastante efectivos (como demuestran los niveles de escolarización), o la maravillosa universidad de la vida, por no hablar de la capacidad autodidacta del ser humano. Debemos liberar parcialmente a la televisión del carácter academicista y formativo que ya poseen otros entes en otras parcelas.

Hay que admitir que ciertos programas pueden ser descalificados en base a sus contenidos, centrados en debates en torno a la sentimentalidad, el morbo, la sexualidad y las esquizofrénicas reacciones de un sinfín de personajes histriónicos fabricados por los medios de comunicación para ser abono de estos mismos debates, como es el caso de Crónicas Marcianas. Sin embargo, este tipo de programas se emiten en una franja horaria en la que se presupone que el público posee un criterio definido y una capacidad intelectual y de autocontrol suficiente para decidir si mantiene el receptor encendido. El problema reside cuando este tipo de contenidos se ubican en otras franjas horarias. «Esos (programas) que se cuelan cuando los niños están indefensos, con los padres aún en el trabajo o a cargo de quienes carecen de criterio para entretenerlos de manera más sana. Esos que ancianos y enfermos están obligados a ver si no pueden escapar de la compañía de la televisión. Esa telebasura es la dañina. Porque a esas horas la televisión no es una elección, sino una imposición»⁵.

Como se defiende al principio de esta comunicación, cualquier tipo de contenido es válido siempre que satisfaga las necesidades de la audiencia y sea tratado con criterios de calidad y excelencia. Lo importante no es el «qué», si no el «cómo». Si para cierta parte de la audiencia es entretenido conocer el devenir amoroso del clan de famosos de medio pelo salidos de la tele realidad que inunda la zona vip de las discotecas de moda, tener una detallada crónica de sucesos que escarbe en los detalles más morbosos de los crímenes anónimos que cada día tiñen de rojo el asfalto de las ciudades, o bien desgranar la intimidad y los sentimientos de cualquier ciudadano de a pie a través de un «talk show», es justo satisfacer esa demanda. Lo que no podemos hacer es satisfacerla a las cinco de la tarde, en abierto, en un magazine al que puede acceder todo tipo de público, incluso aquel que no está preparado para ver este tipo de contenidos, como los niños. Sin embargo, cualquiera de los magazines que se emiten en las cadenas públicas durante la franja horaria de tarde puede servir de ejemplo de esta telebasura dañina.

Aunque no todo el público esté de acuerdo con la permanencia de este tipo de programas en las parrillas televisivas, se debe tener en cuenta su razón de ser y el motivo de su éxito. El ciudadano medio actual, con una formación educativa que, normalmente, va más allá de la básica, siendo en muchos casos incluso universitaria, desarrolla la mayoría de sus actividades rodeado de una ingente cantidad de información que, en ocasiones, lo satura y desborda. Los medios de comunicación tradicionales están siendo sustituidos por las nuevas tecnologías de la comunicación, entre las que internet es la estrella. Ya no basta con visualizar información (como en la prensa), con escucharla (como en la radio) o con visualizarla y escucharla (como en la televisión), ahora es preciso interactuar con ella y hacer un esfuerzo para navegar correctamente a través de ese maremagnum informativo que denominamos internet. Por tanto, la nueva tecnología reina exige del individuo un rol activo e interactivo que, si bien le sirve para satisfacer más adecuadamente sus necesidades, le provoca un inevitable agotamiento intelectual. De esta manera, el ciudadano medio que llega a casa a las ocho de la tarde, tras cumplir su ineludible jornada laboral, trae sobre sus espaldas un montón de información por procesar y asimilar, de modo que en ese momento lo que le apetece es relajarse y desconectar momentáneamente de ese mundo profundo e intelectual al que ya destina un tercio de su tiempo diario. Sí, le encantaría conocer el asombroso mundo de los lemures, o bien que le mostrarán un análisis exhaustivo sobre las redes sociales y su capacidad de movilización, pero en ese momento no le quedan fuerzas para pensar... Por eso acaba viendo Gran Hermano, o Cuéntame, o se desternilla al ver cómo se caen los concursantes del Grand Prix. No miente cuando en las encuestas sobre televisión le preguntan sobre qué tipo de programas le gusta, en conciencia responde «los documentales de la 2», pensando, además, lo que debería ser la televisión, la televisión que le gustaría que consumieran sus hijos. Sin embargo, su ritmo de vida, el estrés laboral y la saturación de información hacen que su mando acabe pulsando el canal que precise una actividad neuronal menor.

Desmitifiquemos ya la telebasura como un producto de consumo nacido por y para abuelitos aburridos y adolescentes hormonados. La telebasura es un producto consumido por sectores muy amplios de la audiencia, los profesionales, los intelectuales, los universitarios, también se ríen viendo la última «pocholada». Ver una buena obra de teatro o leer a Jodorowsky no está, ni tiene por qué estar reñido, con ver Operación Triunfo. El ser humano es complejo, dicotómico, impredecible. Sus gustos televisivos no son más que una muestra de esta complejidad.



Dentro de este concepto de televisión como descanso intelectual, y desde el punto de vista de los contenidos se observan varias tendencias enfrentadas que rellenan las parrillas televisivas actuales, la tele realidad versus la ficción, el entretenimiento versus la formación e información.

A pesar de que la ficción copa muchas veces los primeros puestos del «ranking» de audiencias, la tele realidad va a la zaga de la misma y cosecha bastantes éxitos, si bien, como en las series de ficción, depende del género en el que se ubique y del tratamiento que le dé la cadena. Tele 5 da ejemplos claros de cómo explotar magistralmente este tipo de formatos, apoyándose no sólo en los resúmenes diarios y en programas específicos sobre el concurso, si no también por el hecho de que todos los «reality shows» de esta cadena se convierten en tema de debate de los distintos magazines que se emiten a lo largo del día, incluyendo el exitoso Crónicas Marcianas. De este modo, se quiera o no, la audiencia de esta cadena realiza un seguimiento de los concursantes, de sus intrigas, de sus alianzas y traiciones... Al final, de manera indirecta, acaba enganchándose a ver los resúmenes específicos del concurso.

Por otro lado, ha quedado bastante justificado por qué el entretenimiento va ganando cada vez más terreno a la formación e información, pese a que los nuevos formatos informativos intentan ser menos rígidos y formales para seguir atrayendo a la audiencia: debates con limitaciones temporales que se asemejan a concursos, 59 segundos, documentales narrados en primera persona y alejados del lenguaje científico, informativos que incluyen noticias anecdóticas, coloristas, como el Telediario de la 2 o Informativos Tele 5...

Aunque llegados a este punto también sería interesante derrumbar la insidiosa idea de que sólo la televisión formativa e informativa es televisión de calidad. «¿Por qué alquimia del cinismo va a ser Crónicas Marcianas ejemplo de telebasura y no va a serlo un boletín informativo donde, de la populosa actualidad, sólo se nos ofrecen las declaraciones de unos futbolistas o unos ministros, o una película cicatrizada por inmensos bloques publicitarios que incumplen la normativa vigente?»⁶. A estos programas también se les tiene que aplicar la ley del «savoir faire», también deben exigirse unos criterios mínimos de calidad para sus contenidos y la forma en que se presentan sean adecuados.

Los mismos principios democráticos que rigen nuestra sociedad deben traslucirse en el tratamiento de cualquier formato televisivo, tanto a la hora de presentar y tratar una información o personaje, como a la hora de adecuar esos contenidos a quién está sentado frente al televisor en ese momento.

2. Audiencia

El consumo de televisión se ha convertido en una actividad cotidiana para millones de personas. La actual sociedad de la información nos somete diariamente a una avalancha informativa de la que es difícil desprenderse y que satura al individuo, generando en él una necesidad de descanso intelectual que se satisface mayoritariamente a través de la televisión, amén de la utilización de Internet, los tan de moda videojuegos...

¿Tiene el espectador la televisión que elige o, por el contrario, éste no es autónomo a la hora de decidir qué espacios quiere ver? Se sabe que «el telespectador no es autónomo a la hora de decidir qué espacios consumir. Siempre, en última instancia, es la televisión la que ejerce la autoridad sobre el que mira, al determinar la oferta y establecer las modas programáticas. Las finalidades y contenidos no están bajo el control de la audiencia»⁷.

Esta tajante afirmación esconde una dicotomía inherente al concepto de audiencia y televisión. Si por una parte, algunos teóricos defienden que es el telespectador el que se ve avocado al ritmo incesante de la televisión y que es ésta la que decide qué contenidos y formatos son los que van a consumir los espectadores, no dejan de alzarse otras voces contrarias a este teorema que defienden que la televisión es esclava de su propia audiencia y se rige según los gustos y designios de los telespectadores que, en definitiva, son los que eligen qué cadena van a ver en cada momento y qué productos consumir con su mando a distancia. No se trata, pues, de que la televisión imponga sus criterios a una audiencia ensimismada y obediente, sino más bien de que sea esta audiencia, con la tiranía y el poder del mando a distancia, incluso con la opción de apagar el televisor, la que decida cuáles son los contenidos y los formatos que quiere ver en cada momento.

Se invierten ingentes cantidades de dinero en inventar y crear nuevos formatos televisivos que hagan subir la audiencia como la espuma, se graban nuevas series de ficción, se contraprograma para hacer frente a otra cadena que cuenta con un espacio de éxito en la misma franja horaria... Todo por conseguir ser la cadena que más telespectadores tenga sentados frente a la pantalla, ávidos por consumir sus productos. Todo por ser la cadena de mayor audiencia. Todo por ganar la batalla del «share».

La vida útil de estos productos dependerá exclusivamente de que los telespectadores los acepten sin más remisión, sin importar para nada la calidad técnica y la inversión económica y humana realizada. Si esto no sucede así, o no se cumplen las expectativas esperadas por los directivos de la cadena, o lo que es lo mismo, si no existe una audiencia rentable, bastará un par de programas o de capítulos para relegar al olvido y tirar a la basura toda una inversión que a ojos del de cualquier ciudadano de a pie resulta desorbitada. Tal es el caso de programas como Academia de Actores, Lobos, Un domingo cualquiera...

De todo lo anterior se puede deducir que, lógicamente, las cadenas de televisión han puesto en marcha un complicado entramado de estrategias para atraer a un mayor número de telespectadores. Este campo se ha ido ampliando durante los últimos años, debido a la voraz competencia entre las distintas cadenas en la imparable carrera por conseguir que sus productos aparezcan en los primeros puestos de las listas de éxitos de la audiencia.

Un ejemplo claro de ello se manifiesta en las series de ficción. Si en un principio la emisión por capítulos ya aseguraba una audiencia fiel a esa cadena, ahora se está experimentado sobremanera con el

poder de atracción de los personajes famosos, lo que se conoce como cameo. Estos personajes participan en un capítulo de la serie, aunque ésta no sean actores (cantantes que, de repente, toman una cerveza en el bar en el que se desarrollan la mitad de las tramas, políticos que imparten clases de derecho en la universidad, deportistas que viven en la misma urbanización que uno de los protagonistas...). Asimismo, cada vez más se incorporan a las tramas televisivas temas de candente actualidad (legalización de las drogas, el matrimonio homosexual...), lo que asegura un público más numeroso.

Otra de los mecanismos utilizados por las cadenas para enganchar a este público fiel es el hecho de establecer distintos protagonistas de diferentes edades, fórmula de indudable éxito para propiciar el consumo de la serie en familia, como es el caso de una de las teleseries más vistas y de mayor audiencia que emite la cadena primada Tele 5, Los Serrano.

Con la aplicación de estas estrategias se llega, pues, a la paradoja de que programas que los mismos telespectadores consideran de baja calidad obtengan la máxima audiencia. Una vez más se cumple lo que hemos oído repetidamente: que los telespectadores dicen que prefieren los documentales de La 2, pero ven Gran Hermano.

Fenómenos e incoherencias como ésta están a la orden del día. Nadie pondrá el grito en el cielo, ya que no hay más que echar una ojeada a los numerosos estudios sobre «ranking» de audiencias para constatar que la tele realidad y las series de ficción ganan la batalla a los programas de información, formación y debate, aún cuando ambos se emitan en la misma franja horaria. Sin embargo, a la hora de analizar estos números hay que hacer especial hincapié y comparar el índice de aceptación de los programas con la base de individuos sobre la que se realiza la encuesta, ya que si no se pasa de los simples datos los resultados pueden ser equívocos. Existen programas muy valorados, pero con una base de individuos muy baja.

El estudio en cifras de TN Audiencia de Medios sobre la audiencia en televisión en el mes de mayo de 2005 lanza los siguientes datos:



Entre las emisiones más vistas destacan, al igual que en los meses anteriores dos géneros: las series de ficción y el deporte.

Sin lugar a dudas, la estrella televisiva y mediática del momento es el piloto de Fórmula 1 Fernando Alonso, cuya actuación en el Mundial ha disparado las audiencias del automovilismo hasta niveles desconocidos hasta la fecha por otro deporte que no fuera el fútbol. El Gran Premio de España consigue superar la barrera de los seis millones de telespectadores, al igual que la subida al podio del piloto asturiano.

El otro evento deportivo que se cuela en el «ranking» de audiencias es la final de la Liga de Campeones, Milán-Liverpool, retransmitida por TVE1 y seguida con gran interés por los telespectadores españoles.

Entre las series de ficción, Aquí no hay quien viva cede la línea de salida en el mes de mayo (aunque en meses anteriores fue la más vista) a Los Serrano, cuyo capítulo «Yo reconozco» se convirtió en la emisión más vista del mes con unas astronómicas cifras de 6.823.000 espectadores. Este cambio se explica por el hecho de que la teleserie de Miramón Mendi ofreció una entrega especial con la recopilación de los mejores momentos.

Analizando el «ranking» de las emisiones más vistas de televisión en mayo de 2005, los primeros diez puestos, a excepción de la Fórmula 1, son copados por las series de ficción del momento (Aquí no hay quien viva, Los Serrano, Hospital Central, C.S.I. Miami y C.S.I. Las Vegas...) emitidos en distintas cadenas, manifestando así la capacidad de este formato para generar grandes vínculos de fidelidad con su público. No se observa en este «ranking» mensual ningún programa de información, formación o debate.

A la vista de estos datos se comprueba que tele realidad, ficción y deportes, el entretenimiento en definitiva, marca las preferencias televisivas de la audiencia. Siguiendo a Josep María Mainat, estamos bajo la dictadura de la audiencia, lo cual no debe tomarse como algo negativo, ya que la televisión existe porque alguien la ve, lo mínimo que debe hacer este medio es satisfacer la demanda del público que lo mantiene

vivo.

3. Realización técnica

Si importante es determinar qué es lo que debemos ver, igualmente lo es determinar cómo debemos verlo, es decir cómo debe estar diseñado, manufacturado y empaquetado cada contenido para que responda a unos niveles óptimo de calidad. Si buscamos definiciones de calidad, llama la atención la que propone el Ministerio de Economía de Guatemala. Calidades la medida en que las propiedades de un bien o servicio cumplen con los requisitos establecidos en la norma o especificaciones técnicas, así como con las exigencias del usuario de dicho bien o servicio en cuanto a su funcionalidad, durabilidad y costo.

Cumple con las especificaciones técnicas. ¿Por qué algo que parece tan obvio en la consecución de cualquier producto o consumible no es realmente aplicado al servicio televisivo? Si bien lo realmente lamentable es que el telespectador no se percate de cuándo esa calidad de la realización televisiva es ínfima, o lo que es peor aún, que acepte ver determinados programas sólo porque los contenidos del mismo le parezcan atractivos, pasando por alto todo lo que es la presentación del mismo. Resulta incomprensible que, en un medio de comunicación al que acudimos diariamente en busca de información o entretenimiento principalmente (dos necesidades básicas para el ser humano), los directivos de las cadenas, programadores y editores de programas permitan que cuestiones tan importantes como la calidad de la imagen, del decorado, de la iluminación o del sonido, se pasen completamente por alto, máxime cuando el fin principal de la mayoría de las cadenas televisivas, por no decir todas, es la de conseguir los niveles más altos de audiencia para obtener los mejores beneficios. ¿Acaso el individuo contemporáneo no está inmerso en una sociedad en la que el cuidado de la apariencia es esencial para la valoración final del producto? Entonces, ¿por qué el telespectador no exige también a los programas de televisión una correcta realización y una excelente exposición? Esto es un elemento indispensable para seguir hablando de Televisión de Calidad, si este elemento no se asume como necesario en cualquier reflexión que acerca de este medio se realice, se estará pasando por alto las «normas y especificaciones técnicas» que favorecerán una Televisión de Calidad en su más extenso y completo sentido.

El televidente debe exigir programas de buena confección, más allá del simple interés por los temas que los mismos aborden. Hay que educar al espectador, enseñarle a ver televisión de calidad técnica, que sepa diferenciar un programa bien realizado de uno que ha estado colmado de errores de planificación de cámaras, de entradas de vídeo o audio a destiempo, de luces que nos ocultan los rostros de los presentadores o invitados, de sonidos saturados y de decorados infames creados a partir de los despojos de otros programas y de reciclajes imposibles. Hay programas de televisión que desde sus comienzos han sido tildados de telebasura sin el más mínimo reparo, han sido descalificados, criticados y despojados de toda virtud sin mesura alguna por sus contenidos, temas o formas de tratar determinados asuntos más o menos propios del género televisivo. Sin embargo, en alguno de estos programas malditos hay algo que es intachable, irreprochable, su realización técnica. Buen ejemplo de ello es Crónica Marcianas. David Trueba, guionista y director de cine, publica en un artículo de El Dominical: «Crónicas Marcianas es un ejemplo de televisión magistralmente hecha: jamás he visto pinchar un plano equivocado, permitir un tiempo muerto»⁵. Entonces, ¿se le puede tildar de Televisión de Calidad o no sería un término apropiado para denominar a semejante programa?

También existen en la parrilla programática televisiva actual programas que están siendo alabados y vanagloriados como los salvadores de una audiencia adormecida y atiborrada de una televisión llena de despropósitos, como el programa Buenafuente, del cual se alaban su humor inteligente y sus entrevistas de interés y actualidad. Sin embargo, todos los agasajos que se le pueden hacer en torno a los contenidos pueden tornarse en descréditos en lo que a su realización técnica se refiere: cámaras que se cruzan por delante de la seleccionada en programa, sonidos que entran a destiempo, realización multicámara que no cubre las acciones que se suceden en el plató, dejando al público sin parte de la información que requiere, sombras que a duras penas nos dejan ver el rostro del presentador o de alguno de sus colaboradores, planos no conseguidos que se incluyen en el programa cuando aún el operador está rectificando su posición o foco... ¿Se puede considerar este programa como perteneciente al elitista grupo de los que conforman la tan ansiada Televisión de Calidad aunque no trate contenidos o no cuente con la presencia de determinados colaboradores?

Desde la óptica que aporta este estudio, la respuesta a ésta y a la pregunta anterior acerca de Crónicas Marcianas es un no, un rotundo no. Televisión de Calidad debe de aunar buenos contenidos y buena elaboración técnica de los mismos. No es permisible seguir viendo cada día con más asiduidad imágenes azules con un balance de blancos mal realizado en las piezas o colas de informativos y magazines, encuadres imposibles de aceptar donde al entrevistado se le está mutilando sin decoro o estética alguna, imágenes desenfocadas, sobreexpuestas o subexpuestas, títulos y rótulos que entran a destiempo, sonidos cuyo volumen apenas permite escuchar lo que el presentador o locutor intenta comunicarnos, planos desaforados que nos descubren la magia de la televisión rompiendo cualquier ilusión posible, escenografías que distraen la atención del espectador o que no dejan ver con claridad los elementos principales del programa... Todos ellos colosales desatinos.

Estos grandes errores se dan tanto en los programas de factura más inmediata, con técnica de directo, como en aquellos cuya elaboración ha estado precedida de una ardua, compleja y larga tarea de preproducción. Se hace este apunte ante la previsión de que algunos productores o realizadores pretendan cobijarse en la inmediatez de algunos programas como razón de esa descuidada confección. En las series de ficción, por ejemplo, es cierto que la realización en plató suele ser correcta y bien resuelta, pero en el momento que se requieren grabaciones en exteriores el apocalipsis parece llegar a las pantallas televisivas. En cuanto se saca al equipo técnico de la protección del mundo del plató aparecen los desaciertos. ¿No se cuida de igual forma la realización en exteriores, o es simplemente cuestión de que en un plató siempre se acaba haciendo lo mismo y el equipo puede anquilosarse en sus tareas? La producción de ficción española se ha caracterizado durante mucho tiempo por su excelente calidad, aún cuando se rodaba prácticamente todo en exteriores (Los Gozos y las Sombras, Mariana Pineda, Verano Azul, La Regenta...), ¿qué está pasando ahora?, ¿qué ha cambiado en los modos de producción televisiva anteriores y los de ahora? El personal técnico actual está mejor preparado que sus antecesores, ha crecido inmerso en la cultura audiovisual y existen multitud de centros que forman al alumnado en las distintas profesiones audiovisuales, tanto estudios técnicos de formación específica, como licenciaturas, cursos de postgrado, masteres y multitud de cursos de

profundización de conocimientos que se imparten a lo largo y ancho de toda la geografía española. Estudios que permiten la especialización del profesional y por consiguiente una mayor eficacia productiva. Entonces, ¿por qué parece que cada vez se descuidan más los aspectos técnicos de la producción de programas? ¿Cómo pueden realizarse programas tan desafortunados como la ya suficientemente acibillada gala de la Academia de la Televisión 2005? ¿Cómo pueden darse retransmisiones tan menguadas como la del enlace de los Príncipes de Asturias aún cuando el tiempo de preproducción había sido sobradamente extenso como para contemplar todas las posibilidades y problemáticas posibles?

Un acicate más es el continuo avance tecnológico que los medios de comunicación y, más concretamente, la televisión experimentan cada día. Nuevos sistemas de transmisión se ponen en marcha con la TDT que aportarán al telespectador servicios adicionales e interactivos como internet y la posibilidad de hacer compras electrónicas, además de un considerable aumento de la oferta televisiva y una mayor calidad técnica de la señal. Nuevos equipos de grabación de vídeo y audio en disco duro posibilitan la obtención de imágenes de mayor calidad y sonidos con mayor fidelidad. Nuevos sistemas de edición de noticias nos permiten un acceso más rápido a los acontecimientos que se suceden en el mundo... En definitiva, se dispone de más ventajas tecnológicas que facilitan al profesional del audiovisual la elaboración de su trabajo en beneficio de una mayor calidad del producto elaborado. ¿Se corresponden todos estos progresos, todas estas innovaciones con un aumento de la calidad de los productos audiovisuales que llegan a los hogares de los telespectadores?

A pesar de que hay muchos factores que posibilitan y favorecen que exista una Televisión de Calidad técnicamente hablando, no es así, ni tan siquiera se abre un debate acerca de la misma. Desde esta perspectiva, la televisión seguirá siendo igual de infame y sin propósitos de mejora.

Hay que exigir a los programadores, productores y realizadores que demanden unos niveles mínimos de calidad técnica a los programas que se emiten en televisión para llegar a los objetivos de calidad de los que tanto se habla en esta sociedad de la información. Hay que educar al telespectador, no sólo para saber discernir entre lo que se debe o no emitir por televisión, sino también para que tenga el suficiente criterio y comprender cuando un programa televisivo, por muy buenos y acordes con la ética y la moral actual que sean sus contenidos, está bien producido y realizado, para valorar una correcta y elaborada manufactura y despreciar un empaquetado descuidado y mal conseguido. Ya está bien de que las pantallas de los hogares muestren constantemente errores, fallos técnicos y que el espectador siga impasible frente a los mismos, asumiendo que lo visto es algo común, inherente, innato a la televisión, quizás producto de las asiduas y cotidianas torpezas de las cadenas televisivas.

Los presupuestos que se destinan a la producción de programas cada vez son superiores, trabaja más personal cualificado en la producción de programas, personal que debe estar más capacitado en sus labores profesionales, cada vez se cuenta con más tecnología al servicio de la producción audiovisual, por lo tanto, se puede y se debe exigir un nivel de calidad óptimo en las realizaciones técnicas de los programas, se debe exigir que lo que se presenta en el televisor sea de calidad en todos los aspectos, porque, retomando la definición de calidad, ésta es la medida en que las propiedades de un bien o servicio cumplen con los requisitos establecidos en la norma o especificaciones técnicas. El público se merece esta calidad y para ello debe aprender primero a apreciarla y después, exigirla.

La forma más eficaz de educar a la audiencia en estos aspectos de la televisión serían los centros de estudio. Roberto Aparici, uno de los mejores expertos en pedagogía de la Comunicación y director del master de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación de la UNED señala muy acertadamente en una entrevista con el diario colombiano El Tiempo que a los niños y jóvenes hay que enseñarles en las escuelas «las competencias mecánicas, técnicas, estéticas y artísticas de los medios de comunicación. Esto es desde hacer clic en la cámara fotográfica hasta cómo manejar la luz y los diferentes planos y cómo se pueden manipular éstos para dar uno u otro mensaje...En algunos países se está creando una asignatura especial llamada Comunicación, Comunicación y Lenguaje o Audiovisual, en otros se integra al área de Ciencias Sociales. Lo importante es hacer pedagogía de los medios»⁸.

El individuo pasa la mayor parte de su periodo de aprendizaje en los centros de estudio. Es, por tanto, lógico pensar que la principal responsabilidad sobre la comprensión de los medios debe recaer en estas instituciones. Es absolutamente necesario que la sociedad actual se plantee esta cuestión, porque quien posee el conocimiento tiene el poder de cambiar las cosas.

Referencias

- CEBRIÁN, M. (2004): Modelos de Televisión: generalista, temática y convergente con Internet. Barcelona, Paidós.
- RICO, L. (1994): El buen telespectador, cómo ver y enseñar a ver televisión. Madrid, Espasa.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, (1992): Diccionario de la lengua Española. Tomo I. Madrid.
- BUENO, G. (2002): Telebasura y Democracia. Barcelona, Ediciones B.
- TRUEBA, D. (2003): «El Dominical» (9 de noviembre 2003), en Falso acoso a la telebasura, http://tvblog.blogs.com/tv/2004/05/david_trueba_fa.html.
- BONILLA, J. (2003): «El Mundo» (9 de junio 2003), en 100 polémicas opiniones de la HUERTAS, A. (2002): La audiencia investigada. Barcelona, Gedisa.
- APARICI, R. (2004): «El Tiempo» (14 de agosto 2004), en A los estudiantes hay que enseñarles el lenguaje audiovisual y digital.

Asunción Galván, Cristina Gómez y Carmen M^a Martos son profesoras del IES Néstor Almendros de Tomares (Sevilla-España) (aga2005@wanadoo.es).