

Pau Rausell Köster*

La endiablada esencia de la audiencia

HACE un par de semanas, en el bar del Campus dels Tarongers un grupo de profesores discutimos sobre el nivel de degradación que habían alcanzado las televisiones en su lucha por la audiencia. A pesar de la científica distancia del tratamiento, la discusión revelaba que los contentillos manejábamos datos de primera mano sobre el contenido de los programas que nos parecían denigrantes y vomitivos. Sabíamos con detalle de la espantada de Chabellí, de la bofetada cristiana del padre Apeles y de las andanzas de otros vacuos personajes que se han convertido en locomotoras de audiencias, aspecto que demostraba que muy a pesar nuestro componíamos de manera vergonzante parte de esa audiencia degradada. Lo que nos lleva a reflexionar sobre la paradoja en que se mueve toda teoría crítica de la televisión y sus efectos idiotizantes, que ya señaló Hans Magnus Erzenberger; ¿por qué el que habla siempre considera que la idiotización de este tipo de programas siempre afecta a los demás, o en términos sociológicos *refleja la catadura intelectual y moral de la sociedad* —que siempre la componen los demás— y no de uno mismo?

Este posicionamiento no es exclusivo de los profesores universitarios y puede oírse planteado por cualquiera en una conversación de café. Las encuestas reflejan que la televisión considerada por todos de mayor altura y calidad es la segunda de Televisión Española, que curiosamente es la que cuenta con unos niveles de audiencia menores. Uno puede considerar muy edificante e interesante que La 2 dedique una noche temática al ecologismo, pero nos apresuramos a zapear para contemplar las pobres astracnadas de la otra parte del Mississipi.

Los programadores y guionistas —que por otra parte no deben ser todos malos, de una sensibilidad de espanto e intelectualmente castrados, tal como evidencian sus productos— saben que la lucha por la audiencia resulta siempre de un pacto fáustico en la que los puntos de más del *share* se venden a cambio de rodar hacia abajo en la pendiente de la degradación de cualquier significado elaborado o contenido con sentido. Pero esto no es especialmente grave. Las sociedades quedan mucho menos impresionadas por la televisión de lo que parecen predecir las teorías apocalípticas sobre la comunicación. Múltiples hechos evidencian esta afirmación. La sociedad norteamericana ya era orgánicamente lela mucho antes de que apareciera la televisión. La característica de la sociedad valenciana actual —¿existe eso?— no son esen-

cialmente distintas a las que la definían antes de que apareciera el *Calie vosté, parle vosté* o *La vida es una tómbola*. Por tanto, el daño o beneficio social de la televisión debe ser situado en su justa medida.

¿Qué hay que decir entonces de la desafortada voráGINE en la que se ha situado el señor Carrascosa para escalar las cimas de la audiencia, una vez desechada la idea de responsabilizarle de la degeneración moral de los valencianos? La audiencia es ciertamente un concepto endiablado que se resiste a un análisis lineal. Perseguir una tarea que parte de presupuestos próximos a los principios igualitarios que rigen la democracia (una persona con acceso a un televisor es un voto —independientemente de su capacidad de compra—). La respuesta de la audiencia puede ser interpretada como mecanismo revelador de las preferencias de los ciudadanos, definiendo mayorías y minorías. Sobre esta idea se han construido algunas peligrosas utopías de democracia directa telemática. Por otra parte, el valor de mercado de las audiencias descubiertas por su precio publicitario, nos remite a una realidad mucho más mercantil donde el entretenimiento que elegimos es un simple cebo para convertirnos

en potenciales compradores de coches, detergentes y desodorantes, y desamascando el indiscutible hecho que el producto televisivo no es el entretenimiento o la información sino la publicidad. La cuestión se complica más si todo esto se contempla desde la perspectiva de las televisiones públicas, donde la maximización de audiencias sólo puede ser entendida a partir de dos objetivos: o se crea (desde nuestro punto de vista erróneamente) en el valor cultural-educativo-divulgativo de la televisión, y por tanto maximizar audiencias significa extender valores socialmente positivos (cosas así como fomentar la paz, la justicia, la tolerancia, incentivar la vertebración y participación civil, mostrar la diversidad, forjar una identidad colectiva, favorecer las prácticas democráticas a través de una información amplia y no partidista, difundir la producción cultural, recuperar y fortalecer idiomas en peligro, etcétera, en fin esas cosas que aparecen redactadas en los decretos fundacionales o documentos similares), o por el contrario se asume desde una perspectiva economicista que se trata de una empresa de titularidad pública que ha de ser gestionado con eficacia económica y por tanto maximizar audiencias significa (al igual que en las televisiones privadas) maximizar los ingresos publicitarios, con el loable objetivo de que de los impuestos cada vez se dedique menos dinero a financiar la televisión pública y más a escuelas, carreteras y hospitales. Es evidente que el señor Carrascosa no parte de la primera interpretación, pues la sucesión de discusiones groseras en el idioma *castencista*, los demenciales argumentos de los periodistas del corazón o el fascismo demagógico del padre Apeles, difícilmente puedan ser considerados vehículos de nada que tenga que ver con la cultura, la educación o la divulgación (lo que no contradice que no sea espectacularmente divertido). Si el objetivo del señor Carrascosa es librarlos a los ciudadanos de la pesada carga de la financiación de la televisión sería interesante que junto a sus machaconas autopromociones sobre los niveles de audiencia nos aportara datos sobre la facturación publicitaria y sobre las transferencias de la Generalitat. Con estos niveles de audiencia esperamos que Canal Nou no tenga nunca problemas de liquidez. ¿O sí? Si los tiene, desde luego, esa obesa fijación por la audiencia sólo podría ser entendida como terapia personal del señor Carrascosa para poder convivir bajo el mismo techo y de igual a igual con ese otro monstruo de la *aldea local* comunicativa que es su mujer.

* Universitat de València.

Bastos

Falsa firmeza ante Renfe

FERRAN BELDA

LA alcaldesa de Valencia, Rita Barberá, amenaza con cerrar una tienda erigida en un edificio fuera de uso sito junto a los muelles exteriores de la estación del Norte de Valencia porque afecta —alega— al futuro parque central. Vaya por delante que no alcanzo a vislumbrar la razón que anima a determinados poderes fácticos valencianos y por consiguiente a su obsecuente edil a oponerse sistemáticamente a que Renfe trate de rentabilizar como buenamente pueda sus enormes instalaciones de Valencia. Aunque ello no obste para que me sorprenda cada vez que se indignan bien porque Renfe habilita como centro comercial un ala del por lo demás precioso hangar modernista, bien porque peatonaliza y rediseña el antiguo patio de carruajes o lo alquila para la celebración de pequeñas ferias y de no menos inocuas exposiciones itinerantes, bien porque amejora el despacho de billetes. Como si fuera pecado que la por lo demás altamente deficitaria Red Nacional de Ferrocarriles Españoles se las ingenie para enjugar el enorme pasivo que la afflige antes que reducir servicios o cerrar líneas.

Cuestión distinta sería si la recién inaugurada tienda de repuestos se encontrase fuera de ordenación. O que la actividad que allí se piense realizar, y que de hecho se está realizando ya, fuera susceptible de ser calificada como molesta y peligrosa, que no es el caso por más vueltas que le dé la alcaldesa con tal de contentar a su Seño. Porque si Aurgi, SL, está fuera de ordenación, tal como asegura la corporación, también lo estarían las antiguas oficinas de Paquexpress y no consta en el ayuntamiento su derribo. Y más molesto que el traslado de cajas y paquetes no será una tienda de repuestos de automóviles, digo yo.

Pero que le monte el pollo no capa de que más o menos por allí empezará el Parque Central el día en que lo construyan —y yo que lo vea— se me antoja una solemne tomadura de pelo cuya escenificación sólo pretende ocultar la nula presión que está ejerciendo el llamado Poder Valenciano —las mayúsculas son del presidente Zaplana— para obligar a Renfe a invertir en dicho lugar, antes, durante o después de que la baronesa Thyssen, doña Tita, falle en 1998 el premio que lleva su nombre y nos haga partícipes de la solución que hemos de darle a un viejo proyecto urbanístico que nuestra muy ilustre alcaldesa tiene arrumbado en un cajón desde poco después de acceder al poder en 1991.