

## **La televisión dominada: algunas limitaciones de la TV en educación y argumentos para una competencia televisiva**

### **Dominated television: some limitations from TV in education and arguments for television competence**

**José Manuel Bautista**  
**Begoña Mora**  
**Maite Gata**  
*Huelva (España)*

#### **RESUMEN**

La enorme lluvia de materiales y escritos diversos sobre los medios en general y la televisión (TV, en adelante) en particular, ponen de manifiesto elocuentemente la importancia y el interés social despertado durante más de medio siglo por este revolucionario hallazgo técnico, uno de los de mayor repercusión -sin duda alguna- en las sociedades contemporáneas en todo el planeta. Es tal el volumen y la cantidad, que nadie puede llegar a albergar la esperanza de llegar a leerlo y estudiarlo todo.

La importancia de la TV como fenómeno social de primera magnitud, justifica la atención que se le ha dedicado y se le dedica, algo que antes que disminuir se ha ido acrecentando más y más. Es lógico que sea así, pues cualquier idea que contribuya a que conozcamos mejor la TV, que ayude a mejorarla, a utilizarla más racionalmente, merece la bienvenida: cuanto más importante es una cosa y mayor es su trascendencia social, tanto más tenemos que procurar que esté ordenada rectamente según la razón, y no según otro tipo de intereses que seguro en un medio como éste siempre están aflorando.

Con sus aspectos positivos y negativos, con sus luces y sus sombras, la TV se nos presenta como un maravilloso adelanto técnico del que no siempre hacemos recto uso. Y éste es ya un importante problema. Por mucho que se diga, el negocio de la TV no es una actividad mercantil sin más. Ciertamente, el mundo de lo audiovisual es un sector con gran relieve económico, pero es una actividad que trasciende el ámbito de la economía y de la tecnología, para incidir no en menor medida en los ámbitos de la cultura, la educación y el cuerpo social entero. Es por eso por lo que nos debe preocupar a todos: por los hijos, por los alumnos, por los adolescentes, por los jóvenes, por todos en general.

Independientemente de si creemos que la programación es una excusa para justificar la presencia de la publicidad o todo lo contrario, poniendo de manifiesto nuestra manera de entender el medio y nuestra posición y análisis de la propia TV, por cuanto la consideración de ciertas ventajas -comodidad, recreo visual, instantaneidad, espectacularidad- de la información audiovisual, podemos destacar una serie de limitaciones de la TV como medio informativo, que pueden servir para situar a padres y educadores y todo público en general frente a un medio que hay que dominar.

En este caso, la escuela no puede permanecer pasiva siendo cómplice por omisión del poder televisivo, razón de más para que educar en un consumo racional e inteligente del medio, incrementando el sentido crítico de las audiencias y enseñando a descifrar los códigos televisivos, debiera ser ya una prioridad ineludible para la escuela.

#### **ABSTRACT**

La importancia de la TV como fenómeno social justifica la atención que se le ha dedicado y se le dedica, hecho que en lugar de disminuir se ha ido acrecentando cada día más. Es lógico que sea así, pues cualquier idea que contribuya a que conozcamos mejor la TV, que ayude a mejorarla, a utilizarla más racionalmente, merece la bienvenida: cuanto más importante es una cosa y mayor es su trascendencia social, tanto más tenemos que procurar que esté ordenada rectamente según la razón, y no según otro tipo de intereses que seguro en un medio como éste siempre están aflorando.

The importance of the TV as social phenomenon justifies the attention that is being dedicated to it. This produces that every idea that can do that we know better about the TV, that help to put it better, to use it more rationally, will be welcome; how much more important is one thing and bigger is its social consequence, so much we have to try that it will be in order through the reason, and not of another kind of interests than it's sure that in a media as this one, are appearing always.

#### **DESCRIPTORES/KEYWORDS**

Fenómeno social, limitaciones como medio informativo, competencia televisiva.

Social phenomenon, limitations as informative media, television competence..

La enorme lluvia de materiales y escritos diversos sobre los medios en general y la televisión (TV, en adelante) en particular, ponen de manifiesto elocuentemente la importancia y el interés social despertado durante más de medio siglo por este revolucionario hallazgo técnico, uno de los de mayor repercusión -sin duda alguna- en las sociedades contemporáneas en todo el planeta. Es tal el volumen y la cantidad, que nadie puede llegar a albergar la esperanza de llegar a leerlo y estudiarlo todo.

La importancia de la TV como fenómeno social de primera magnitud, justifica la atención que se le ha dedicado y se le dedica, algo que antes que disminuir se ha ido acrecentando más y más. Es lógico que sea así, pues cualquier idea que contribuya a que conozcamos mejor la TV, que ayude a mejorarla, a utilizarla más racionalmente, merece la bienvenida: cuanto más importante es una cosa y mayor es su trascendencia social, tanto más tenemos que procurar que esté ordenada rectamente según la razón, y no según otro tipo de intereses que seguro en un medio como éste siempre están aflorando.

Con sus aspectos positivos y negativos, con sus luces y sus sombras, la TV se nos presenta como un maravilloso adelanto técnico del que no siempre hacemos recto uso. Y éste es ya un importante problema. Por mucho que se diga, el negocio de la TV no es una actividad mercantil sin más. Ciertamente, el mundo de lo audiovisual es un sector con gran relieve económico, pero es una actividad que trasciende el ámbito de la economía y de la tecnología, para incidir no en menor medida en los ámbitos de la cultura, la educación y el cuerpo social entero. Es por eso por lo que nos debe preocupar a todos: por los hijos, por los alumnos, por los adolescentes, por los jóvenes, por todos en general.

#### **Limitaciones de la TV como medio informativo**

Independientemente de si creemos que la programación es una excusa para justificar la presencia de la publicidad o todo lo contrario, poniendo de manifiesto nuestra manera de entender el medio y nuestra posición y análisis de la propia TV, por cuanto la consideración de ciertas ventajas -comodidad, recreo visual, instantaneidad, espectacularidad- de la información audiovisual, podemos destacar una serie de limitaciones de la TV como medio informativo, que pueden servir para situar a padres y educadores y todo público en general frente a un medio que hay que dominar:

- Los noticiarios y los demás géneros informativos utilizados en TV presentan una clara limitación de tiempo. Las omisiones informativas suelen ser, por eso, frecuentes y habituales. Parcializan la realidad interpretada por la propia limitación del medio.

- Lo que no ha podido filmarse o grabarse, lo que las cámaras no han podido captar, es como si no hubiera existido. Lo "enlatado" puede ser considerado como contenido del "aquí" y "ahora".

- Las imágenes, sobre todo en el caso de que no haya neta y oportuna complementariedad con la palabra hablada, restan capacidad de atención a los mensajes verbales.

- Hay un claro predominio de la imagen sobre la palabra. Se están imponiendo, incluso, los sumarios en imágenes sin palabras.

- El conjunto de las imágenes en movimiento, de las secuencias grabadas para TV, sigue más la lógica de la emoción que la lógica de la razón.

- La mayor parte de los telespectadores tiene serias dificultades para captar y retener aspectos esenciales de las informaciones emitidas. La fugacidad noticiosa impide "retroceder" en busca de referencias interesantes que no han sido bien percibidas.

- Por las características del propio medio, en TV es más difícil establecer la deseable diferenciación entre hechos y opiniones.

- Los espacios informativos de TV, seguramente por la influencia concomitante de los demás espacios televisuales, tienden a espectacularizarse. El esfuerzo por captar y entretener al espectador, se realiza en detrimento de la precisión y la objetividad informativas.

- Es muy difícil en TV tratar temas de información con profundidad, se limitan a emitir fugaces destellos informativos. El problema del tiempo y el espacio son evidentes, lo que limita la calidad de la información emitida y determinada una visión particular por parte de los telespectadores.- En TV, sólo se alude principalmente a acontecimientos de interés generalizado, por triviales que sean. Y además, sólo puede hacerse con un número de ellos muy limitado. Lo que no vende no se proyecta normalmente, cayendo muchos falsamente en la cuenta de que si no sale en TV no tiene importancia, no es moda.

- Las limitaciones de tiempo, y la misma naturaleza de la información audiovisual, fuerzan apretadas síntesis que comportan frecuentemente una visión reductora de lo acontecido. Entrevistas, discursos, alocuciones de larga duración, pueden verse reducidas, al emitir noticias sobre ellas, a unos breves segundos. La pérdida del contexto y la difícil selección pueden dar lugar a fáciles planteamientos manipuladores difíciles de advertir por el telespectador.

No hay ningún ánimo de agotar las limitaciones, se presentan aquí sólo unas pocas, pero desde estahiperestimulación visual y auditiva que conforma el entorno comunicativo de las personas en la civilización post-industrial, sobresale por méritos propios este medio de información de masas que constituye una amalgama de géneros discursivos multiformes y con unas notas muy peculiares: la TV. En este caso, la escuela no puede permanecer pasiva siendo cómplice por omisión del poder televisivo, razón de más para que educar en un consumo racional e inteligente del medio, incrementando el sentido crítico de las audiencias y enseñando a descifrar los códigos televisivos, debiera ser ya una prioridad ineludible para la escuela.

### **1. Existencia de efectos negativos de la TV**

Hay quienes piensan que la forma de entender la misión informativa de la televisión, así como otras «formas de expresión» del propio medio televisivo, produce tales efectos negativos en y sobre la sociedad presente y futura, que lo mejor que podemos hacer es acabar con ella. Esta es una más de las múltiples opiniones expresadas sobre la TV.

Un ejemplo de ello lo tenemos en Jerry Mander en su obra «Cuatro buenas razones para eliminar la televisión», publicada de 1984.

Cuando escribió su libro, Mander, de origen judío, economista de formación y buen conocedor de los medios de comunicación, contaba ya con un historial de éxito en sus tareas profesionales ejercidas durante quince años en el campo de las relaciones públicas y de la actividad publicitaria. Era un ejecutivo nato. Conoció de cerca los medios de comunicación y vislumbró su poder de persuasión, especialmente cuando se emplean de manera interesada tratando de imponer ideas o de vender productos.

La experiencia llegó a producirle tal horror que supuso un punto de inflexión en su vida y cambióradicamente sus actividades: liquidó su agencia y estableció una nueva agencia de publicidad y relaciones públicas de carácter no lucrativo, dedicada exclusivamente a trabajar en favor de organizaciones comunitarias (ecologistas, trabajadores rurales, grupos pacifistas, etc.), hasta entonces prácticamente excluidas de los medios de comunicación social. En este empeño chocó contra la televisión, pues según cuenta le parecía imposible todo intento de cambiarla. No pudiendo transformarla, no encontró otra posible solución que la de intentar derribarla, en el sentido de que debemos desembarazarnos de ella totalmente si es que nuestra sociedad ha de retornar a algo que se parezca a un funcionamiento saludable y democrático.

De ningún modo podemos pensar que la expresión de los argumentos de Mander se llene de la única verdad existente sobre el tema, pero sí es lo cierto que algunas personas en todo el mundo sesitúan en esta perspectiva. Se muestra, por ello, de interés abordar los cuatro argumentos que introduce este autor para la eliminación de la televisión.

El primero de éstos contempla la idea de que a medida que los seres humanos se instalan dentro de un medio ambiente totalmente artificial, nuestro contacto directo y nuestro conocimiento del planeta se corta. Estando desconectados, «como unos astronautas que flotan en el espacio», no podemos distinguir el arriba del abajo, ni la verdad de la ficción. Esas condiciones son apropiadas para la implantación de realidades arbitrarias. La televisión es un reciente ejemplo de esto, y un ejemplo grave, ya que acelera enormemente el problema.

Es cierto en este punto que aunque el común de los telespectadores de televisión distingue muy bien los programas de «ficción» de aquellos otros que son «reales», no son pocos los telespectadores que enefecto, llegan a tomar la ficción como algo representativo del mundo real. A quien tenga alguna duda sobre este hecho, recomienda Mander leer las doscientas cincuenta mil cartas -la mayor parte de ellas solicitando consejos médicos- enviadas por los telespectadores al ficticio «Doctor Marcus Welby» durante los cinco primeros años en que su imagen apareció en la pequeña pantalla.

El segundo argumento tiene que ver con que no es por accidente que la televisión haya sido dominada por unas cuantas fuerzas empresariales o estatales. Tampoco es casual que la televisión haya sido utilizada para recrear a los seres humanos bajo una nueva forma que se ajusta bien al entorno comercial y artificial. Una conspiración de factores económicos y tecnológicos hace que esto sea inevitable y lo perpetúan.

En este sentido, la concentración del poder económico conduciría a la concentración del contrl delos medios de comunicación y en especial de la televisión.

El tercer argumento formula que la tecnología de la televisión provoca respuestas neurofisiológicas en los espectadores y que esto puede ser causa de enfermedad, provocando, desde luego, confusión y sumisión a una imaginaria externa. Considerados en conjunto, los efectos de la televisión se acumulan para crear las condiciones de un control autocrático. Es posible, además, que la mayor parte de esas enfermedades sean menos fisiológicas y más sociales, por cuanto que los comportamientos percibidos configuran un tipo de personalidad muy influida por la televisión que en ocasiones es disruptiva y desestructurada.

En todo caso, no parece sorprendente que en nuestros días se describan situaciones como que la TV puede provocar síndrome de abstinencia, en el sentido de que "la televisión es una droga que romp lacomunicación entre las personas y que puede llegar a crear una verdadera adicción en niños y adolescentes con personalidades débiles o problemas de comportamiento", según Paulino Castells, psiquiatra infantil y profesor de la Universidad Internacional de Cataluña (UIC), que ha participado con la ponencia La televisión: ¿una droga dura? en la I Jornada Sobre la Influencia de la Televisión en Niños y Jóvenes, organizada en Madrid por la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR).

De otro lado, una investigación concluye que el joven elabora el conocimiento de la realidad en una especie de trance hipnótico que se verifica frente a la pantalla de una máquina productora de imágenes coloridas que en 525 líneas constriñe la realidad o fabrica una realidad ficticia o una apariencia de realidad. Del intenso escrutinio de estos efectos se ha comprobado en esta investigación el papel dañino, distorsionador, alucinante, soporífero y manipulador de este oráculo moderno llamado televisión (DazaHernández, 1989).

El cuarto argumento que explica Mander, se refiere a que junto con la venalidad de sus controladores, la tecnología de la televisión predetermina los límites de su contenido. Así, hay información que puede ser dispensada de forma completa, otra, sólo parcialmente, y otra no puede serlo en absoluto. Cuanto más efectivas son las telecomunicaciones, más absurdos y simplificados y lineales serán los programas y mensajes que se ajustarán convenientemente a los propósitos de quienes controlan comercialmente el medio. Por todo ello, el más alto potencial de la televisión es la publicidad y esto no puede ser cambiado. La tendenciosidad, la distorsión es inherente a la tecnología.

En esto se expresa que la programación sea sólo una excusa para justificar la presencia de la publicidad, porque sin los anuncios no habría programas.

## 2. Conclusiones

Éstos son sólo argumentos que se encuentran en uno de los polos de opinión sobre la TV, respetable, pero uno más. Cada uno de nosotros, desde alguna de las funciones educadoras o tuitivas que le corresponda, debe saber desde una correcta alfabetización audiovisual y crítica, cuál es el mejor argumento en torno a la TV, y actuar en consecuencia. Para otros muchos, por ello, no se trata tanto de "derribar" a la TV como de acompañarla y dominarla (cayendo en la cuenta de las serias dificultades para la "eliminación" de la misma, aunque ésta se trata de una opción con cabida entre las demás).

Es evidente, atestiguado por gran cantidad de estudios, que en la mayoría de los países los estudiantes pasan más tiempo delante de la pantalla de la TV que encerrados en su aula ejercitando un trabajo académico. Las cuentas son muy claras e invitamos a los lectores a realizar estos sencillos cálculos: por una parte, queremos averiguar el tiempo total de permanencia de los niños y niñas en la escuela medido en horas y, por otro, multiplicar todos los días del año por una media que oscila entre las 3'5 y las 4 horas diarias de TV que constatan los estudios. El resultado obtenido nos va a mostrar cómo el tiempo de influencia televisiva es casi el doble que el escolar. De igual modo habría que considerar que los niños y niñas son consumidores de TV mucho antes de entrar en el sistema educativo obligatorio.

Por ejemplo, en el ámbito de los dibujos animados, a muchos empieza a preocupar el lenguaje eminentemente hostil utilizado por muchos y la almárga de luz, fuego y destrucción, en donde una visión

maniquea entre «buenos» y «malos» es un axioma permanente. Frases como: «Hacer un mundo mejor destruyendo a nuestros enemigos», «Tenemos que destruir a esa maldita gentuza», «Matar para nosotros es sólo un juego», «Somos los mejores», «Llegaremos a ser los más fuertes», «Yo nunca pierdo una pelea», etc., suelen aparecer en las distintas series de dibujos de animación destinados a niños que en la actualidad se emiten en cadenas de TV de todo el mundo (Correa, 2001).

Hay estadísticas para todos los gustos y dejan ver en el plano de lo cuantitativo, al menos, la urgencia de planteamientos de abordaje urgente del medio TV (y si preocupa en relación a niños y jóvenes, el abordaje educativo de la TV). Por ejemplo, un niño estadounidense al terminar la escolaridad obligatoria habrá presenciado en su TV 8.000 asesinatos y 10.000 actos violentos. Otros estudios hablan de que diariamente algunos países emiten hasta 90 escenas violentas. Al año se calcula que en algunos países los niños o adolescentes observan, a través de la TV, unos 12.000 actos violentos, unas 14.000 referencias al sexo y unos 2.000 anuncios de bebidas alcohólicas. Con estos datos se comprenden muchas realidades y sobran muchos argumentos.

Con todo, es necesario caer en la cuenta de las necesidades de introducción de determinados mecanismos y formas de abordaje del fenómeno televisivo, al cual nunca hay que soslayar. Prácticamente toda la sociedad debe estar preocupada, y docentes y educadores en general mucho más, en aumentar la capacidad de consumo racional y crítico de la TV en las audiencias, es decir, su competencia televisiva.

A un tiempo, debemos considerar que en general los Consejos Audiovisuales no han dado todavía frutos de importancia, a la luz del fenómeno televisivo y de las denuncias de muchos padres y educadores, de la sociedad en general, pues es notorio cómo la mayoría de las televisiones -públicas o privadas- han esquivado sus planteamientos, suavizando ciertos contenidos, pero no debilitando aquello que les hacía ganar grandes cuotas de pantalla y, por tanto, de negocio (v.g, los programas basura, que siguen su expansión incontrolada).

En gran parte, el futuro de nuestra sociedad depende de la capacidad de los alumnos que salen de las instituciones escolares para pensar de manera crítica y para tomar sus propias decisiones razonables y responsables. La educación audiovisual, la competencia televisiva, la televisión dominada, tanto en su orientación conceptual como en el desarrollo de sus estrategias pedagógicas que liberen de un modo más auténtico, pueden realizar una importante contribución a estos fines.

En ello no queremos abandonar este discurso sin proponer tres bases para definir al receptor activo (contrario al pasivo receptor que se ajusta a las limitaciones de este medio): a) Ser críticos con la TV, es decir, lograr el distanciamiento ideológico y de valores con la TV, comprobando cuáles coinciden con nuestra escala axiológica; b) Ser capaces de definir los intereses personales y necesidades de comunicación y confrontarlos con los que la TV ofrece; c) Ser capaces de demandar activamente una orientación de la TV adecuada a los intereses y necesidades de los distintos sectores sociales.

#### Referencias

- MARTÍN-BARBERO, J. y REY, G. (1999): Los ejercicios del ver; hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Barcelona, Gedisa.  
 CORREA, R.I. (2001): La sociedad mesmerizada. Medios, nuevas tecnologías y conciencia crítica en educación. Huelva, Servicio de Publicaciones de la Universidad de Huelva.  
 DAZA, G. (1989): TV Cultura. Los jóvenes en el proceso de enculturación. Bogotá, CEDAL.  
 GARCÍA, S. y RAMOS, L. (1988): Medios de Comunicación y violencia. México, Fondo de Cultura Económica.  
 MANDER, J. (1984): Cuatro buenas razones para eliminar la televisión. México-Barcelona, Gedisa

---

*José Manuel Bautista es profesor de la Universidad de Huelva (España), Begoña Mora es becaria de investigación de la misma universidad y Maite Gata es miembro del grupo de investigación @gora (bautista@uhu.es).*