

## REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

**Análisis crítico de la televisión abierta mexicana bajo el riterio de connotados intelectuales contemporáneos. (Marshall McLuhan, giovanni Sartori, Umberto Eco, Max Horkheimer y Theodor W. Adorno, Pierre Borduiieu, Noam Chomsky, Giles Lipovestky, Karl Popper y Gustavo Bueno**

**Autor: Iriana Bethzada Pérez Huijón**

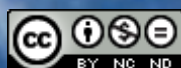
**Tesis presentada para obtener el título de:  
Lic. En Ciencias de la Comunicación**

**Nombre del asesor:  
Omar Vazquez Carmona**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA, A. C.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

ANÁLISIS CRÍTICO DE LA TELEVISIÓN  
ABIERTA MEXICANA BAJO EL CRITERIO DE  
CONNOTADOS INTELECTUALES CONTEMPORÁNEOS.  
(MARSHALL MCLUHAN, GIOVANNI SARTORI, UMBERTO  
ECO, MAX HORKHEIMER Y THEODOR W. ADORNO,  
PIERRE BORDUIEU, NOAM CHOMSKY, GILLES  
LIPOVESTKY, KARL POPPER Y GUSTAVO BUENO.

T E S I S

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA  
IRIANA BETHZAIDA PÉREZ HUIJÓN

ASESOR  
LIC. OMAR VAZQUEZ CARMONA

MORELIA, MICH., ABRIL DE 2006



T342



M.R

UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA, A. C.

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

ANÁLISIS CRÍTICO DE LA TELEVISIÓN  
ABIERTA MEXICANA BAJO EL CRITERIO DE  
CONNOTADOS INTELLECTUALES CONTEMPORÁNEOS.  
(MARSHALL MCLUHAN, GIOVANNI SARTORI, UMBERTO  
ECO, MAX HORKHEIMER Y THEODOR W. ADORNO,  
PIERRE BORDUIEU, NOAM CHOMSKY, GILLES  
LIPOVESTKY, KARL POPPER Y GUSTAVO BUENO.

T E S I S

PARA OBTENER EL TITULO DE:  
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA  
IRIANA BETHZAIDA PÉREZ HUIJÓN

ASESOR  
LIC. OMAR VAZQUEZ CARMONA

MORELIA, MICH., ABRIL DE 2006

INDICE:	PG
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	01
ANTECEDENTES .....	03
OBJETIVOS .....	03
METODOLOGIA .....	04
MARCO TEORICO .....	12
INTRODUCCION .....	24

**CAPÍTULO I. ORIGEN, EVOLUCIÓN Y ESPECIFICIDAD DE LA TELEVISIÓN:  
LA CAJA UNIVERSAL. "LA GRAN MARAVILLA" .....** 28

**1.1 LA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN. BREVE RESEÑA HISTORICA. ....** 28

**1.2 TELEVISIÓN POR CABLE, UN PASO MÁS EN EL DESARROLLO DE LA  
COMUNICACIÓN VISUAL. ....** 30

**1.3 CONSORCIOS TELEVISIVOS A NIVEL MUNDIAL .....** 31

**1.4 LA TELEVISIÓN EN IBEROAMERICA .....** 37

**1.4.1 EL SURGIMIENTO DE LA TELEVISIÓN MEXICANA .....** 38

**1.4.2 ETAPAS DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO .....** 48

**1.5 CARACTERES ESPECIFICOS DE LA TELEVISIÓN. ....** 51

**CAPITULO 2. LA IMPORTANCIA DEL MEDIO EN EL MENSAJE. MARSHALL  
MACLUHAN.....** 59

**2.1 LA TELEVISIÓN (GIGANTE TÍMIDO) MC LUHAN .....** 59

**2.2 EL MEDIO ES EL MENSAJE. ....** 60

2.2.1 LAS CONSECUENCIAS DEL EMPLEO DE LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE ENVIÓ DE MENSAJES. DE HOMO SAPIENS A HOMO VIDENS.....	66
2.2.2 DOS MEDIOS MODERNOS EN ELPCDER .....	66
2.3 EL ADVENIMIENTO DEL HOMO VIDENS .....	67
2.4 USOS POLÍTICOS DE LA TELEVISIÓN .....	73
2.5 ORIGEN DE LA OPINIÓN PÚBLICA .....	74
CAPÍTULO III. APOCALIPTICOS E INTEGRADOS (UMBERTO ECO) .....	90
3.1 LA CULTURA. DOS ENFOQUES. ....	90
3.2 LA CULTURA DE MASAS .....	94
3.2.1 CRITICAS DE LA CULTURA DE MASAS (Umberto Eco) .....	94
3.2.2 VENTAJAS DE LA CULTURA DE MASAS .....	96
CAPÍTULO IV GUSTAVO BUENO: TELEVISIÓN APARIENCIA Y VERDAD. ....	103
4.1 LO QUE NO ESTÁ EN EL MUNDO TAMPOCO ESTÁ EN TELEVISIÓN ....	106
4.2 LO QUE NO ESTÁ (O APARECE) EN LA PANTALLA TAMPOCO ESTÁ EN EL MUNDO. ....	121
4.3 EL CONCEPTO DE «APARIENCIA» IMPLÍCITO EN EL MODELO III .....	131
4.4 NI LA TELEVISIÓN ES UNA PARTE DEL MUNDO, NI EL MUNDO ES UN "MUNDO ENTORNO" DE LA TELEVISIÓN. ....	135

4.5. LA FORMACIÓN DE LAS VERDADES Y DE LAS APARIENCIAS EN LA TELEVISIÓN.	139
4.5.1 LA TELEVISIÓN COMO TECNOLOGÍA INCORPORADA AL PROCESO GENERAL DE CONFORMACIÓN DE LAS APARIENCIAS CONSTITUTIVAS DEL MUNDO.	157
4.5.2 TIPOS DE APARIENCIAS TELEVISIVAS	158
<b>CAPITULO V KARL POPPER: TELEVISIÓN MALA MAESTRA.....</b>	<b>180</b>
5.1 UNA PATENTE PARA PRODUCIR TELEVISIÓN	182
5.2 LA POTENCIA DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN	183
5.3 ¿POR QUÉ SE VE LA TELEVISIÓN?	191
5.4 LA ESTRUCTURA DE LOS VALORES TELEVISIVOS	197
5.5 LA VIOLENCIA EN TELEVISIÓN	201
<b>CAPITULO VI LA INDUSTRIA CULTURAL. PERSPECTIVA SOCIOLÓGICO Y FILOSÓFICA ALEMANA.....</b>	<b>206</b>
6.1- LA ESCUELA DE FRANKFURT.	206
6.2-LA INDUSTRIA CULTURAL.	208
<b>CAPITULO VII NOAM CHOMSKY. ILUSIONES NECESARIAS.....</b>	<b>214</b>
7.1 OBJETIVOS DE LA PROPAGANDA SEGÚN CHOMSKY	214
7.2 LA AMENAZA A LA DEMOCRACIA	215

7.3 EL MODELO DE LA PROPAGANDA. Y LA APLICACIÓN DE LOS 5 FILTROS DE CHOMSKI.	216
7.3.1 TELEvisa Y TV AZTECA DOS GRANDES CORPORACIONES INDUSTRIALES Y CULTURALES.	218
CAPITULO VIII PIERRE BORDIEU: SOBRE LA TELEVISIÓN.....	232
3.1 INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN	245
3.2 ANEXOS SOBRE EL PERIODISMO	249
3.3 APLICACIÓN DEL CASO 68 CON AHUMADA... AHÍ ESTA LA DIFERENCIA	253
CAPITULO IX GILLES LIPOVESTKY. ....	257
¿HAY QUE QUEMAR A LOS MEDIOS?	
CAPITULO X CONCLUSIONES.....	268
BILBIOGRAFIA .....	272

**ANÁLISIS CRÍTICO DE LA TELEVISIÓN ABIERTA MEXICANA BAJO EL  
CRITERIO DE CONNOTADOS INTELLECTUALES CONTEMPORÁNEOS  
(MARSHALL MCLUHAN, GIOVINI SARTORI, UMBERTO ECO, MAX  
HORKHEIMER Y THEODOR W. ADORNO, PIERRE BORDUIEU, NOAM  
CHOMSKY, GILLES LIPOVESTKY, KARL POPPER Y GUSTAVO BUENO )**

**PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La televisión, desde su creación y su perfeccionamiento a colores, ha tenido un auge sin precedentes en cuanto medio de comunicación y como expresión, por antonomasia, de la cultura de masas. Según cifras de diversas publicaciones, actualmente un niño norteamericano promedio pasa entre 5 a 6 horas frente a la televisión, como resultado: 2000 horas al año, aproximadamente, en los cuales contemplará una heteróclea programación con abundancia de comerciales, sexo, estereotipos, noticias, violencia, etc.

Criterios, historias, imágenes, modos de divertirse, de pensar, de aspiraciones, son inducidos por los medios y responden al modo de pensar de la clase dominante, además de estimular una modificación en nuestros esquemas de pensamiento mismo (Escuela de Frankfurt, Mc Luhan y Giovanni Sartori)

Al transmutar al “homo sapiens” en “homo videns”, el cual restringe al mundo de la percepción de estímulos visuales en detrimento de su capacidad de abstracción y razonamiento, inclusive de carácter tiránico. De ahí la gran importancia de explorar la televisión como una expresión de la cultura de masas; es impostergable, necesario y urgente.



Ahora sabemos que la televisión ha sido el resultado de un largo proceso y más que un conjunto de elementos técnicos, es una institución de comunicación pública y producción social, por lo que es un verdadero portador de cultura.

Existe una tremenda manipulación de información, una colosal inmersión de valores extranjeros o antivalores, una disminución de la calidad en los programas, tanto de información como de entretenimiento.

La mayoría de los hogares mexicanos cuenta con, por lo menos, un televisor y de estos otra gran mayoría no cuentan con servicio de telecable ( según la compañía norteamericana Turner Network Televisión comprende el 26% de audiencia y representa el 52% del mercado ) es decir, los que tienen acceso a la televisión abierta a los canales 7, 13, 2 y 5, en la República Mexicana; mismos que pertenecen solo a dos corporaciones televisivas, las cuales por obtener un alto rating compiten sin importar la calidad de su programación, muchas veces tienen el mismo contenido, pero con diferente nombre.

Ante la inmodificable condición actual de la proliferación y auge de los diversos medios de comunicación masiva, la sociedad se ha sumergido poco a poco en el mundo de la televisión. El presente trabajo de investigación procura delinear bajo una óptica filosófica, sociológica y semiológica cuál es la calidad como vehículo de cultura de la televisión mexicana.

La irrupción de las multitudes en la vida social, propiciada históricamente por el auge de la Revolución Industrial y los avances científicos y tecnológicos coetáneos de ella, es una actualidad evidente al parecer perdurable de nuestros días. La Industria cultural procuró ofertar a esas masas propuestas novedosas y divertimentos muy cuestionables, surgiendo así la denominada "cultura de masas".

Este concepto genérico y ambiguo, el cual comprende manifestaciones muy diversas, ponen al alcance de todos, nociones de información a nivel masivo.

Sin embargo, frecuentemente se eluden las implicaciones, tipo de información, propósitos, trascendencia, consecuencias, criterios de distinción, que son inherentes a cada una de las manifestaciones aludidas.

Con todo esto, ahora los que nos preguntamos es ¿qué tanta calidad, en cuestión cultural mexicana, pueden tener los programas de nuestro siglo?, ¿Realmente es una cultura de masas lo que nos lleva a ver televisión como un ejemplo de lo real y verdadero?, ¿Qué tan cargados de ideología elitista están los programas televisivos en México?, ¿Nos damos cuenta de la manipulación a la que estamos expuestos frente a la televisión?, ¿Se nos transmite una verdad incuestionable por televisión?, ¿Existen intereses sociopolíticos y económicos detrás de los dueños de los medios de comunicación?, ¿De qué sirve a los dueños de los medios tomar en cuenta a clases alternas?

## ANTECEDENTES

- Tesis del Doctorado de Jünger Habermas, donde postula la televisión como un proceso de involución cultural, en la conformación de la opinión pública.
- “Homo Videns” de Giovanni Sartori, donde la televisión crea un “homo videns” en lugar de “homo sapiens”.
- Apocalípticos e integrados de Umberto Eco de 1964 y El superhombre de masas, donde se nos habla de una cultura de masas creada en la inconsciencia de los individuos.
- El Censo General de Población y vivienda del 2005, para darnos una idea de la cantidad de hogares con televisión.
- Los ensayos de Adorno, Horkheimer, Walter Benjamin, de la Escuela de Frankfurt sobre la industria cultural. Todos ellos realizan una crítica a la televisión como un medio productor de una cultura de masas, como un medio que en lugar de mejorar la sociedad, hace evadir realidades y mantiene nuestra atención en banalidades.

- Apoyándome en la noción de Marshal Mc Luhan(1911-1980), escritor canadiense que abordó en su obra el tema de la comunicación. Su teoría, “el medio es el mensaje”, se convirtió en el lema de la contracultura de la década de 1960. La comunicación tiene su origen en el convencimiento de que los medios electrónicos, especialmente la televisión, producen un impacto que supera el material comunicado.

## OBJETIVOS

- Realizar un trabajo documental respecto a la televisión, lo más completo posible con autores críticos y letrados en el tema. Para obtener un compendio de juicios sobre el tema.
- Efectuar un análisis multidisciplinar (filosófico, semiológico, sociológico, etc.) de la televisión como medio de comunicación masiva y la calidad de éste como vehículo cultural.
- Llegar a una conclusión real de la calidad del contenido programático en la televisión mexicana abierta.

## ESTRATEGIA METODOLÓGICA

La presente tesis se inscribe en las que Umberto Eco<sup>1</sup> denomina de compilación, la cual “se limita a demostrar que ha revisado críticamente la mayor parte la “literatura” existente (estos es, de los escritos publicados sobre su tema ), ha sido capaz de exponerla con claridad y ha intentado interrelacionar los diversos puntos de vista, ofreciendo así una panorámica inteligente, quizá útil desde el

---

<sup>1</sup> Eco, Umberto.

punto de vista informativo para un especialista del ramo que no haya estudiado en profundidad tal problema particular”<sup>2</sup>

Conforme al criterio anteriormente esbozado, en el presente trabajo procuraremos, como un primer punto, recopilar exhaustivamente la información (traducida al español) que los autores elegidos han escrito y se les ha publicado sobre la televisión; para posteriormente entrelazar sus diversos puntos de vista con el fin de que, en un último episodio, verificar la pertinencia y eficacia de sus discursos acerca de la televisión abierta mexicana actual; es decir, contrastar y dilucidar si son pertinentes o no a esta realidad tan concreta y específica.

## **TIPO DE PARADIGMA**

Las características de la investigación cualitativa son:

- La investigación cualitativa es inductiva. Los investigadores desarrollan conceptos e intelecciones, partiendo de los datos y no recogiendo datos para evaluar modelos, hipótesis o teorías preconcebidas. Los investigadores siguen un diseño de la investigación flexible. Comienzan sus estudios con interrogantes formuladas vagamente.
- En la metodología cualitativa el investigador ve el escenario y a las personas en una perspectiva holística. Las personas, los escenarios o los grupos no son reducidos a variables, sino considerados como un todo. El investigador cualitativo estudia a las personas con el contexto de su pasado y de las situaciones en las que se encuentran.
- Los investigadores cualitativos son sensibles a los efectos que ellos mismos causan sobre las personas que son objeto de su estudio. Interactúan con los informantes de un modo natural y no intrusivo.

---

<sup>2</sup> Ibidem.

- Se investiga en el entorno del mundo real, en vez de hacerlo en contextos creados específicamente para los fines de la investigación.
- Los investigadores cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas. Para la perspectiva fenomenológica y, por lo tanto, para la investigación cualitativa, resulta esencial experimentar la realidad tal como otros la experimentan. Los investigadores cualitativos se identifican con las personas que estudian para comprender cómo ven las cosas.
- El investigador cualitativo suspende o aparta sus propias creencias, perspectivas y predisposiciones. El investigador cualitativo ve las cosas como si estuvieran ocurriendo por primera vez. Nada se da por sobreentendido. Todo es un tema de investigación.
- Para el investigador cualitativo, todas las perspectivas son valiosas. Este investigador no busca la verdad o la moralidad, sino una comprensión detallada de las perspectivas de otras personas.
- Los métodos cualitativos son humanistas. Los métodos mediante los cuales estudiamos a las personas necesariamente influyen sobre el modo en que las vemos. Cuando reducimos las palabras y los actos de la gente a ecuaciones estadísticas, perdemos de vista el elemento humano de la vida social. Si estudiamos a las personas cualitativamente, llegamos a conocerlas en lo individual y a experimentar lo que ellas sienten en sus luchas cotidianas en la sociedad.
- Los investigadores cualitativos ponen un relieve en la validez de su investigación. Los métodos cualitativos nos permiten permanecer próximos al mundo empírico. Están destinados a asegurar un estrecho ajuste entre los datos y lo que la gente realmente dice y hace. Observando a las personas en

su vida cotidiana, escuchándolas hablar sobre lo que tiene en mente, y viendo los documentos que producen, el investigador cualitativo obtiene un conocimiento directo de la vida social.

- Para el investigador cualitativo, todos los escenarios y personas son dignos de estudio. Ningún aspecto de la vida social es demasiado frívolo o trivial como para ser estudiado.
- La investigación cualitativa es un arte. Los métodos cualitativos no se han refinado ni homogeneizado tanto como otros enfoques investigativos. Los investigadores cualitativos son flexibles en cuanto al modo en que conducen sus estudios. Son artífices alentados a crear su propio método. Siguen directrices orientadoras, pero no reglas. Los métodos sirven al investigador, nunca el investigador es el esclavo de un procedimiento o técnica.

## **METODOLOGÍA**

Este trabajo se realiza con base en los estudios descriptivos, aquellos que estudian situaciones que ocurren en condiciones naturales, más que aquellos que se basan en situaciones experimentales.

Por definición, los estudios descriptivos conciernen y son diseñados para describir la distribución de variables, sin considerar hipótesis causales o de otro tipo. De ellos se derivan frecuentemente eventuales hipótesis de trabajo susceptibles de ser verificadas en una fase posterior.

También en numerosas ocasiones el investigador que realiza un estudio descriptivo sospecha o supone *a priori* el resultado o dirección de los hallazgos, sin necesariamente hacerlo explícito ni estar verificando una hipótesis de trabajo.

**ESTUDIOS DESCRIPTIVOS.-** Sirven para analizar cómo es y cómo se manifiesta un fenómeno y sus componentes. Permiten detallar el fenómeno estudiado básicamente a través de la medición de uno o más de sus atributos. Por ejemplo la investigación en Ciencias Sociales se ocupa de la descripción de las características que identifican los diferentes elementos y componentes, y su interrelación.

El conocimiento será de mayor profundidad que el exploratorio, el propósito de este es la delimitación de los hechos que conforman el problema de investigación, como:

- 1) Establecer las características demográficas de las unidades investigadas (número de población, distribución por edades, nivel de educación, etc.).
- 2) Identificar formas de conducta, actitudes de las personas que se encuentran en el universo de investigación (comportamientos sociales, preferencias, etc.)
- 3) Establecer comportamientos concretos.
- 4) Descubrir y comprobar la posible asociación de las variables de investigación.

Identifica características del universo de investigación, señala formas de conducta y actitudes del universo investigado, establece comportamientos concretos y descubre y comprueba la asociación entre variables de investigación. De acuerdo con los objetivos planteados, el investigador señala el tipo de descripción que se propone realizar. Acude a técnicas específicas en la recolección de información, como la observación, las entrevistas y los cuestionarios. La mayoría de las veces se utiliza el muestreo para la recolección de información, la cual es sometida a un proceso de codificación, tabulación y análisis estadístico. Puede concluir con hipótesis de tercer grado formuladas a partir de las conclusiones a que pueda llegarse por la información obtenida.

“Estos estudios describen la frecuencia y las características más importantes de un problema. Para hacer estudios descriptivos hay que tener en cuenta dos elementos fundamentales: Muestra, e Instrumento”.

Debe responder algunas interrogantes:

- ¿Se propone identificar elementos y características del problema de investigación?
- Busca hacer una caracterización de hechos o situaciones por los cuales se identifica su problema de investigación?
- ¿El problema que Ud. plantea y los hechos que comprende abarcan formas comportamientos sociales, actitudes, creencias, formas de pensar y actuar de un grupo?
- ¿Espera que los resultados de su investigación sean base para la formulación de nuevas hipótesis a partir de las cuales se inicia un conocimiento explicativo?

Los estudios descriptivos miden de manera más bien independiente los conceptos o variables a los que se refieren. Su objetivo no es indicar como se relacionan las variables medidas.

Los descriptivos se centran en medir con la mayor precisión posible. En esta clase de estudios el investigador debe ser capaz de definir que se va a medir y como lograr precisión en esta medición. Así mismo debe ser capaz de especificar quienes deben estar incluidos en la medición.

La investigación descriptiva, en comparación con la naturaleza poco estructurada de los estudios exploratorios, requiere considerable conocimiento del área que se investiga para formular las preguntas específicas que busca responder (Dankhe 1986). La descripción puede ser más o menos profunda, pero en cualquier caso se basa en la medición de uno o más atributos del fenómeno descrito.



Los estudios descriptivos pueden ofrecer la posibilidad de aunque sean rudimentarias.

Asimismo el análisis de cada autor fue fundamental para aprender y entender cada uno de sus postulados.

El análisis es la operación intelectual que considera por separado las partes de un todo; la síntesis reúne las partes de un todo separado y las considera como unidad.

Los “todos” pueden incorporarse en “todos” más amplios.

Al análisis que consideramos, obviamente no le interesan las partes pedazos; partes separables.

“El análisis y la síntesis que estudia la lógica son procedimientos intelectuales, no materiales. No se trata de poner efectivamente por separado los componentes, sino de considerarlos por separado. El análisis material, que aleja uno de los otros componentes, es sólo un auxiliar del análisis intelectual, y no coincide con él por completo, ya que en el análisis se llega de ordinario a aspectos no materiales.

El análisis y la síntesis pueden estudiarse en dos planos: el empírico y el racional. En el plano empírico, estos procedimientos se aplican, en la descomposición y recomposición del agua mineral a partir del oxígeno, hidrogeno.

En toda investigación científica se utiliza frecuentemente el análisis con el fin de conocer mejor la naturaleza recóndita de los fenómenos.

El análisis pretende ser dinámico, descubrir nuevas propiedades. El análisis y la síntesis se complementan, no se dan el uno sin el otro. “Primero se analizan las manifestaciones inmediatas de la existencia, descubriendo sus aspectos fundamentales. Luego se sintetizan esos elementos en la reconstrucción racional de la existencia, que se formula por medio de una hipótesis explicativa.

Análisis descriptivo: Los análisis descriptivos son intentos para reconstruir, explicar, interpretar, llevar cuenta, o describir un fenómeno. Este análisis suministra nueva información mediante la cual se pueden sustentar conclusiones previas o formular nuevas. Las hipótesis se prueban mediante la búsqueda de pruebas que las sustenten o las refuten.

Análisis de conexiones. Es una técnica analítica mediante la cual las relaciones se vuelven explícitas. Esta técnica fue la primera empleada en la investigación de factores humanos pero desde entonces también se ha aplicado a problemas de análisis social. Para emplear esta técnica se prepara un matriz de asociación y un diagrama de conexión basado en la matriz. El análisis de conexiones se puede emplear para construir estructuras deducidas de organizaciones o interacciones que puedan probarse mas adelante. Se presta para la construcción de hipótesis y puede aplicarse a una diversidad de problemas en los campos de inteligencia de las fuerzas armadas.

## MARCO TEÓRICO

La televisión es parte esencial de la vida del hombre, por consiguiente, la televisión abierta mexicana es un punto clave en el desarrollo de la sociedad. Sin embargo, la buena ponderación de este extraordinario invento no lo exenta de análisis y reflexiones críticas. Desde la Escuela de Frankfurt, Umberto Eco, Giovanni Sartori, y Pierre Bordieu, se ha llegado a grandes críticas acerca del contenido de este medio, utilizado como industria, manejando una cultura de masas, donde se fomenta el ocio, tal vez llevándonos más allá de lo que nuestros sentidos pueden percibir.

En esta parte del trabajo presentamos un poco de vida y obra de cada autor, su importancia y trascendencia.

1.- McLuhan anticipó el tránsito a la aldea global, afirmó que el medio es el mensaje, que las tecnologías admiten ser consideradas como prolongaciones de nuestro cuerpo y nuestros sentidos.

En 1964 fue publicada la primera edición de La comprensión de los medios como extensiones del hombre, el libro más importante en la obra de Marshall McLuhan. Por tal motivo, el pasado 4 de junio del 2005, en Winnipeg, Canadá, el Congreso Anual de Ciencias Sociales y Humanidades, celebraron el 40 aniversario de la publicación de esa obra.

Herbert Marshall McLuhan nació el 21 de julio de 1911, en Edmonton, Alberta, Canadá. En la Universidad de Manitoba (Canadá) estudió la Licenciatura en Letras y la Maestría en Artes. Se doctoró a los 31 años de edad en la Universidad de Cambridge, y en su tesis doctoral analizó la obra del dramaturgo inglés Thomas Nashe.

Un total de nueve universidades le concedieron doctorados "honoris causa": University of Windsor (1965), Assumption University (1966), University of Manitoba (1967), Simon Fraser University (1967), Grinnell University (1967), St. John Fisher College (1969), University of Alberta (1971), University of Western Ontario (1972), University of Toronto (1977).

En 1951, McLuhan publicó su primer libro *The Mechanical Bride*, el cual reúne algunos ensayos de crítica cultural inspirados en la obra de F.R Leavis, quien introdujo a McLuhan en el estudio de la ecología cultural.

En 1962 se publicó el segundo libro: *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Dos años después -en 1964-, se publicó su tercer libro: *Understanding Media: The extensions of man* (La Comprensión de los medios como extensiones del hombre).

2.-Gustavo Bueno. Filósofo español, autor del sistema filosófico conocido como materialismo filosófico. Nació en 1924 en Santo Domingo de la Calzada (La Rioja, ciudad que le nombró Hijo Predilecto en 1997) y estudió en las Universidades de Zaragoza y Madrid. Tras realizar su tesis doctoral como becario del CSIC obtiene a los veinticinco años, en 1949, una cátedra de Enseñanza Media, comenzando ese año su vida docente en el Instituto Lucía de Medrano de Salamanca. En 1960 se establece definitivamente en Asturias, donde ejerce como catedrático en la Universidad de Oviedo, institución en la que colabora hasta 1998. En la actualidad desarrolla su labor en la Fundación que lleva su nombre, que tiene su sede en Oviedo, ciudad que en 1995 le reconoció como Hijo Adoptivo.

Fundador de la revista *El Basilisco*, es autor de numerosos libros y artículos. Su obra está recogida en distintos diccionarios y obras generales. Entre sus libros más importantes deben señalarse *Ensayos materialistas* (donde presenta la ontología materialista que distingue distintos géneros de materialidad, sobre la que se basa todo su sistema filosófico), *Teoría del cierre categorial* (en curso de publicación, del que han aparecido ya 5 tomos, y que contiene la teoría

de la ciencia del materialismo filosófico), El animal divino (donde se expone su teoría materialista de la religión), Primer ensayo sobre las categorías de las «Ciencias Políticas» (en el que diseña su teoría de la política y del Estado), El sentido de la vida (donde se tratan las principales ideas que afectan a la Ética, la Moral y el Derecho), El mito de la cultura (ensayo de una filosofía materialista de la cultura, que ha merecido ya varias ediciones), España frente a Europa (en el que desde la perspectiva de una filosofía materialista de la historia se discute la naturaleza de la identidad de España y la estructura de su unidad), Televisión: Apariencia y Verdad (donde se ofrece la primera teoría filosófica sobre la televisión, con la distinción esencial entre televisión material y televisión formal).

3.- Giovanni Sartori, nació en Florencia (Italia) en 1924. Se licenció en Ciencias Sociales en la Universidad de Florencia en 1946, ha impartido clases de Filosofía Moderna, Lógica y Doctrina del Estado en las universidades estadounidenses de Stanford, Yale, Harvard, así como en el Instituto Universitario Europeo (Florencia). Es profesor emérito de la Universidad de Florencia, centro actual de la ciencia política italiana y uno de los referentes de la ciencia política mundial; ocupa la cátedra Albert Schweitzer en Humanidades en la Universidad de Columbia (Nueva York). En 1971 fundó la Revista Italiana de Ciencia Política, que actualmente dirige en compañía de Mauricio Ferrera.

Autor traducido a más de treinta idiomas, entre sus obras destacan Ingeniería constitucional comparada (1994), ¿Qué es la democracia? (1997) y Homo Videns: la sociedad teledirigida (1998), donde reflexiona sobre el peligro individual y social de la televisión. En 2001 publicó La sociedad multiétnica. Pluralismo, multiculturalismo y extranjeros. De sus primeras obras, algunas consideradas clásicos, se pueden citar Political development and political engineering (1968), Partiti e sistema di partito (1976) -por el que recibió el Outstanding Book Award de la Asociación Americana de Ciencia Política-, The influence of electoral systems: Faulty laws or faulty method (1986) y The theory of democracy revisited (1987), entre otros.

Miembro de la Academia Nazionale dei Lincei, desde 1988, es vicepresidente de la Società Libera, destinada al estudio y promoción de los ideales liberales en la sociedad. Además, es doctor honoris causa por las universidades de Génova (Italia), Georgetown (Washington), de Guadalajara (México), de Buenos Aires, (Argentina), Complutense (Madrid) y Bucarest (Rumania). Colabora habitualmente como editorialista en el Corriere della Sera. Precisamente, uno de sus artículos publicados en este diario, La televisión, un monopolio y dos sombreros, le hizo merecedor en 2004 del premio de periodismo Manuel Ibáñez Escofet, que otorga la Fundació Catalunya Oberta. Ha recibido la Medalla de Oro al Mérito Cultural y Educativo de Italia, Medalla de Oro de la Instrucción Pública al Mérito de la Escuela, la Cultura y el Arte y es socio de la Academia Americana de las Artes y las Ciencias.

4.- Umberto Eco, Crítico literario, semiólogo y novelista italiano, nació el 5 de enero de 1932 en la ciudad de Turín. Licenciado en filosofía por la Universidad de dicha ciudad, se gradúa en 1954 y a partir de ese año es profesor de estética y semiótica en universidades como las de Milán, Bolonia, Florencia y Turín.

Se da a conocer a partir de su tesis "El problema estético en Santo Tomás de Aquino" (1956). Algún tiempo después, ejerció dando clases en la Universidad de Milán durante dos años, antes de convertirse en profesor de Comunicación visual en Florencia en 1966. Fue en esos años cuando publicó sus importantes estudios: *Obra abierta* (1962) y *La estructura ausente* (1968).

Con *Obra abierta* (1962) se orienta hacia la investigación de los sistemas de significación y los procesos de comunicación. Desarrolla otras obras como *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas* (1965), *La forma y el contenido* (1971), *El signo* (1973), *Tratado de Semiótica General* (1975), *El superhombre de masas* (1976) y *Desde la periferia al imperio* (1977).

Al mismo tiempo que sus trabajos teóricos sobre el análisis de los signos y los significados ha influido y creado escuela en círculos académicos, Eco se ha hecho popular a través de dos novelas, *El nombre de la rosa* (1981) una historia

detectivesca que se desarrolla en un monasterio en el año 1327, llevada al cine en 1986 por el director francés Jean-Jacques Annaud, en la que aúna a su erudición, la fuerza narrativa de una sensibilidad que para muchos poco tiene que ver con el rigor académico de sus obras anteriores, y *El péndulo de Foucault* (1988), una fantasía acerca de una conspiración secreta de sabios, construida en torno a temas esotéricos y desde una perspectiva ideológica, propicia una revaloración del arte narrativo del siglo XX. Estas novelas se basan en los amplios conocimientos que Eco ha ido adquiriendo sobre filosofía y literatura.

En 1995 se publica su novela *La isla del día de antes* y en 1998 *Cinco escritos morales*. En 2001 publicó la novela *Baudolino*.

Es doctor honoris causa por 25 universidades de todo el mundo, entre ellas, la Complutense (1990), la de Tel Aviv (1994), la de Atenas (1995), la de Varsovia (1996), la de Castilla-La Mancha (1997) y la Universidad Libre de Berlín (1998). Posee numerosos premios y condecoraciones, como la Legión de Honor de Francia.

5.- Lipovetsky Guilles: 1944 Nace en Millau (Aveyron), Francia, en 1944. Sociólogo y Diplomado en Filosofía, enseñó esta disciplina en el Lycée d'Orange entre 1969 y 1971 y se desempeña actualmente como docente en el Liceo Emmanuel Mounier de Grenoble. Autor de libros como *La era del vacío* y *La tercera mujer*. Es juzgado, tanto en Europa como en América, como uno de los mayores filósofos contemporáneos, pero no solamente como un intelectual académico sino como alguien que desciende al llano y habla con la gente común de igual a igual, toda vez que trata temas concretos como la moda, el consumo, la libertad, los excesos y otros ítem. Aunque da clases y conferencias en el mundo entero y pasa viajando varios meses al año, su lugar preferido es su casa en Grenoble, que comparte con su familia, y desde donde ve los Alpes nevados.

Su temática de investigación se centra fundamentalmente en los nuevos modos de socialización producidos en la llamada "cultura posmoderna". Época de crisis y fragmentación, diversificación extrema de las normas y los gustos,

innovación continua y revolución científico-tecnológica, el “pathos” del momento parece jugarse para el autor en la exaservación del principio moderno de la Autonomía en una segunda oleada triunfante que abarca todos los ámbitos de la vida cotidiana. Frente al rigor inflexible de la racionalidad moderna surge hoy el “individualismo total

La sociedad de los últimos treinta años es descripta y analizada por el autor a partir de un bagaje metodológico interdisciplinario, a la vez que abonada por interesantes estudios empíricos cualitativos y cuantitativos. Su fecunda obra de investigación ha sido plasmada en obras de enorme difusión: *La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo* (1983), *El imperio de lo efímero* (1987), *La grande boulangère* (1991), *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos* (1992), *La tercera mujer* (1998), *Métamorfosis de la culture libérale. Éthique, médias, entreprise* (2002).

6.- Pierre Bourdieu (Denguin, 1930 – París, 2002) fue uno de los principales sociólogos y antropólogos contemporáneos. Se graduó en la École Normale Supérieure como agregé de philosophie, negándose a escribir su tesis en protesta por el carácter autoritario de la institución. Llamado a filas en 1956, pasó cuatro años en Argelia. Junto a una *Sociologie de l'Algérie* (1958), inició una serie de trabajos sobre la kabila centrados en el proceso de desarraigo de los trabajadores argelinos sujetos a las prácticas laborales de las sociedades avanzadas. De vuelta a Francia, ejerció como profesor de Sociología en París y Lille, fue nombrado director de estudios de la École Pratique des Hautes Études, en la cual fundó el Centro de Sociología Europea, que dirigió hasta su muerte. También dirigió desde 1975 la revista *Actes de la recherche en sciences sociales* así como la revista internacional de libros *Liber*. En 1981 ocupó la cátedra de Sociología en el Collège de France. En 2001, fue nombrado *fellow* de la British Academy. Entre sus más de veinte ensayos destacan: *El desarraigo. La crisis de la agricultura tradicional en Argelia* (1964), *La Distinción. Crítica social del juicio* (1979), *La ontología política de Martín Heidegger* (1988), *Las reglas del arte* (1992), *Sobre la televisión* (1996), *Meditaciones pascalianas* (1997), *Contrafuegos* (1998) y *La dominación masculina* (1998).



En *Sobre la televisión* (1996), Pierre Bourdieu afronta el análisis sociológico de este medio de comunicación a partir de dos pesquisas fundamentales: la búsqueda de las relaciones de dominación en las que se inscribe el fenómeno televisivo, por un lado, revelando el sentido oculto tras ideas y prácticas sociales que se piensan libres y autónomas, y por otro, la búsqueda de las condiciones —en especial, de los «hechos sociales exteriores»— que influyen sobre la conciencia y la conducta de los individuos y les impiden ser transparentes para sí mismos, es decir, ser lo que creen ser.

Bourdieu desvela los mecanismos de la censura invisible que se ejerce sobre la televisión. Entre las estrategias específicas de dominación que identifica ocupan un lugar destacado los mecanismos de reproducción de las desigualdades; reproducción fortalecida, precisamente, porque el medio es percibido como un lugar de igualdad en el cual los actores se piensan autónomos. La ilusión de la igualdad desempeña un papel fundamental como mecanismo de perpetuación de la dominación, en palabras de Bourdieu, la «violencia simbólica», esto es, la interiorización por parte de los dominados de la dominación a la que se halla sujetos.

7.-Karl Raimund Popper, Nació en 1928 en Filadelfia, Pensilvania, Estados Unidos, hijo de un emigrante ruso. Estudió filosofía y lingüística en la Universidad de Pensilvania, donde se doctoró en 1955, año de su ingreso en el Massachusetts Institute of Technology (MIT). En 1961 obtuvo una cátedra en el Departamento de Lingüística y Filosofía del MIT, al tiempo que desarrolló otras actividades académicas en las Universidades de Princeton, Oxford, Cambridge, etc. Militante de la izquierda intelectual norteamericana, que algunos han calificado de socialismo libertario, se destacó en la oposición a la guerra de Vietnam, dentro de una actitud contra-sistema que ha mantenido a lo largo de su trayectoria profesional y política.

En doctor 'honoris causa' de una treintena de universidades, entre ellas las de Londres, Chicago, Georgetown, Buenos Aires, Columbia, Pisa, Harvard y Nacional de Colombia.

El trabajo académico e intelectual a lo largo de medio siglo abarca los campos de la lingüística, la comunicación, la política y la sociología. Su obra es muy extensa, comprende más de treinta libros y centenares de artículos (bibliografía general), está en gran medida traducida a la lengua española. Autor, entre otros, de: *Syntactic Structures* (1957), *Current Issues in Linguistic Theory* (1964), *American Power and the New Mandarins* (1969), *Language and Mind* (1972), *Studies on Semantics in Generative Grammar* (1972), *Peace in the Middle East?* (1974), *The Logical Structure of Linguistic Theory* (1975) *El análisis formal de los lenguajes naturales* (1976), *Language and Responsibility* (1979), *Knowledge of Language* (1986), *Manufacturing Consent* (con E. S. Herman, 1988), *Profit over People* (1998), *Rogue States* (2000) y *9-11* (2002). Han sido traducidos a la lengua española, entre otros muchos: *La segunda guerra fría*, Crítica, Barcelona, 1984; *Conocimiento y libertad*, Ed. Planeta-Agostini, Barcelona, 1986; *La quinta libertad*, Crítica, Barcelona, 1988; *Los guardianes de la libertad* (con Edward S. Herman), Crítica, Barcelona, 1990; *Ilusiones necesarias. Control de pensamiento en las sociedades democráticas*, Prodhufi, Madrid, 1992; *El miedo a la democracia*, Crítica, Barcelona, 1992; *Política y cultura a finales del siglo XX: un panorama de las actuales tendencias*, Ariel, Madrid, 1996; *El Nuevo orden mundial (y el viejo)*, Crítica, Barcelona, 1996; *Cómo nos venden la moto* (con Ignacio Ramonet), Ed. Icaria, Barcelona, 1997; *Perspectivas sobre el poder*, El Roure Ed., Barcelona, 2001; *Una nueva generación dicta las reglas*, Crítica, Barcelona, 2002; *Estados canallas: el imperio de la fuerza en los asuntos mundiales*, Ediciones Paidós, Barcelona, 2002.

9.- Max Horkheimer Hijo de un fabricante judío, nació el 14 de febrero de 1895 en Stuttgart. Abandonó los estudios en 1911 para aprender un oficio y ayudar en la fábrica de su padre y participó en la I Guerra Mundial. Al finalizar esta, terminó el bachillerato y decidió estudiar Filosofía y Psicología en Munich,

Friburgo y Frankfurt, donde conoció a Theodor Adorno. Defendió su tesis doctoral en 1922 bajo la dirección de Hans Cornelius, con un trabajo sobre la antinomia del juicio teleológico. Tres años después presentaría su habilitación con un trabajo sobre la crítica del juicio de Kant. En 1926 comienza a trabajar en la Universidad de Frankfurt y se casa con Rosa Rieker. A partir de 1930 pasa a formar parte, junto a Fromm y Marcuse, del Instituto para la Investigación Social (IIS), siendo nombrado director del mismo al año siguiente. Entre 1932 y 1939 se encargaría de mantener la publicación de la Revista para la Investigación Social. A esta época pertenecen obras como *Materialismo, metafísica y moral* y otros artículos publicados en la Revista de Investigación Social (RIS). En 1933, al cerrarse el instituto, se vio obligado a abandonar Alemania, pasando por Suiza y terminando en la Universidad de Columbia (Nueva York), donde Horkheimer instala el Instituto. A comienzos de los 40 escribirá, junto a Adorno *Dialéctica de la Ilustración*. En los años 40 dirigió también un estudio sobre el antisemitismo, publicando diferentes obras y artículos al respecto. En 1949 vuelve a Alemania y trabaja como profesor de Filosofía social en la Universidad de Frankfurt, reabriendo un año después el Instituto. Entre 1951 y 1953 fue rector de esta Universidad. En estos años continúa con sus estudios sociológicos y publica obras críticas como *Crítica de la razón instrumental, Ocaso, o Teoría tradicional y teoría crítica*, donde recopila artículos anteriores. En estos años su reflexión recupera a Schopenhauer y la religión judía que aprendiera en su familia. En 1959, convertido ya en profesor emérito, emigra a Lugano, donde continuará con su labor filosófica. Murió el 7 de julio de 1973 en Nürnberg.

“Toda noción debe ser contemplada como un fragmento de una verdad que lo involucra todo y en la cual la noción alcanza su verdadero significado. Ir construyendo la verdad a partir de tales fragmentos constituye precisamente la tarea más urgente de la filosofía”.

Theodor Wiesengrund Adorno nació el 11 de septiembre de 1903 en Frankfurt. Hijo de un comerciante de vino y de una cantante italiana. Durante su época de estudiante entabló amistad con Sigfrid Kracauer. Estudió música, psicología, filosofía y sociología, y durante su época universitaria conoció a Max Horkheimer y Walter Benjamin. En 1924 defendió su tesis doctoral sobre Husserl.

En 1925 y 1926 fue alumno de Schönberg y Berg en Viena. En 1931 terminó su habilitación bajo la dirección de Paul Tillich, con un trabajo sobre la construcción de lo estético en Kierkegaard. Durante los años 30 combinó su colaboración con el Instituto para la Investigación Social (IIS) con otras tareas para revistas musicales y culturales. Ante el aumento del totalitarismo y la persecución judía, Adorno emigró a Oxford en 1934, ejerciendo la docencia en Merton. En 1938, un año después de su boda con Gretel Karplus, emigró a Nueva York donde pasó a colaborar intensamente con el IIS, instaurado temporalmente en la ciudad americana. Entre 1942 y 1944 se instala en California y trabaja junto a Horkheimer en *Dialéctica de la Ilustración*. Entre 1944 y 1949 dirigió un proyecto de investigación sociológica en Los Ángeles centrado en el estudio de la discriminación social. En 1949 vuelve a Alemania y reanuda su labor dentro del IIS. En los 50 publica obras cumbres como *Minima moralia* y desarrolla nuevos proyectos de investigación sobre el carácter totalitario y fascista. En 1959, un año después de tomar la dirección del IIS, pasa a ser profesor de la Universidad de Frankfurt. En los 60 seguirá desarrollando su teoría sociológica, enfrentándose con Karl Popper, y continuará manteniendo un claro compromiso político: aunque rechazaba cualquier forma de manifestación violenta, su crítica se dirigía permanentemente contra todo abuso de poder. A esta última década pertenecen obras tan importantes como *Dialéctica negativa*, *Estudios sobre Hegel*, o *Teoría estética*.

“Hasta el árbol que florece miente en el instante en que percibe su florecer sin la sombra del espanto; hasta la más inocente admiración por lo bello se convierte en excusa de la ignominia de la existencia, cosa diferente, y nada hay ya de belleza ni de consuelo salvo para la mirada que, dirigiéndose al horror, lo afronta y, en la conciencia no atenuada de la negatividad, afirma la posibilidad de lo mejor”.

Jürgen Habermas Nació el 18 de julio de 1929 en Düsseldorf. Estudió filosofía, psicología, literatura alemana y economía en la Universidad de Gotinga, Zurich y Bonn, donde defendió su tesis doctoral sobre Schelling. En 1955 contrajo matrimonio con Ute Wesselhoeft y al principio trabajó como periodista, hasta que Adorno le invitó a formar parte del reinaugurado Instituto para la

Investigación Social (IIS) en Frankfurt. Allí entra en contacto con la Investigación Social empírica y reorienta sus intereses hacia la teoría crítica de la sociedad. En 1961 defiende su habilitación, centrada en el concepto de sociedad civil. Pasó así a ser profesor de la Universidad de Heidelberg, aunque siguió colaborando con el IIS con un proyecto de investigación sobre el movimiento estudiantil. Entre 1964 y 1971 ejerció como profesor en la Universidad de Frankfurt, y se convierte en uno de los principales representantes de la Teoría Crítica, publicando obras como *Conocimiento e interés*. En 1971 se traslada a Starnberg como director del Instituto Max Planck, continuando con su labor de investigación, con obras como *Problemas de legitimación en el capitalismo tardío*. En esta época recibe el reconocimiento de diferentes círculos intelectuales, materializado en diversos premios: el premio Hegel (Stuttgart, 1974), el premio Sigmund Freud (Darmstadt, 1976), y con el premio Adorno (1980). En 1981 publica su obra más importante: *Teoría de la acción comunicativa* y en 1983 es nombrado miembro de la Academia Alemana de la Lengua y la Poesía en Darmstadt. Entre 1983 y 1994 trabaja como profesor de Filosofía Social y Filosofía de la Historia de la Universidad de Frankfurt, publicando obras como *Conciencia moral y acción comunicativa, o El discurso de la modernidad*. Es nombrado doctor honoris causa por múltiples universidades y en *Facticidad y validez* reivindica una teoría normativa del Estado de derecho. Desde entonces no ha parado de recibir el reconocimiento internacional en forma de premios, y ha ido ocupando un lugar cada vez más relevante en el panorama intelectual no sólo alemán, sino también europeo, de modo que su pensamiento se ha convertido en un auténtico referente moral de nuestro tiempo.

“El Estado nacional, como marco para la aplicación de los derechos humanos y la democracia, ha hecho posible una nueva forma –más abstracta– de integración social que va más allá de las fronteras de linajes y dialectos.”

Walter Benjamin Filósofo, filólogo e historiador del arte, se especializó en temas de teoría de la literatura, en teoría del arte y en historia. Obras como *El concepto de crítica de arte en el romanticismo alemán* La obra de arte en la

época de su reproducibilidad técnica o El origen del drama barroco alemán se han convertido en clásicos de referencia obligada en el campo de la estética. Sus intereses filosóficos le llevaron a estudiar el marxismo y entabló también amistad con Bertold Brecht. Sus escritos sobre filosofía de la historia y los contactos que mantuvo con Adorno, y con otros miembros de la Escuela de Frankfurt, le hubieran convertido en uno de sus autores más importantes, de no ser por la prematura muerte de Benjamin en 1940.

Herbert Marcuse Filósofo alemán, que durante unos años trabajó dentro de la Escuela de Frankfurt. Los temas centrales de su pensamiento giran en torno a la crítica de las sociedades capitalistas occidentales. Entre sus obras más destacadas, hay que citar *Eros y civilización* y *El hombre unidimensional*. Su pensamiento jugó un importante papel en las revueltas estudiantiles de los años 60, cuando Marcuse se convirtió en uno de los filósofos que inspiraron estos movimientos.

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, en su modalidad de recopilación, procura efectuar un análisis que comprenda a algunos de los más connotados intelectuales en el escenario internacional, cuyas aportaciones teóricas nos permitan apreciar, a una mayor profundidad, las implicaciones tan trascendentales que significa el hecho tan cotidiano de encender la televisión en nuestro hogar y de “disfrutar” de la oferta televisiva, por varias horas al día.<sup>3</sup>

Es preciso acotar que nos restringimos deliberadamente en investigar sobre la historia de la televisión, sus etapas a nivel nacional o internacional ( de los cuales sólo efectuamos un breve esbozo en el capítulo uno), para concentrar nuestros esfuerzos en la labor de compendiar y sintetizar las aportaciones teóricas de autores de prestigio y reconocimiento mundial, cuyos análisis consideremos imprescindibles y pertinentes, exclusivamente cuando se refieren al fenómeno que suscita la televisión, ( lo cual comprende la mayor parte del trabajo realizado, en una laboriosa y paciente tarea de recopilación, lectura, comprensión y abstracción de sus pensamientos respecto del tema ), porque más que un aparato tecnológico, más que un avance científico, la televisión es un fenómeno social que influyó desde el primer momento en que una familia mexicana tuvo un televisor en su hogar y sigue influyendo a través de los años y de los cambios sociales que hemos experimentado. La televisión se ha convertido en un artículo de primera necesidad y, más que eso, en el principal agente de información y formación del hombre actual. La televisión se encuentra “in crescendo”, contra los augurios fatalistas que pronosticaban su fin con el pleno desarrollo de la internet, al contrario, la televisión se ha adueñado de nuestros tiempos, de nuestros

---

<sup>3</sup> ( En 1981 existían cerca de 9 millones de televisores en los hogares mexicanos y según datos del Instituto Nacional del consumidor, los niños pasaban un promedio de 1,460 horas anuales frente a la pantalla, en contra de las 960 horas en la escuela; para entonces eran más famosos los gansitos Marinela que el cura Hidalgo (Villamil Jenaro, 2005; pg 34).) en el mercado nacional, específicamente del sistema abierto, de los dos grandes consorcios privados que monopolizan la señal a nivel nacional: Televisa y Tv Azteca. Alrededor de 7 de cada 10 televidentes mexicanos prefieren alguno de los cuatro canales de Televisa y alrededor del 20 por ciento del auditorio prefiere alguno de los dos canales de Tv Azteca. (Villamil Jenaro, 2005; pg 52)

pensamientos, de nuestra capacidad de exigencia y razonamiento al grado, según Giovanni Sartori, de transformarlo inclusive.

El criterio de selección para efectuar el compendio de los autores obedeció a varias razones: el prestigio internacional que han consolidado a lo largo de una trayectoria singular, que en su prolífica labor intelectual incluyeran, en forma específica o concreta el tema, que sus aportaciones teóricas fueran pertinentes o susceptibles de ser aplicadas a nuestro país y que nos brindaran una interpretación más profunda y enriquecedora sobre nuestro fenómeno de estudio.

Como habíamos mencionado en líneas anteriores, la modalidad de nuestro trabajo es una investigación cualitativa que, en base a los autores propuestos nos brindarán el marco teórico desde el cual abordaremos el fenómeno que suscita la televisión, dada la imposibilidad de intentar glosar, aunque fuera brevemente, el complejo entramado teórico de perspectivas, algunas cambiantes, a lo largo de la vida de cada uno de ellos. Sin embargo, tal limitante nos permitió incluir los argumentos de distintos campos simbólicos, en palabras de Pierre Bourdieu, que oscilan desde la sociología marxista teórica alemana ( T. W. Adorno, Horkheimer, W. Benjamín ), la sociología francesa ( Pierre Bourdieu y Gilles Lipovestky ), la sociología italiana ( Giovanni Sartori ) hasta lingüistas como Noam Chomsky, o intelectuales angloparlantes como Karl R. Popper o el español Gustavo Bueno; sin olvidar la importancia del canadiense Marshall McLuhan o del semiólogo italiano Umberto Eco.

La presente tesis se inscribe en las que Umberto Eco<sup>4</sup> denomina de compilación, la cual “se limita a demostrar que ha revisado críticamente la mayor parte la “literatura” existente (esto es, de los escritos publicados sobre su tema ), ha sido capaz de exponerla con claridad y ha intentado interrelacionar los diversos puntos de vista, ofreciendo así una panorámica inteligente, quizá útil desde el punto de vista informativo para un especialista del ramo que no haya estudiado en profundidad tal problema particular (Eco, Umberto 2004; pg 19). “una tesis de

---



compilación también puede ser científicamente útil porque el compilador ha reunido y correlacionado de manera orgánica las opiniones ya expresadas por otros sobre el mismo tema. Del mismo modo todo un manual de instrucciones sobre como hacerse una caseta para el perro no es un trabajo científico, pero una obra que compare y comente todos los métodos conocidos para hacer una caseta ya puede plantear alguna modesta pretensión de científicidad. (Eco, Umberto, 2004;pg 45)

La única limitante de esta modalidad, como el mismo autor nos la especifica es tener presente una cosa: “una obra de compilación solo tiene sentido si no existe todavía ninguna parecida en el campo. Si ya existen obras comparativas sobre sistemas de casetas para perros, hacer otra igual es una pérdida de tiempo (o un plagio)”.(Eco, Umberto, 2004;pg 45)

Conforme al criterio anteriormente esbozado, al no existir una tesis de investigación como nuestra propuesta disponible en ningún ámbito educativo de nivel licenciatura en el Estado, y conforme ya lo anticipamos en líneas precedentes, se procuró recopilar exhaustivamente la información ( traducida o disponible en español, la cual es otra de sus limitantes intrínsecas) que los autores elegidos han escrito y se les ha publicado en nuestro idioma sobre la televisión; para posteriormente entrelazar sus diversos puntos de vista con el fin de que, en un último episodio, verificar la pertinencia y eficacia de sus discursos acerca de la televisión abierta mexicana actual; es decir, contrastar y dilucidar si son pertinentes o no a esta realidad tan concreta y específica como la nuestra, en base a la revista Proceso. A manera de acápite, este análisis es longitudinal, el cual comprende los últimos 5 años del semanario y de la programación televisiva abierta

No nos resta más que dar un enorme agradecimiento a esas personas que jamás perdieron la fé en mi trabajo, mi esfuerzo y mi éxito, primero que nada a Dios por darme la oportunidad de tener una vida de oportunidades, de tropiezos con los que he aprendido a ser más fuerte, por darme una hermosa familia a la que me admiro y amo. Agradezco a mi madre, quien es el pilar más importante en

mi camino, por el gran sacrificio que sé, que hizo por darme la educación que ahora tengo, por el enorme esfuerzo día a día para que yo continuará subiendo, por todo el apoyo que a diario me brinda para lo que me propongo y más que nada por el gran amor que me ha hecho la persona que hoy soy. A mi padre quien me ha dado más de lo que debería, quien también ha hecho grandes sacrificios para que yo terminará una carrera universitaria; por el cariño y la confianza que siempre ha depositado en mi. A mi tia Belem que a pesar de la distancia nunca nos ha dejado solos, siempre se preocupo por la familia; le agradezco la ayuda incondicional que siempre he recibido y esa gran fé en mi persona. A mis tios Mario y Silvia de quienes recibí gran apoyo desde que inicie la Licenciatura, mil gracias por ese granote de arena para que mis papas estuvieran más tranquilos y yo tuviera un lugar donde vivir, estudiar y hecharle todas las ganas del mundo a la escuela. Gracias a mi amigo y asesor de tesis Omar Vazquez quien me ha mostrado el camino del saber, a quien yo admiro y respeto mucho por su inteligencia y dedicación, le agradezco también esos consejos y platicas que me ayudaron en los más duros momentos, ¡¡gracias profe!!.

De igual manera agradezco por ser parte de mi vida a mis hermanos por los que siempre intentaré ser mejor persona, a mis amigos, tios, abuelo, primos y maestros.

A todos GRACIAS

¡¡¡¡LOS QUIERO MUCHO!!!!

¡¡¡¡Que Dios los bendiga siempre!!!!

## **CAPÍTULO I. ORIGEN, EVOLUCIÓN Y ESPECIFICIDAD DE LA TELEVISIÓN: LA CAJA UNIVERSAL. “LA GRAN MARAVILLA”**

Este capítulo procura abarcar, de manera concisa y breve, la historia de la televisión: como se crea, su país de origen y las primeras transmisiones; posteriormente, haremos mención de las tres etapas que tuvo la televisión en Iberoamérica<sup>5</sup>, y, de manera más específica y concreta, la historia a nivel México; con el fin de conocer, de modo más detallado, el impacto social, cultural y económico que tal medio de comunicación masiva ha suscitado en nuestro país, ya que la televisión es un fenómeno social que ha ejercido una enorme influencia en la familia mexicana y cuenta, en la actualidad, con un profundo arraigo en los hogares mexicanos, al grado de convertirse en un artículo de primera necesidad que forma y ha informado a nuestros congéneres.

### **I.I. LA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN. BREVE RESEÑA HISTÓRICA.**

La televisión es el resultado de uno de los rasgos más característicos del hombre: su insaciable curiosidad, pero antes de este invento tuvo que adquirir conocimientos de muchos campos más: óptica, magnetismo, astronomía, química, electrónica y otras disciplinas.

La historia del desarrollo de la televisión ha sido en esencia la historia de la búsqueda de un dispositivo adecuado para explorar imágenes.

Es en 1873 donde podemos situar el origen técnico de la transmisión de imágenes o visiones a distancia. La televisión fue posible por el descubrimiento en este mismo año, por el inglés W. Smith May, de que el selenio permitía la transformación de la energía luminosa en eléctrica.

---

<sup>5</sup> Nos basamos en el criterio de \_ John Sinclair (2000).

El primer dispositivo fue el llamado disco Nipkow, patentado por el inventor alemán Paúl Gottlieb Nipkow en 1884. Era un disco plano y circular que estaba perforado por una serie de pequeños agujeros dispuestos en forma de espiral partiendo desde el centro. Al hacer girar el disco delante del ojo, el agujero más alejado del centro exploraba una franja en la parte más alta de la imagen y así sucesivamente hasta explorar toda la imagen. Sin embargo, debido a su naturaleza mecánica el disco Nipkow no funcionaba eficazmente con tamaños grandes y altas velocidades de giro para conseguir una mejor definición.

En 1906, fue patentado el primer sistema de televisión pero los primeros dispositivos realmente satisfactorios para captar imágenes fueron el iconoscopio, que fue inventado por el físico estadounidense de origen ruso Vladimir Kosma Zworykin en 1923 y el tubo disector de imágenes, inventado por el ingeniero de radio estadounidense Philo Taylor Farnsworth poco tiempo después. En 1926, el ingeniero escocés John Logie Baird inventó un sistema de televisión que incorporaba los rayos infrarrojos para captar imágenes en la oscuridad. Con la llegada de los tubos y los avances en la transmisión radiofónica y los circuitos electrónicos que se produjeron en los años posteriores a la Primera Guerra Mundial, los sistemas de televisión se convirtieron en una realidad.

Las primeras emisiones públicas de televisión las efectuó la BBC en Inglaterra en 1927 y la CBS y NBC en Estados Unidos en 1930. En ambos casos se utilizaron sistemas mecánicos y los programas no se emitían con un horario regular. Las emisiones con programación se iniciaron en Inglaterra en 1936 y en Estados Unidos el día 30 de abril de 1939, coincidiendo con la inauguración de la Exposición Universal de Nueva York. Las emisiones programadas se interrumpieron durante la II Guerra Mundial, reanudándose cuando terminó.

El 19 de agosto de 1940 nace la TV a colores, cuando el ingeniero Guillermo González Camarena patenta en México su sistema de televisión tricromático.

Además, diseña una cámara con tubo orticón e ingresa a la XEW como operador. Así mismo este talentoso personaje patenta su creación en estados

unidos e inicia la realización de transmisiones experimentales desde su domicilio ubicado en la calle de Havre número 74, Ciudad de México.

De los años 50 en adelante la televisión ha venido mejorando en cuanto calidad visual, de sonido e incluso a aumentado su contenido hasta en un 500% de lo que era al principio, en México, Gonzáles Camarena creó el primer control remoto, mientras que en 1958 se crea el video tape que le da un sentido diferente en el trabajo detrás de cámaras.

Hasta los años 60's se trabaja con televisión abierta, una modalidad que ofrecen las televisoras mejor posicionadas, para llegar hasta hogares internacionales, pero pronto llega otra manera de ver la televisión, de que la gente conozca canales de todo el mundo y pague por ello...

## **I.2 TELEVISIÓN POR CABLE UN PASO MÁS EN EL DESARROLLO DE LA COMUNICACIÓN VISUAL**

La televisión por cable surge por la necesidad de llevar señales de televisión y radio, de índole diversa, hasta el domicilio de los abonados, sin necesidad de que estos deban disponer de diferentes equipos, como receptores, antenas, reproductores, etc.

La existencia de redes de televisión por cable o CATV (Community Antenna Television) se remonta a mediados de los años 40. En estos años, en Estados Unidos, concretamente en Oregón, un técnico montó una pequeña red que se puede considerar precursora de la televisión por cable. Estaba constituida por un sistema de antenas, amplificadores y mezcladores de señal. Esta señal combinada era distribuida mediante cable a sus vecinos, que de esta forma podían ver diversos programas sin necesidad de disponer de antenas y con un buen nivel de calidad.

En España, las primeras redes de televisión por cable aparecieron a principios de los años 80, especialmente en la modalidad conocida como vídeo comunitario, donde en un edificio o grupo de edificios se enviaba a través del

sistema de antena colectiva de televisión la señal de un reproductor de vídeo mediante el que el "administrador del sistema" pasaba películas a cambio de un cánon.

Estas "pseudo redes", especialmente a causa de los conflictos de los derechos de exhibición, fueron evolucionando y a finales de la década de los 80 surgen las primeras redes de CATV que ya emitían, junto a los canales españoles de televisión terrestre, diversos canales extranjeros, la mayoría procedentes de satélites, e incluso añadían alguno de producción propia, especialmente de carácter local, para hacerlos más atractivos. Estas redes han estado operando en la legalidad, ya que no existió un marco legal regulatorio, hasta que se promulgó, el 22 de diciembre de 1995, la *Ley 42/1995 de las Telecomunicaciones por Cable*.

### 1.3 CONSORCIOS TELEVISIVOS A NIVEL LATINOAMERICA

#### Chile

Antes de 1990, la televisión estaba administrada por una cadena estatal de televisión y cuatro canales universitarios. Con la liberalización del sistema, han aparecido nuevos canales de derecho privado.

- Nacionales
  - TVN (propiedad estatal)
  - Canal 13
  - Mega
  - Chilevisión
  - UCV
  - RED
  - ABT

- Nuevo Tiempo Televisión (Iglesia Adventista)

## México

La primera emisión de televisión ocurrió en septiembre de 1950. La televisión en México es algo similar al modelo televisivo norteamericano. Desde la década de 1960 hasta nuestros días, México ha sido una potencia televisiva en América Latina, no solamente por el alto nivel de audiencia de las telenovelas sino de otros programas.

- Nacionales
  - Televisa (canales 2, 4, 5 y 9)
  - TV Azteca (canales 7 y 13)
  - Canal Once del Instituto Politécnico Nacional
  - Canal 22 del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

En cuanto a las repetidoras en México encontramos actualmente los siguientes datos:

Telesistema Mexicano opera 225 estaciones concesionadas, distribuidas de la siguiente manera:

27 repetidoras de la cadena 2,  
60 repetidoras de la cadena 5,  
18 repetidoras de la cadena 9,  
1 del canal 4 de la Ciudad de México y 19 televisoras locales.

Las cadenas se complementan con otras 19 repetidoras independientes afiliadas: 1 de la cadena 2; 6 del 5 y 12 del 9.

Además tiene contratos de afiliación para ventas y programación, con 13 televisoras locales afiliadas.

En su conjunto, sus operaciones incluyen un total de 257 estaciones, de las cuales 225 son propias y 32 afiliadas.

## **CADENAS DE TELEVISIÓN**

Las cadenas de Televisión, están conformadas por las repetidoras que transmiten una de las señales originadas en la Ciudad de México: Canal 2, Canal 5 y Canal 9.

Las repetidoras, son estaciones que no cuentan con estudios para la producción local de programas y únicamente reciben una señal, ya sea vía satélite, microondas u otros sistema, Esta señal se retransmite en la localidad donde se encuentra instalada.

**Telesistema Mexicano** opera 225 estaciones repetidoras de las cadenas 2, 5 y 9, que en su conjunto forman dos cadenas nacionales, una cadena seminacional y el canal 4 de la ciudad de México.

## **Argentina**

La primera transmisión en la Argentina se realizó en 1951, dando origen al canal 7 (entonces LR4-TV), propiedad del pionero en radio y televisión, Jaime Yankelevich. En 1974 los tres canales privados de Buenos Aires (9, 11 y 13) fueron nacionalizados. Durante el gobierno militar (1976-1983), cada uno de estos tres canales fueron entregados a una de las tres ramas de las fuerzas armadas. En 1984, luego de un largo proceso judicial, Alejandro Romay, propietario de Canal 9, fue restituido del canal. Los canales 11 y 13 estuvieron bajo administración del estado hasta 1989, año en que fueron privatizados. Los canales de aire del interior del país retransmiten en gran parte la programación de los canales porteños.

- Nacionales
  - Telefe
  - Canal 13



- América TV
- Canal 9
- Canal 7 (público)

## **Colombia**

Desde su introducción en 1954, hasta 1998, la televisión estaba monopolizada por el estado. Sin embargo, en ese último año, se dio nuevas licencias a propietarios independientes para manejar cadenas de televisión.

- Nacionales
  - Caracol Televisión (privado)
  - RCN Televisión (privado)
  - Canal Uno
  - Institucional
  - Señal Colombia

## **Venezuela**

- Nacionales
  - Venevisión
  - Televen
  - Radio Caracas Televisión
  - Venezolana de Televisión

## **Uruguay**

- Nacionales

- Monte Carlo
- TVEO
- Canal 10
- Teledoce
- Tevé Ciudad
- VTV
- TV Libre
- La Red

## **Perú**

- Nacionales
  - América Televisión
  - Panamericana Televisión
  - Televisión Nacional del Perú

## **Republica Dominicana**

- Nacionales
  - Tele Antillas - Canal 2
  - CERTV - Canal 4
  - Tele Micro - Canal 5
  - Antena Latina - Canal 7
  - Color Vision - Canal 9
  - Telesistema - Canal 11
  - TeleCentro - Canal 13

## **Bolivia**

- Nacionales
  - Televisión boliviana(estatal)
  - Red Uno
  - Unitel
  - ATB
  - Bolivisión
  - Cadena A
  - PAT
  - SITEL
  - Televisión Católica
  
- Regionales
  - Televisión Universitaria
  - Televisión Colosal(Sucre)
  - RTP(La Paz)

## **Estados Unidos**

Las estaciones locales de televisión son independientes o están afiliadas a las grandes cadenas nacionales (ABC, CBS, NBC, Fox, UPN, The WB y PAX). Las principales cadenas de televisión en español son Univisión, Telemundo y Telefuturo. Public Broadcasting Service produce programación cultural-educativa para estaciones no comerciales. Entre las principales cadenas de televisión por cable están BET (f. 1980), Cartoon Network (f. 1992), CNN (f. 1980), Discovery Channel (f. 1985), Disney Channel (f. 1983), ESPN (f. 1979), Fox News Channel (f. 1996), Fox Sports Net, HBO (f. 1972), MSNBC (f. 1996), MTV (f. 1981),

Nickelodeon (f. 1979), SciFi Channel, TBS Superstation (f. 1976), TNT (f. 1988), USA Network (f. 1980), The Weather Channel (f. 1982), etc.

## 1.4 LA TELEVISIÓN EN IBEROAMÉRICA

Desde que la televisión irrumpe en la vida de las sociedades iberoamericanas, ésta se ha ido consolidando como el principal medio de difusión y comunicación de masas. Como características comunes debemos señalar el carácter comercial del medio y la estrecha relación que históricamente ha guardado con los gobiernos de turno, tanto civiles como militares. Hoy, como ayer, son millones los latinoamericanos que encienden, día tras día, sus televisores para entretenerse e informarse.

En sintonía con el investigador australiano John Sinclair (2000), constatamos que si bien cada país tiene su propia historia del desarrollo de la televisión, en el caso de América Latina, es posible observar tres etapas comunes a todas las naciones. A saber:

Primera etapa: correspondiente al período de implantación de la televisión durante las décadas de 1950 y 1960. Esta fase se caracterizó por el “apoyo” prestado por las redes de radiotelevisión estadounidenses (*NBC*, *ABC* y *CBS*) a la consolidación del nuevo medio bajo el modelo comercial. Asimismo, la influencia de las empresas norteamericanas en el Centro y el Sur del continente americano se hizo notar en la exportación de programas y en la inversión de capitales para la creación de emisoras (la presencia del consorcio Time-Life en el grupo *O Globo* de Brasil, por ejemplo) y en productoras de televisión (como sucedió en Argentina).

Segunda etapa: caracterizada por la madurez de la industria televisiva, tiene lugar en los años 70 y 80. Se trata de mercados nacionales consolidados con una importante producción propia de programas que en algunos géneros, como las telenovelas, se exportan de una manera generalizada.

Tercera etapa: Las emisiones televisivas vía satélite llegan hasta los hogares más remotos. Asimismo, la distribución de señales de televisión por cable alcanza en algunos países (por ejemplo, Argentina) cuotas de penetración altas. En este nuevo escenario los grandes productores latinoamericanos están formando alianzas con empresas globales, por ejemplo *Televisa* (México) y *Globo* (Brasil) con la compañía de Rupert Murdoch, *News Corporation* y *Sky Latin America* en DTH (Televisión Directa al Hogar). En consecuencia, las audiencias se internacionalizan y, al mismo tiempo, se fragmentan.

Como singularidad del continente puede decirse que grandes mercados de la región están dominados por cadenas de televisión que poseen un doble rol de productoras-emisoras de programas.

Dentro de la producción televisiva de los países que componen el mosaico iberoamericano, cabe destacar un género propio de formato televisivo que los países productores de América Latina exportan hoy a todos los continentes y por los que la televisión latinoamericana es conocida: la telenovela. Según el investigador mexicano Guillermo Orozco (2002), se trata del “producto más distinguido” de la programación latinoamericana puesto que, la telenovela, “además de reflejar rasgos de identidad, aglutina grandes audiencias frente a los televisores, provocando distintos sentimientos y evocando diversas aspiraciones”.

#### **1.4.1 EL SURGIMIENTO DE LA TELEVISIÓN MEXICANA**

A pesar de que las transmisiones de televisión en México se iniciaron oficialmente en 1950, la historia de este medio de comunicación en nuestro país se remonta varios años atrás. Dos décadas antes de ese comienzo formal, técnicos mexicanos ya experimentaban con la transmisión de imágenes a distancia, a veces con sus propios --y generalmente muy modestos-- recursos o con apoyo gubernamental. Más tarde, empresarios como Emilio Azcárraga Vidaurreta también destinarían recursos a la experimentación televisiva cuando, a

mediados de los años cuarenta, el nuevo medio de comunicación mostraba ya potencial para convertirse en un gran negocio.

A partir del último bienio de la década de los veinte, y de manera especial a partir de los años cincuenta en que la televisión comienza a funcionar de manera cotidiana y a transformarse en una presencia de singular importancia en la vida cultural, política y económica de México, ocurren una gran cantidad de acontecimientos que van conformando el complejo fenómeno en que la TV se ha convertido en nuestros días.

Los primeros experimentos de televisión en México corren a cargo de los ingenieros Francisco Javier Stavoli y Miguel Fonseca, ambos profesores de la Escuela Superior de Ingeniería Mecánica y Eléctrica (ESIME) y del Instituto Técnico Industrial. Stavoli era, además, el encargado técnico de la emisora XEFO del Partido Nacional Revolucionario (PNR), instalada en 1930 e inaugurada el 1 de enero de 1931, por lo que esa organización política le otorgó apoyo económico para viajar a Estados Unidos donde adquirió un equipo completo de televisión integrado por dos cámaras de exploración mecánica a base del disco Nikov, un transmisor y varios receptores, así como equipo adicional para realizar transmisiones experimentales.

En 1931 el equipo traído a México por el ingeniero Stavoli se instala en el edificio de la ESIME, ubicado en la calle de Allende, en el centro de la Ciudad de México, y la antena transmisora se coloca en la iglesia de San Lorenzo, en la esquina que forman Allende y Belisario Domínguez. Después de realizar algunas pruebas de campo, se lleva a cabo la transmisión inicial: el rostro de la señora Amelia Fonseca, esposa del ingeniero Stavoli, es la primera imagen que se transmite en México por televisión.

Después, en 1934, un destacado alumno del ingeniero Stavoli, el joven Guillermo González Camarena, nacido en Guadalajara, Jalisco, en 1917, luego de confeccionar el sistema de televisión tricromático, creando con ello la televisión a color y patentarlo en estados unidos, comienza a realizar por su cuenta programas experimentales de televisión.

En 1935 por disposición del Presidente de la República, general Lázaro Cárdenas del Río, los estudios de la radiodifusora XEFO del Partido Nacional Revolucionario le son facilitados al ingeniero González Camarena para que continúe sus experimentos en materia televisiva. Asimismo, la emisora se encarga de traer un equipo de televisión a México.

**TRANSMISIÓN DEL PNR:** El 16 de mayo el Partido Nacional Revolucionario convoca a la prensa para mostrar públicamente el equipo de televisión que planea adquirir con el fin de integrarlo a su proyecto de "propaganda y difusión cultural". Se realiza una transmisión desde el edificio ubicado en Paseo de la Reforma número 18, la cual es dirigida por el ingeniero Javier Stavoli.

En 1940 nace la televisión a colores. El 19 de agosto el ingeniero González Camarena patenta en México --con el número de registro 40 235-- su sistema de televisión tricromático basado en los colores verde azul y rojo. Además, diseña una cámara con tubo orticón e ingresa a la XEW como operador.

Más tarden 1942 Guillermo González Camarena patenta en Estados Unidos --con el número de registro 2 296 019-- el sistema de televisión tricromático. También inicia la realización de transmisiones experimentales desde su domicilio ubicado en la calle de Havre número 74, Ciudad de México.

El 7 de septiembre, de 1946 a las 14.30 horas, se inaugura la estación experimental XHIGC, instalada y operada por el ingeniero González Camarena. Las transmisiones regulares se llevan a cabo los sábados y se hacen desde el domicilio de González Camarena (Havre 74) a los estudios de la XEW o de la XEQ. Las señales también son recibidas en las instalaciones de la Liga Mexicana de Radio Experimentadores, en la esquina de Bucareli y Lucerna.

Mientras que un año más tarde el Presidente de la República, Miguel Alemán Valdés, solicita al músico Carlos Chávez, director del Instituto Nacional de Bellas Artes (INBA), que nombre una comisión encargada de analizar cuál de los dos sistemas de televisión predominantes en el mundo, el estadounidense (comercial-privado) y el británico (monopolio estatal), es el más conveniente para

México. La Comisión del INBA se integra por el escritor Salvador Novo y por el ingeniero Guillermo González Camarena quienes, durante el mes de octubre, viajan por Estados Unidos y Europa para cumplir con la instrucción presidencial.

Antes de emprender su viaje de estudio, Guillermo González Camarena instala, en el mes de septiembre, algunos circuitos cerrados de televisión en las tiendas más importantes de la Ciudad de México y en los cines de la Cadena de Oro, en ese momento propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. En estas demostraciones se invita al público asistente a mirar su imagen en el receptor de televisión a la vez que se anuncian diversos productos y servicios. El interés que despiertan estos circuitos cerrados es tal que continúan instalándose hasta 1950, poco "tiempo antes de la inauguración formal de las transmisiones de TV en México.

En 1948 la Comisión del INBA entrega al presidente Miguel Alemán el resultado de la investigación encomendada. El texto consta de dos partes. La primera, escrita por Salvador Novo, se refiere a los aspectos administrativos, de organización, financiamiento y contenido programático de los sistemas de televisión estadounidense y británico. No recomienda explícitamente que se adopte alguno de los dos en México, sin embargo vierte elogios con respecto a la televisión británica, operada por la British Broadcasting Corporation (BBC).

La segunda parte, elaborada por el ingeniero González Camarena, constituye una recomendación formal para que México adopte el sistema estadounidense. Las razones expuestas son de índole técnica y económica: se argumenta que todos los experimentos hechos en México hasta ese momento se han realizado con base en las especificaciones técnicas vigentes en Estados Unidos, que los aparatos fabricados en México funcionan de acuerdo con esas especificaciones y, por último, que para poner a funcionar la televisión en el país será necesario importar una gran cantidad de aparatos receptores y resultará mucho más fácil traerlos de Estados Unidos que de Europa.

Luego en agosto, la Secretaría de Economía expide el permiso oficial para que los laboratorios GON-CAM, propiedad de Guillermo González Camarena, operen comercialmente. En las instalaciones de esta empresa se fabrican equipos



transmisores de televisión, generadores de sincronía, consolas de operación, amplificadores de distribución, mezcladoras de audio y video, y antenas de transmisión. Entrevistado por la revista Transmisiones González Camarena declara que "el dinero invertido en los experimentos (de televisión) es incalculable y el apoyo económico para costearlos se debe a don Emilio Azcárraga"

**PRIMER CONTROL REMOTO:** En el mes de septiembre se realiza, con la dirección del ingeniero González Camarena, el primer control remoto desde la Exposición Objetiva Presidencial, un evento organizado por el gobierno de la república en el Palacio de Minería como complemento al segundo informe de gobierno del presidente Miguel Alemán Valdés.

**TV EN LA EDUCACION:** Se realiza la primera demostración de televisión en blanco y negro con fines educativos. Ello ocurre durante la celebración de la VII Asamblea de Cirujanos, que se efectúa en el Hospital Juárez de la Ciudad de México, cuando con la dirección del ingeniero González Camarena se transmite en circuito cerrado una intervención quirúrgica.

En 1949 se otorga la primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión. Se trata de XHTV, Canal 4. El titular de la misma es la empresa Televisión de México, S.A., propiedad de Rómulo O'Farril, dueño en esa época del diario Novedades de la Ciudad de México. El segundo control remoto se realiza en el mes de septiembre de este mismo año, en esta ocasión desde la Exposición Objetiva Presidencial instalada en el Estadio Nacional. Nuevamente González Camarena está a cargo de la dirección.

En 1951 se inician las transmisiones regulares del Canal 2, XEW TV, concesionado a la empresa Televimex, S.A., propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta. El programa inaugural es un encuentro de beisbol transmitido en control remoto desde el Parque Delta (más tarde llamado Parque Deportivo del Seguro Social), en la Ciudad de México. ene de las empresas estadounidenses General Electric y Laboratorios Dumont.

El año de 1956 Telesistema Mexicano inicia negociaciones con la empresa Ampex para adquirir equipo de grabación en cinta de video que ese año había salido al mercado. Dos años después, en 1958, Telesistema adquiere, a través de su canal filial XEFBTV de Monterrey, la primera máquina de video tape que opera en el país. Esta innovación tecnológica revoluciona la producción televisiva en nuestro país, ya que permite grabar y editar los programas reduciendo drásticamente la "salida al aire" de errores. Asimismo, la grabación en cinta de video da Telesistema Mexicano la oportunidad de exportar programas, especialmente telenovelas, a Latinoamérica y Estados Unidos. El 3 de abril de 1959 se difunde el primer programa grabado en video tape en México, se trata de un capítulo de la serie Puerta de suspenso.

Para grabar programas de televisión se utilizaba anteriormente una técnica llamada kinescopio, a base de película cinematográfica de 16 milímetros, pero la calidad de la imagen obtenida era muy deficiente.

En 1962 Guillermo González Camarena patenta en México, Estados Unidos y otras naciones otro sistema de televisión a colores: el bicolor simplificado, que se establece a base de los colores verde-naranja y verde-azul.

En noviembre del mismo año, el ingeniero Guillermo González Camarena obtiene la autorización para efectuar a través de un canal abierto, ya no como experimento, sino con carácter comercial, transmisiones de televisión a colores. La primera transmisión se realiza el 8 de febrero de 1963 en el Canal 5 con el programa Paraíso Infantil, que a partir de esa fecha se transmite cada sábado (originalmente se planeaba que la primera transmisión fuera el 21 de enero de ese mismo año, pero problemas técnicos lo impidieron).

Al principio las transmisiones a colores son escasas por la insuficiencia de equipo en las televisoras, y privilegio de una minoría, pues la oferta de aparatos receptores capaces de registrar esas señales es mínima y su consumo está reservado para sectores muy reducidos (la mayor parte de las personas que

sienten curiosidad por ver la TV cromática acuden a tiendas comerciales en donde se instalan aparatos receptores).

Con el tiempo, el número de programas que se transmiten a color aumenta: Escaparate 360, Los Thunderbirds, Telemundo y muchos más. Para 1967 se llevan a cabo varias transmisiones especiales a colores como el tercer Informe de Gobierno del presidente Gustavo Díaz Ordaz y la pelea de revancha por el campeonato mundial de peso pluma entre Vicente Saldivar y Howard Winstone celebrada en el estadio Azteca.

No pasó mucho tiempo para que llegaran a nuestro país las primeras transmisiones internacionales en vivo. Se trata de imágenes transmitidas a México por microondas --todavía no por satélite-- provenientes de Estados Unidos. El primer suceso de importancia mundial que la televisión mexicana difunde en vivo y en directo es el lanzamiento de la nave Mercury IX con el cosmonauta Gordon Cooper a bordo. También en 1963 se reciben en México las escenas del funeral de John F. Kennedy, asesinado en noviembre de ese año, y la coronación del Papa Paulo VI. Este último acontecimiento se transmite de Roma a Nueva York por satélite y de ahí a México por microondas.

Más tarde en octubre de 1964 el satélite estadounidense Syncom III transmite desde Tokio, Japón, los Juegos Olímpicos realizados ese año. Las imágenes de la inauguración llegan a Estados Unidos vía satélite y luego a México por microondas.

Entre 1960 y 1968, el año clave de las olimpiadas y del movimiento estudiantil mexicano, la industria televisiva se consolida, se expande y se refuerza la fórmula mexicana a partir de los tres grandes ejes expuestos: concentración, supeditación política y comercialización. La matanza del 68 marcó un quiebre no solo político sino también mediático. La era del entendimiento tradicional entre el régimen y los concesionarios privados se suspendió. En el ocaso de su presidencia Díaz Ordaz enfrentó la sombra de su papel como responsable de la mayor represión en la historia posrevolucionaria con un intento de reforzar el control del gobierno sobre la televisión. La concreción de ello fue el reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en 1969 a menos de diez meses de la

matanza, que creó el polémico y famoso impuesto en especie del 12.5 % conocido desde entonces como "los tiempos fiscales". (Villamil Genaro, 2005 pg: 24)

El 20 de mayo de 1969, la empresa Cablevisión S.A., filial de Telesistema Mexicano, obtiene la concesión para prestar el servicio de TV por cable en la Ciudad de México, el cual se empieza a proporcionar un año después, en 1970.

Para finales de los 60 existían cerca de dos millones y medio de televisores y más de diez millones de unidades de radio en México. "En México ya es cada vez más claro que el medio es el régimen y su mensaje fundamental se expresaba al finalizar el sexenio Diazordista: control y sumisión a cambio de concentración y prebendas". (Villamil Genaro, 2005 pg: 27)

En 1976 el consorcio Televisa adquiere el 20 por ciento de las acciones de la empresa Spanish International Communication Corporation (SICC) de los Estados Unidos y funda el sistema Univisión, que incluye estaciones en Los Angeles, Nueva York y San Antonio, gracias al cual exporta programas vía satélite y microondas hacia ese país

Para marzo de 1983 el gobierno de la República anuncia la creación de un organismo denominado Instituto Mexicano de Televisión bajo cuya responsabilidad queda el manejo de los recursos del Estado en esa área. El Canal 13 y su red nacional, los canales 22 del Distrito Federal, 8 de Monterrey, 2 de Chihuahua y 11 de Ciudad Juárez, la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE) y la red Televisión de la República Mexicana (TRM) quedan a cargo del nuevo organismo.

El 1 de septiembre de 1989 inicia sus transmisiones en México un nuevo sistema de TV por suscripción. Se trata de MVS Multivisión, que emplea una tecnología nunca antes utilizada en nuestro país: el sistema denominado MMDS, sigla que significa Multichannel Multipoint Distribution System, es decir, Sistema de Distribución Multicanal Multipunto.

El sistema MMDS consiste en el envío, a través del espacio aéreo, de señales de televisión codificadas hacia los hogares de los suscriptores a quienes se dota previamente del equipo necesario para la recepción (antena, decodificador y control remoto). Funciona en el segmento de 2500 a 2696 megahertz

En 1992 La Unidad de Televisión Educativa (UTE) inicia la transmisión de la telesecundaria y otros programas educativos a través del sistema de satélites Morelos. En 1993 pone en marcha su proyecto de transmitir teleconferencias a diversas instituciones de educación en la república. Y el 23 de junio de éste año sale al aire una nueva televisora cultural: el Canal 22, XEIMT. Aunque este canal operaba desde 1982 como parte del sector estatal de televisión, su transformación en emisora cultural se remonta al 26 de enero de 1991 cuando un grupo de 800 intelectuales mexicanos publica en la prensa nacional una carta abierta dirigida al presidente Carlos Salinas de Gortari solicitándole que esa frecuencia no sea privatizada y se le destine, en cambio, a la difusión cultural.

A diferencia del Canal 11, que opera bajo el régimen de permiso, el 22 cuenta con una concesión cuyo titular es la empresa de propiedad estatal Television Metropolitana S.A. de C.V. Su primer director es el escritor José María Pérez Gay.

Pero fue hasta el 18 de julio de 1993, después de permanecer más de veinte años bajo la administración del Estado, el Canal 13 de televisión pasa nuevamente al sector privado. Junto con el 13 y su red nacional, son "desincorporados" el Canal 7 con sus repetidoras en la república y el Canal 2 de Chihuahua. Para efectuar la "desincorporación" el gobierno tiene que regularizar la situación legal de los canales, pues muchos de ellos, especialmente los de la red 7, tienen el estatuto de permisionados lo cual impide formalmente su venta debido a que la legislación de la materia señala que solamente los canales concesionados pueden cederse en operaciones de compraventa. Crea, entonces, una serie de empresas parastatales --la más grande llamada Televisión Azteca-- para que se conviertan en concesionarias de los canales que conforman las redes

13 y 7. Al final pone a la venta dos cadenas nacionales, una con 90 canales (la del 13) y otra con 78 (la del 7).

La privatización de los que fueran canales del Estado se lleva a cabo después de un largo y complicado proceso de licitación pública en donde participan cuatro sociedades empresariales y en el cual resulta elegido para efectuar la compra el grupo Radio Televisora del Centro, encabezado por el empresario Ricardo Salinas Pliego propietario de la cadena de venta de artículos electrodomésticos Elektra. El grupo adquiriente paga alrededor de 650 millones de dólares por un "paquete de medios" que incluye, además de las cadenas de televisión, la cadena de salas cinematográficas Compañía Opreadora de Teatros, S.A. y los Estudios América, ambos de propiedad estatal. En adelante, el sistema de canales que alguna vez fue conocido como Imevisión llevará el nombre de TV Azteca.

Al concluir 1995 México contaba con una estructura para la transmisión de señales de televisión que se resume de la siguiente manera: un total de telehogares estimado en 15.5 millones; una cifra de canales de TV abierta (bandas VHF y UHF) estimada en 561 estaciones en operación; 143 sistemas de televisión por cable; 21 concesiones otorgadas para operar el servicio de TV pagada por microondas conocido como MMDS (Multichannel Multipoint Distribution System, o Sistema de Distribución Multicanal Multipunto) y un total de 257 estaciones terrenas para comunicación vía satélite (la transmisión de señales de radio y TV ocupaba el 40 por ciento de los servicios prestados por el sistema de satélites mexicano). Se esperaba, asimismo, que durante 1996 los sistemas de TV directa al hogar vía satélite ya autorizados comenzaran a operar.

En lo que se refiere a la TV abierta, Televisa contaba con cuatro cadenas nacionales de televisión identificadas con el número de la estación "ancla" de cada una de ellas en la Ciudad de México: Canal 2, Canal 5, Canal 4 y Canal 9. En conjunto las cuatro cadenas incluyen 298 estaciones en la república, de las cuales 240 son propiedad de Televisa --concesionadas a diferentes filiales del

consorcio 19 tienen participación mayoritaria de éste; y 39 son independientes pero repiten la programación de las mencionadas cadenas nacionales.

Sin embargo en el año de 1995 TV Azteca aún no lograba poner en funcionamiento la totalidad de los canales de televisión que obtuvo para las redes nacionales 7 y 13 (78 para el primero y 90 para el segundo). Sin embargo, gracias a la instalación de transmisores nuevos en puntos estratégicos del territorio nacional había logrado una cobertura importante. Al finalizar 1995, el Canal 13 tenía una red de 54 estaciones que cubría 14.2 millones de hogares (aproximadamente el 92 por ciento del total, calculado en 15.5 millones), mientras que el 7 contaba con una red de 37 estaciones con las cuales cubría 11.8 millones de hogares (el 76 por ciento del total).

Para octubre de 1996, la agencia IBOPE reportaba la existencia de 16 millones de hogares y un incremento en la cobertura de las redes 7 y 13. La primera llegaba a 15 millones de hogares (90 por ciento), mientras que el 13 cubría 15.5 millones, equivalente a 94 por ciento.

#### **I.4.2. ETAPAS DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO**

Carlos Monsiváis, considerado actualmente uno de los más prestigiados intelectuales del México contemporáneo, ha concretizado parte de su labor en continuar la tradición de Salvador Novo, en el ejercicio de cronista de la ciudad de México. Por esta razón, y con su inconfundible estilo, hemos decidido transcribir las etapas que él propone en el surgimiento y el impacto social y cultural que suscitó en nuestro país este medio de comunicación masivo.

**PRIMERA ETAPA DE LA TELEVISIÓN: 1952-1960** "Generación del asombro reverencial", se llama así porque aceptan prácticamente todo lo que se les da y es impresionante cualquier cotidianidad transmitida por televisión. Lo que se ve es lo de menos, lo maravilloso es el aparato, las imágenes; esto se acrecienta con el fútbol, con los noticieros que mundializan la información. A la televisión la nacionalizan las telenovelas, al proclamar lo obvio: lo mas

entretenido, y por lo mismo lo mas divertido, es lo mas vinculado al melodrama, que es el lenguaje de la familia.

La televisión irrumpe y trastorna los hábitos hogareños, que renuncian a la ortodoxia de la vida familiar. Al cambiar el uso del tiempo libre, la familia misma se modifica, porque se reinventan drásticamente sus hábitos de conversación, de entretenimiento, de jerarquías visuales.

Se desgastan velozmente las fortalezas del tradicionalismo al extinguirse el aislamiento del mundo con solo el trámite de encender el aparato.

Se modifica el habla colectiva al restringirse y ajustarse el vocabulario, se convierte a los anuncios comerciales en los estímulos del día. Esta afirmación la podemos ver ejemplificada en el programa "otro rollo" conducido por Adal Ramones, quien se ha convertido en un ser omnipotente porque puede hacer y decir lo que quiera y como quiera, frente a quien quiera, gracias a el se han introducido palabras altisonantes al medio televisivo, además de las bromitas a cualquier persona, no importa quien sea, cantante, actor, político, etc.

Especialmente en provincia, la televisión es el adversario que hace a un lado la misa de 7, las veladas familiares, las sensaciones de quietud vespertina, al deambular por las calles como el coctel nómada. Al imponerse la televisión, el costumbrismo va siendo cada vez más un acto devocional de la memoria.

LE SIGUE LA GENERACIÓN DE LA RUTINA ENTUSIASTA: 1960-1968. La televisión un hecho centralizador, es la única diversión a salvo de la violencia urbana, "el contagio moral" y la voluntad de los espectadores. Moraleja: si la programación no te divierte, te toca transformar tu idea de diversión, porque "la tele" no va a cambiar.

La censura es implacable, pero se acepta con resignación: a empresa sabe mejor que nosotros lo que le conviene a la familia. Mientras se desarrolla el placer



por la telenovela, se acentúa la definición implícita del televidente: aquel que acepta lo que le dan.

La telenovela es la otra familia del espectador, la que vive en los escenarios convincentes, la que sufre con estilo y entre muebles carísimos, la que atraviesa en una hora por las desventuras que, en realidad, la mayoría de los espectadores juzgarían irrelevantes.

Para 1968 hay 2 millones de aparatos de televisión y un gasto anual en publicidad de 40 millones. Gracias a las telenovelas y a ciertos programas cómicos Televisa se expande, su otro gran asidero son los juegos de fútbol.

Televisa responde a los designios de la era del PRI que se extingue el 2 de julio del 2000 (fecha en que no inició la era del PAN). Se arremete a la oposición y se magnifica todo acto oficial. Durante el movimiento estudiantil de 1968 invisibiliza a los estudiantes y defiende los actos represivos del gobierno de Gustavo Díaz Ordaz y esto más que ningún otro hecho, determina el fin de una etapa luego del 2 de octubre, al surgir la primera alternativa en forma de deuda o reclamo iracundo: “mienten, las cosas no son así, calumnian, ocultan la verdad, tergiversan”. Eso no deriva en fugas masivas de los televidentes, sino en la pérdida de la confianza absoluta.

DE 1960 A 1990. El ritmo de la televisión mexicana es constante, no muy imaginativo, sujeto a la censura, imitativo a grados de disciplina férrea. La televisión es lo inevitable, todos poseen un aparato, pero van surgiendo opciones, canales que compiten con Televisa sin mayor fortuna y de cualquier manera al incrementarse las opciones se da el salto del “monoteísmo” al “politeísmo” el monitoreo resulta muy pronto el ejercicio compulsivo: “a ver que más hay”.

Durante un periodo es impresionante la fuerza que alcanzan, por ejemplo los polivoces, Héctor Suárez, Pompín Iglesias, Clavillazo, el programa Siempre en Domingo, conducido por Raúl Velasco, El noticiario de Jacobo Zabludovsky, el humor para “la chiquillada” de Chabelo y Ricardo González Cepillín. En este

periodo, antes de que un proceso muy selectivo del DVD comience a recoger las telenovelas y programas cómicos, no se concibe la revisión metódica de logros y etapas de la televisión mexicana, la crítica sistemática todavía no existe, y la suerte de las estrellas se estaciona en el limbo del recuerdo, ya nada les toca a las segundas figuras que luchan por dejarse ver en los programas y en los pasillos de las televisoras: se me hace tu cara conocida. Y que se habrá hecho aquella muchacha tan guapa que salía en la serie que te gustaba mucho? Todavía en el año 2000, la gran tradición televisiva es el olvido. "Imagen eres y en sobra del control remoto te convertirás". (Monsivais, proceso, julio 2004 pg: 65).

### **1.5 CARACTERES ESPECIFICOS DE LA TELEVISIÓN.**

La televisión era el logro más importante desde la producción y preservación del fuego, según crónicas de principios del siglo pasado. Un logro que se iba a desarrollar, años después, en la más poderosa herramienta de difusión pública que el hombre jamás hubiera conocido. Esta heredaría del cinematógrafo un público habituado a percibir las imágenes como representaciones de la realidad y a exponerse a ellas para subvertir el orden de su propia realidad. Ello en el aspecto del contenido de sus emisiones.

La televisión, más que un conjunto de elementos técnicos entrelazados para transmitir una secuencia de puntos electromagnéticos a distancia, es una institución de comunicación. Por eso mismo, se ha desprendido de su estudio la cuestión de la ingeniería técnica y se le ha asignado al campo de la sociología de las comunicaciones.

Una institución es heredera de la cultura que la forma y la televisión no puede pertenecer a una realidad ajena a la que le nutre y le da contexto. Una corriente de ideas prevaleciente en un tiempo, imprime su característica primordial en el medio de comunicación que ese tiempo y esa cultura consideren privilegiado para enterarse del acontecer, solidificar los valores y establecer las medidas del futuro.

Muchos de los relatos posteriores a 1950, ya sean de tipo sociológico o literario, toman a la televisión como un simbólico centro de reunión de todos los caminos que conducen al encuentro del rostro difractado, roto, del hombre en la era de la bomba atómica. Por otro lado, nos encontramos a quienes ven la televisión como un símbolo de la moderna creación de mitos y como un vehículo para acelerar la unión solidaria de los seres humanos en torno a los problemas que les aquejan.

La televisión se considera ,actualmente, como el medio por excelencia para la transmisión de mensajes, tanto por su amplia cobertura, como por la influencia que llega a tener en conducta y opiniones colectivas, este proceso de socialización, esa cultura televisiva, se aprende a través de la experiencia: el sujeto se siente parte del mundo visivo, conoce a los líderes de opinión en pantalla o es testigo de lo que acontece en cualquier punto del planeta, sin importar tiempo y espacio, cada vez va siendo más difícil conocer la frontera entre lo real y lo visivo, reforzándose así el carácter de verisimilitud y credibilidad de que goza la televisión, ya que se va diluyendo la necesidad de verificar la relación entre experiencia y representación visual.

A partir de la década de 1970, con la aparición de la televisión en color los televisores experimentaron un crecimiento enorme lo que produjo cambios en el consumo del ocio. Y es importante mencionar al color, como uno de los elementos formativos de la imagen en la codificación, las maneras en que el ojo humano y el cerebro interpretan el mundo del color influye inapreciablemente en el mensaje televisivo, situaciones que son aceptadas por el ojo . Frecuentemente tienen diferente impacto en la pantalla, el receptor puede tener fuertes reacciones psicológicas a colores que aparecen adyacentes en la imagen, aunque en realidad se encuentre en un plano diferente.

Otro aspecto importante es lo referente a la sintaxis, esto es la manera en que se construye la gramática en la imagen televisiva, los diferentes movimientos de cámara, los encuadres y transiciones entre secuencias o escenas. La unidad básica de la imagen visual en la televisión es el plano dentro del cual se provee la información explícita o sugerida, en cuanto a la acción que ocurra y en cuanto a su contexto en el tiempo y en el espacio.

La televisión tiene en particular dos elementos que la diferencian del cine y otros medios, y que constituyen la base del lenguaje específico de esta, estos elementos son: la programación y el relato directo.

En suma, la televisión nace sin tener que responder a una necesidad concreta. Es vista como un objeto de la tecnología eléctrica en el contexto de comunicación operativa que respondía a prioridades de expansión del sistema económico y militar. (Lorenzo Vilches, 1993; pg18)

La tecnología de la televisión responde a una investigación científica y técnica, pero su efecto es accidental. Es decir, si la televisión no hubiera sido inventada ciertos hechos sociales y culturales de nuestro tiempo no hubieran ocurrido. Para esta hipótesis se pueden ofrecer 5 proposiciones:

La televisión fue inventada como resultado de una investigación técnica y científica:

1. Su poder como medio de noticias y entretenimiento ha sido tan grande que ha alterado a todos los precedentes medios de información y entretenimiento.
2. Su poder como medio de comunicación social, es tan grande que ha alterado muchas de nuestras instituciones y formas de relación social.

3. Sus propiedades inherentes como medio electrónico han alterado nuestra percepción básica de la realidad, y por ende nuestras relaciones con los otros y con el mundo.

4. Como poderoso medio de comunicación y entretenimiento ha tomado parte junto con otros factores- tales como la creciente movilidad física, siendo ella misma el resultado de otras nuevas tecnologías inventadas- en la alteración de la escala y la forma de nuestras sociedades.

5. La televisión ha sido desarrollada como un medio de noticias y entretenimiento. Ello ha tenido consecuencias imprevistas no solo sobre los otros media de información y entretenimiento, reduciendo su viabilidad e importancia, sino también en el proceso central de la familia y la vida cultural y social. (Lorenzo Vilches, 1993; pg18).

## PROGRAMAS Y MÁS...

		16:00	La vida es una canción
PROGRAMACIÓN CANAL 13 (TV AZTECA) LUNES A VIERNES	las	17:00	Lo que callamos mujeres
05:30	A quien corresponda	18:00	Ventaneando
06:00	Hechos am	19:00	Machos
09:00	Cada mañana	20:00	Los Sánchez
11:45	Con sello de mujer	21:00	Amor en custodia
14:00	El amor no es	23:00	Hechos noche
como		23:15	Buenas noches
	lo pintan		Edit Serrano
15:00	Hechos		

23:30	Los protagonistas de la noche	en vivo
23:45	Entre lo público y lo privado	15:00 Los años maravillosos
		15:30 Grand Prix
		17:15 Tardes de película
		19:00 Ay caramba

PROGRAMACIÓN CANAL 7 (TV AZTECA) LUNES A VIERNES (NO INCLUYE HORARIO DE INFOMERCIALES)

12:30	Película	20:00 Los Simpson
13:00	Kolitas	20:45 Futbol Alemania 2006 Juego de Preparación México vs Hungría
13:30	A quien corresponda	23:00 The contender
14:00	Los protagonistas	

PROGRAMACIÓN CANAL 2 (TELEVISA) DE LUNES A DOMINGO

Telenovelas

- Peregrina
- Rebelde
- Barrera de Amor
- Alborada

Unitarios

- Hoy
- Nuestra Casa
- Muévete
- Vidatv el Show
- Mujer Casos de la Vida Real

- 100 Mexicanos Dijeron
- Bajo el Mismo Techo
- Vas o no Vas
- En Familia con Chabelo
- Guía de Padres
- Cantando por un Sueño
- La Parodia
- Barra de las 10
- El Privilegio de Mandar
- La Familia Peluche
- Vecinos
- La Hora Pico
- Los Perplejos
- Noticieros
- Primero Noticias

- Lolita Ayala
- Joaquín López-Dóriga
- Diálogos por México
  - Deportes
- Noticiero TD
- Más Deporte
- Acción
- La Jugada
  - Contenido
- Tras la Verdad
- México Nuevo Siglo
- Oppenheimer Presenta
- Zona Abierta
- Los Reporteros

PROGRAMACIÓN CANAL 5  
(TELEVISA) LUNES A DOMINGO

#### **Cine**

- Megacine Cinco Espectacular

- Acceso 5
- Tetracine 5
- Cine Shock
- Matiné del Sábado
- Cinelandia
- Unitarios**
- Incógnito
- Otro Rollo
- No Manches
- El Espacio de Cositas
- Series**
- Malcolm el de en medio
- Plaza Sésamo
- Smallville: Superman
- Hechiceras
- Caricaturas**
- Mucha Lucha
- Trollz
- Dragon Booster
- Bob Esponja
- Las Tortugas Ninja

Por la mañana Noticieros con los sucesos del día anterior; las dos televisoras dicen lo mismo, uno en Hechos AM y otro en Primero Noticias. Son notas que no profundizan en nada y dicen poquito de todo. Luego a las 9 de la mañana comienza en las dos televisoras principales programas de revista dirigido a las amas de casa (tips de belleza, cocina, el resumen de las telenovelas, arreglos para el hogar) lo mismo en ambos canales. Lecciones para ser “una gata feliz”.

Mientras tanto en el canal 5 (televisa) y 7 (TV Azteca) Series y caricaturas norteamericanas con poco o nada de contenido cultural; súper héroes o típicas caricaturas o series con líneas norteamericanas.

Por la tarde a la hora de la comida nuevamente noticieros mas resumidos que los de la mañana, solo es un aperitivo de desgracias antes de comer para luego continuar con el postre que son los chismes de los artistas; sin dejar de lado los talk shows donde el morbo es el ingrediente principal.

No faltan por la tarde como a las 4 de la tarde los programas de revista y concurso donde los conductores muestran dotes de simios expuestos en un circo; entre los que figuran Vida TV, 100 mexicanos dijeron, Vas o no Vas con boletazo, donde se cumplen los sueños de "cualquier persona", convertirse en millonario en tan solo una o media hora de programa; entonces para que matarse trabajando toda la vida, si puedes ir a la tele y ganar mucho dinero.

Pero para que Televisa no se quede con todo el público soñador, TV Azteca ofrece a las mujeres del hogar historias trágicas o de puro "amor" donde no importa ser pobre o inculto, entupido o incrédulo mientras estés con el amor de tu vida. La novela rosa triunfa (hablamos por supuesto Lo que Callamos las mujeres y La vida es una Canción).

A partir de las 5 o 6 de la tarde comienza la barra de Telenovelas en ambos canales, típicas historias de pobres que se vuelven ricos, enredos amorosos, feos que se vuelven guapos y ya por la noche en el último refrito de Televisa una historia de época (Alborada) donde el plebeyo termina siendo el Príncipe, conde o Rey para casarse con la huérfana, bastarda o plebeya hermosa como ninguna otra.

En el mismo horario pero en el canal 13 "Amor en Custodia" una historia llena de secretos, celos, amores prohibidos...



A las 10 de la noche de lunes a viernes en Televisa programas de comedia que manejan doble sentido, cuerpos semidesnudos de mujeres, humor político y ofreciendo pocas opciones de diversión sana y con un contenido educativo.

A las 10:30 PM dan inicio los Noticieros en ambos canales. Regularmente principian con la misma información, contrario a lo que ocurre cuando existen conveniencias en las notas (Televisa regularmente responde a intereses extranjeros y políticos).

En el Canal 5 y 7 siguen por la noche series norteamericanas o películas.

En el canal 2 y 13 continúan programas de entrevista política y debate.

Ya después de la media noche da inicio la venta de productos “maravilla” con los que la gente da solución a cualquier problema (muchas veces creado por el propio medio).

Concluimos que en México se maneja información homogeneizada y tendenciosa, programas que entorpecen el pensamiento humano, evitan el fomento de la lectura y del razonamiento. Ofrecen simple y llana diversión con la que la gente logra enajenarse y muchas veces perder la noción de su realidad.

## **CAPÍTULO 2. LA IMPORTANCIA DEL MEDIO EN EL MENSAJE. MARSHALL MACLUHAN.**

Los mensajes forman parte esencial de la vida del ser humano, es la esencia de la comunicación, por lo tanto importa como y por donde se transmite el mensaje. En este capítulo veremos a dos grandes autores, cuyos análisis han trascendido e impactado en las concepciones teóricas que se han escrito sobre la televisión, primero a Marshall Mc Luhan, quien nos expone como la televisión se ha convertido en algo tan cotidiano que sus contenidos son parte también de nuestra vida diaria y que, si bien nos brinda extraordinarias posibilidades culturales ( documentales, noticias al instante, programas informativos y de entretenimiento, etc. ) el uso de imagen y audio, la sintaxis restrictiva, los tiempos efímeros de cada nota, el manejo de cámaras, etc. son definitivos en la configuración o construcción de los mensajes de los cuales sirve de soporte y mediatiza y, por ende, de la forma de percibirlos lo cual, según Giovanni Sartori, está conformando un nuevo tipo de consumidor que, en detrimento de las facultades racionales de reflexión, discernimiento y análisis de contenidos ( "homo sapiens sapiens" ), cada vez se restringe a una gama de estímulos visuales efímeros e incesantemente nuevos que crea un nuevo tipo de espectador: "homo videns" ..

### **2.1 LA TELEVISIÓN O EL GIGANTE TÍMIDO. MARSHALL MC LUHAN**

La televisión se ha convertido en un ente social cotidiano, simple y conocido por todos, al grado de que los niños en Norteamérica, particularmente Estados Unidos, se encuentran expuestos aproximadamente de 6 a 7 horas frente a un televisión: en nuestro país, la televisión se ha venido convirtiendo en un accesorio indispensable o artículo de primera necesidad en todo hogar mexicano, por consiguiente, si bien no existen estudios concluyentes o definitivos, se ha tratado de estudiar el efecto ( particularmente el nocivo ) que ésta puede generar

en el grupo de población más susceptible de sus efectos: los niños de los primeros años escolares.

Mac Luhan explica la perfecta habilidad sicomimética que llevan a la práctica los mandamientos de la televisión. Escudriñan, hurgan, desaceleran y se implican profundamente. (Mc Luhan, 1988:376). Porque simple y llanamente los niños de hoy en día, pasan mucho más tiempo con la televisión que con sus padres o hermanos, debido a la vida tan acelerada que estamos adquiriendo, tanto hombres como mujeres.

Y ya inmersos en este mundo de imágenes Sartori asevera que súbitamente les lleva al cálido medio de la estampa con sus pautas uniformes y su rápido movimiento lineal. En vano se esfuerzan por leer en profundidad lo que se ve impreso. (ibidem). Tampoco se puede referir a niños que creen todo, porque la infancia de México ya se encuentra más despierta y no se convence de cualquier cosa, empero, si la única verdad que conocen es la que muestra la televisión, entonces si hablamos de niños con personalidad televisiva.

Por otro lado, la adaptación de la televisión a los procesos más que a los productos muy bien envasados explica la frustración que muchas personas sienten con este medio al utilizarlo para fines políticos como bien se ejemplifica en un artículo de Edith Efron en TV Guide, donde se nombraba a la televisión "El gigante Tímido" (Mc Luhan, 1988:377). Este nombre no es a lo que pretendemos llegar con la presente investigación, porque no se trata de un medio omnipotente, ni al que la gente teme, al contrario, hay mucha confianza en la televisión, y una relación tan cotidiana y fácil, como con algún miembro de la familia.

## **2.2. EL MEDIO ES EL MENSAJE.**

Esto significa que las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio resultan de la nueva escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva. Mucha gente estaría dispuesta a decir que el

significado o mensaje no es la máquina sino lo que se hace con ella. El contenido de todo medio es otro medio. El contenido de la escritura es el discurso, del mismo modo que el contenido de la imprenta es la palabra escrita y la imprenta, el del telégrafo. (Mc Luhan, 1988:186). Esto es lo que propone Mc Luhan, que el mensaje se interpreta o se define por el medio.

El mensaje de cualquier medio o tecnología es el cambio de escala, ritmo o patrones que introduce en los asuntos humanos.

El hecho de que el medio es el mensaje, se da porque el medio modela y controla la escala, es como una forma de las asociaciones y trabajo humanos. Los contenidos o usos de estos medios son variados e incapaces de moldear las formas de acción humana. Lo más típico es que “los contenidos” de cualquier medio nos impida ver su carácter. (Mc Luhan, 1988:186).

En este sentido, puedo ejemplificar en el sentido en el que la televisión nos dice más que el propio mensaje, es decir, como medio, puede llenarnos de un mayor contenido que la propia información. Muchas veces el simple hecho de que la televisión este encendida llena una satisfacción que la historia dicha o contada de otra manera no lograría.

Otro buen ejemplo lo dice el propio Mc Luhan cuando explica que la luz eléctrica deja de llamar la atención, en tanto que medio de comunicación, porque carece de “contenido”. Este elemento no se considera un medio mientras no alumbre una marca registrada. (Mc Luhan, 1988:187).

Así la televisión, como un medio, no se puede decir que no es tomada en cuenta, porque tanto los contenidos como el medio en si son importantes, porque gracias al medio ( y las específicas y distintivas características que refleja en los mensajes), hace que el contenido adquiera un mayor impacto y una respuesta deseada, en la mayoría de los casos.

Anteriormente, el mensaje, según parecía, era el contenido, y la gente preguntaba de qué trataba un cuadro, pero nadie preguntaba de qué trataba una melodía, una casa o un vestido. (Mc Luhan, 1988:191).

Es que ahora todo tiene significado, desde un color, hasta una postura, no es lo que digas, sino cómo lo digas.

Por ejemplo, la gramática de la imprenta no puede ayudar a interpretar el mensaje de la cultura e instituciones orales y no escritas. Cualquier medio tiene el poder de imponer sus propios supuestos al incauto.

En nuestro entorno alfabetizado, no estamos más preparados para encontrarnos con la radio y la televisión que el nativo de Ghana para vérselas con la lectura. Él saca de su mundo tribal colectivo y lo deja varado en el aislamiento individual. (Mc Luhan, 1988:193). Todo depende del mayor o menor grado de desarrollo de las sociedades, de la educación, costumbres y cultura en general.

David Sarnoff aseveró que los productos de la ciencia moderna no son en sí buenos o malos; es la manera en que se emplean lo que determinan su valor; ante esto dice entonces Mc Luhan, las armas, en sí, no son buenas ni malas: es la forma en que se utilizan lo que determina su valor. Es decir, si las balas alcanzan a la persona correcta, entonces las armas son buenas. Si el tubo catódico de la televisión dispara la munición adecuada a las personas adecuadas, entonces es bueno. Pasa por alto la naturaleza del medio, en el verdadero estilo narcisista de quien está hipnotizado por la amputación y extensión de su propio ser en una nueva forma tecnológica. (Mc Luhan, 1988:189).

Con estas declaraciones no afirmo que la televisión dirija o no su poder a la gente adecuada, no estamos hablando de algo que se controle tan fácilmente como un arma, incluso, la televisión pasa sin ser vista, es decir, realiza sus efectos sin que sus receptores lo perciban. Creo que aquí podemos referirnos al poder de la televisión por ser un medio empleado para infinidad de cosas, incluso para manipular y no a “la gente adecuada”, sino a todo el que se pueda. No puedo

aseverar entonces que la televisión sea buena ni mala, simplemente porque tiene infinidad de ventajas y desventajas, como medio y como ente cotidiano, pero lo que es evidente es que la responsabilidad cae en la gente que la maneja, puesto que les sirve a ellos y a su conveniencia, que es lo que nos esta llevando, a que sea un producto mas para quien quiere vender y ganar, verbigracia, los dueños de Televisa y Tv Azteca en México.

A medida que nos volvemos más conscientes de los efectos de la tecnología en la información y manifestación psíquicas, perdemos toda fe en nuestro derecho de asignar la culpa. En un mundo de tecnologías visuales y tipográficas, el niño, el disminuido, la mujer y la persona de color aparecen como víctimas de la injusticia. (Mc Luhan, 1988:194).

Actualmente en México y el mundo entero, nos dejamos llevar por las imágenes, por lo ya establecido como bonito o feo; perfecto o imperfecto, etc ; todo mediante la vista, sentido al que se le ha dado mayor virtud y característica primordial de la televisión.

“Si resulta que el poder formativo de los medios son los mismos medios; los medios tecnológicos son materia primas o recursos naturales, igual que el carbón, el algodón y el petróleo (Mc Luhan, 1988:197-98). Esto es simple, porque realmente los medios son el recipiente y nosotros vemos que ponemos en ellos y como los utilizamos, al mismo tiempo de decidir para que y hacia quien...

Puede percibirse que nuestros sentidos humanos, de los que los medios son extensiones, son también costes fijos para nuestras energías personales y que además, configuran nuestra conciencia y experiencias. (Mc Luhan, 1988:197-98), como anteriormente decía extensiones de nuestros sentidos es lo que desarrollamos con los medios de comunicación y como tales los usamos y valoramos, en relación a nuestro sentido y sentimiento. Al llegar a este punto podemos ver como los medios, en especial la televisión nos lleva a un mundo de entretenimiento, de verdades supuestamente “absolutas” que plasman ideologías,

pensamientos y preferencias, así como le da importancia y prioridad a los diversos temas que absorben y encierran nuestra sociedad.

En palabras de Mc Luhan y como respuesta convencional a todos los medios, a lo que le atribuimos mas importancia es al contenido de los medios, y a saber, que lo que cuenta es como se utilizan, que fielmente refleja la postura embotada del idiota tecnológico.

“El contenido de un medio es como el apetitoso trozo de carne que lleva el ladrón para distraer al perro guardián de la mente. El efecto de un medio solo se fortalece e intensifica cuando le sirve a otro medio de “contenido”. (Mc Luhan, 1988:195).

Entonces con estas declaraciones podemos pensar que el contenido es lo que le da forma a los medios, sin embargo el medio tiene gran trascendencia, en especial la televisión, que es el medio que concierne a la presente tesis, porque el televisor como medio masivo de comunicación dice y maneja los mensajes de la forma que el productor, director o los propios dueños del medio quieren. Así mismo el lenguaje va de acuerdo al público al que se quiere llegar y de forma determinada para recibir la reacción o respuesta deseada.

La tecnología por si misma llama la atención de la gente, ahora sólo le resta a los que están detrás de ella manejar los mensajes en conveniencia y a favor de sus intereses. “Los efectos de la tecnología no se producen al nivel de las opiniones o de los conceptos, sino que modifican los índices sensoriales, o pautas de percepción, regularmente y sin encontrar resistencia. (Mc Luhan, 1988:195).

Aquí aclaro que se puede decir sin resistencia, porque realmente estamos acostumbrados a dejarnos llevar por las programaciones, nos interesamos en la vida de la gente que sale en televisión, los medios tecnológicos van directo a nuestros sentidos y sentimientos y desde ahí juegan con nuestros deseos y necesidades, además de sugerir y lograr que la gente acepte ideologías liberales y muchas veces ajenas a nuestras tradiciones.

“El hombre en una sociedad alfabetizada y homogeneizada deja de ser sensible a la diversa y discontinua vida de las formas. Adquiere la ilusión de una tercera dimensión y del punto de vista individual, se cierra en la toma de conciencia de Blake, o del salmista, de que nos convertiremos en lo que contemplamos”. (Mc Luhan, 1988:196).

Los mexicanos, lamentablemente somos una sociedad con educación de baja calidad con un porcentaje de alfabetización deficiente para la cantidad de gente que vivimos en este país y con ello somos el blanco perfecto de la publicidad televisiva, porque logran hacernos caer en la ilusión de falsos deseos e ideales, porque si fuese real que nos convirtiéramos en lo que contemplamos, entonces todos seríamos millonarios, guapos o bonitas, delgados y felices al lado de el hombre o mujer de nuestros sueños, toda una utopía que vemos en televisión a diario y que vivimos deseando día a día.

“La aceptación dócil y subliminal del impacto de los medios los ha convertido en cárceles sin muros para sus usuarios humanos. Cualquier medio es además un arma poderosa con la que se puede destrozar a otros medios y grupos” (Mc Luhan, 1988:197-98). Es precisamente por lo que explica Mc Luhan que se le llama a los medios de comunicación el cuarto poder, porque tienen la capacidad para elevar, dar poder, destrozar, vender, enjuiciar, burlar y hacer lo que quiera con quien quiera, claro siempre y cuando se permita llegar hasta ese extremo (aunque lo que vemos es otra triste realidad en México, la televisión se mete hasta la vida privada de la gente, hace realmente lo que quiere sin que nadie le ponga límite o regla alguna) y es increíble ver los efectos que tiene la televisión en este ámbito, sobre todo si hablamos de política, donde realmente tiene efectos notorios dentro de elecciones y preferencias partidistas y personales.



### **2.2.1. LAS CONSECUENCIAS DEL EMPLEO DE LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE ENVÍO DE MENSAJES. DE HOMO SAPINES A HOMO VIDENS.**

Entre los efectos más perniciosos que éste medio ( la televisión y sus caracteres específicos ) pueden suscitar en el ser humano es, en consideración de Giovanni Sartori, es que hombre se acostumbre a ver, ya no tanto a leer, ni a razonar, solo a mirar y dejarse llevar por verdades aparentes: en síntesis, crear un nuevo tipo de hombre.

Con la llegada de la televisión a mediados de nuestro siglo, el ejercicio de “ver” del hombre se había desarrollado en dos direcciones: sabíamos engrandecer a los mas pequeños y sabíamos ver a lo lejos. Pero la televisión nos permite verlo todo sin tener que movernos. (Sartori; 1999, Pg:31).

### **2.2.2 DOS MEDIOS MODERNOS EN EL PODER**

Actualmente contamos con dos visores extraordinarios: la televisión que nos muestra imágenes de cosas reales, es fotografía y cinematografía de lo que existe. Por otro lado, el ordenador cibernético que nos enseña imágenes imaginarias desde el conocido Internet. La llamada realidad virtual es una irrealidad que se ha creado con la imagen pero que es en realidad solo la pantalla. (Sartori; 1999, pg:31-33).

Cuando nos sentamos frente al televisor, sabemos que lo que vemos existe, que hay un lugar o un alguien tal y cual no lo muestra el televisor, mientras que en el Internet ¿dónde nos paramos? O de qué manera introducimos o sacamos todo lo que existe en el espacio virtual, creado, ideado y dedicado a existir, sin ser palpable.

Pero la transformación de la naturaleza o de lo que nos rodea es muy diferente dentro de la televisión que dentro del Internet; la televisión es la que modifica, fundamentalmente la naturaleza misma de la comunicación, pues traslada del contexto de la palabra, al contexto de la imagen. (Sartori; 1999, pg: 35). Esto nos indica una gran ventaja de la televisión que es el sonido aunado a la imagen, las palabras y lo que expresa todo esto junto.

### **2.3 EL ADVENIMIENTO DEL “HOMO VIDENS”**

La televisión no es un anexo; es sobre todo una situación que modifica sustancialmente la relación entre entender y ver. Hasta hoy, el mundo y sus acontecimientos se nos relataban, actualmente se nos muestran y el relato esta solo en función de las imágenes que aparecen en la pantalla. (Sartori, 1999, pg: 36) Por mi experiencia en el medio sé que en las televisoras se trabaja en función de las imágenes que se tengan para vestir el relato, esta claro que aun nuestros padres disfrutaban de ejercitar su imaginación con los relatos que sus antecesores les contaban, ahora no es necesario entretener a nuestros niños con cuentos e historias, porque simplemente van al televisor y ven entretenimiento hecho.

Con esta nueva manera de entender y ver las cosas nos encontramos frente a lo que Giovanni Sartori afirma sobre el nacimiento del “homo videns. Dice que podemos deducir que la televisión esta produciendo una permutación, una metamorfosis, que revierte en la naturaleza misma del homo sapiens y que es a la vez también “paidea”, un instrumento antropogenético, un medium que genera un nuevo “anthropos”, un nuevo tipo de ser humano. (Sartori, 1999, pg: 36). Y es que ante esto, podría decir que tal vez en cada época de la vida y con cada avance tecnológico somos nuevos hombres, reaccionamos y razonamos de diferente manera debido a que nuestro contexto y conocimientos cambian, igualmente nuestra forma de conocer y de vivir.

Por consiguiente, ese hombre cambiado y racionalizado de diferente manera, un día fue niño y en este aspecto, ahora la televisión es la primera escuela del niño y el niño es un animal simbólico que recibe su "imprint" (importancia educacional,) en imágenes de un mundo centrado en el hecho de ver. (Sartori; 1999, pg:37). La situación la tenemos ejemplificada fielmente en cada familia, porque desde niños crecemos viendo a la televisión como un integrante más de la familia, el problema es que el niño es una esponja que registra y absorbe indiscriminadamente todo lo que ve. El pequeño va adquiriendo conocimientos y de ahí desarrolla su personalidad, cree todo lo que ve, aunque aquí pueden haber dos resultados, o un niño que se cree todo y piensa que es fácil la abstracción de ideas, que crece cómodo porque todo lo tiene desglosado; o un niño que aprende rápido gracias a que registra y conoce, un niño que no se cree todo porque está acostumbrado a ver lo que sabe que no existe, o más bien lo que no cree por que ya no tiene fantasías.

El niño formado en la imagen, se reduce a ser un hombre que no lee y, por tanto, la mayoría de las veces, es un ser "reblandecido por la televisión", adicto de por vida a los videojuegos. (Sartori; 1999, pg:37). Muchos niños bien comienzan con la televisión, pero cuando descubren que pueden interactuar con ella mediante videojuegos, entonces es cuando hay tele adictos y adictos a los videojuegos, pero lo realmente importante que quiere resaltar Giovanni Sartori es que el video-niño algún día se convertirá en adulto y este será sordo de por vida a los estímulos de la lectura y del saber transmitidos por la cultura escrita. Esta declaración es bastante condenante, es cierto que se crece con menos fomento a la lectura, pero creo que no al extremo de tener un comportamiento sordo al saber. Aunque lamentablemente ha disminuido el hábito de lectura, demostrado porque el mexicano compra un solo libro al año y tan solo lee la mitad del mismo.

Ahora, también Sartori nos habla de cultura y la maneja en su crítica a la televisión, porque para él, el término cultura, en su aceptación antropológica y sociológica, quiere decir que todo ser humano vive en la esfera de su cultura (Sartori;1999, pg:38). Vive en un contexto coordinado, de simbolizaciones que constituyen la cultura, y al igual que Umberto Eco atribuye cierta cultura como la

del entretenimiento banal que solo busca vender y globalizar conceptos, emociones y tradiciones, pero Sartori la llama la cultura del ocio, una cultura de la imagen y una cultura juvenil. Aunque por otro lado cultura es además sinónimo de "saber": una persona culta es una persona que sabe, desarrollado en la lectura, bien informada. Esto también lo maneja Umberto Eco, como un concentrado de conocimientos, la cultura, como educación e inteligencia desarrollada.

"No es verdad que el alfabeto y la prensa hayan promovido una fragmentación, de especialización y de alejamiento, la tecnología electrónica promueve la unificación y la inmersión". Ni siquiera estas consideraciones pueden demostrar superioridad alguna de la cultura audio-visual sobre la cultura escrita. (Sartori;1999, Pg: 39) Lo que Sartori quiere decir es que aunque la televisión cuente con imagen, sonido, música y palabras nada sustituye, la imaginación, el desarrollo de nuestra razón, pensamiento, la lectura nos lleva al mundo que queramos, pero eso si, construimos nuestra realidad en base a experiencias a lo que hemos aprendido y con ello no hay distorsión alguna a favor de intereses ajenos.

Los libros están al alcance sólo de los que saben leer, de los que quieren conocer y de los que están despiertos al mundo real, La cultura del libro es de unos pocos, mientras que la audiovisual es de la mayoría.(Sartori;1999, Pg:40), esto es porque la mayoría de los mexicanos podemos ver, pero no leer, porque aun seguimos viviendo en una sociedad elitista y a pesar que los libros ya los vemos venderse en enormes cantidades solo unos cuantos tenemos el afán y habito de leer.

Aquí no estamos hablando del progreso de la televisión (de su crecimiento) sino de una televisión que produce progreso. Estamos viendo una televisión que nos cuenta todo lo que pasa en algunos lugares del mundo, los progresos que tenemos, sin embargo como tratamos únicamente los canales nacionales, entonces los tiempos y espacios en televisión los dedicamos mas que al progreso a la dependencia del sentimentalismo y entretenimiento.

Lo que se preguntó Sartori es ¿En que sentido la televisión es progresiva, en cuanto que mejora un estado de cosas ya preexistentes?. La televisión beneficia y perjudica, ayuda y hace daño. Es un arma de doble filo, nos podemos beneficiar recorriendo una infinidad de conocimientos, pero la televisión es tan poderosa que también puede manipular o simplemente convencer y aceptar el mundo tal y cual lo muestra.

Una segunda generalización dice que es verdad que la televisión “estimula”; este efecto de la televisión es dinámico y diferente. Porque como la televisión entretiene, divierte y el “homo ludens”, el hombre como animal que goza, que le encanta jugar, nunca ha estado satisfecho y gratificado en toda su historia.

(Sartori;1999, Pg: 42). La televisión tiene la capacidad de hacer surgir emociones, por ello se dice que es dinámico, y lo que mas llama la atención es la cultura espectáculo, la diversión es lo que mas se busca en el tiempo libre que uno se sienta en el televisor.

Por el contrario, es también seguro que frente a estos progresos hay una regresión fundamental: el empobrecimiento de la capacidad de entender (Sartori;1999, pg:43), esto es a lo que nos referíamos anteriormente con el arma de dos filos, en este sentido nos acostumbrados a que todo lo que aparece en televisión esta claramente especificado, cada idea evoca una imagen y con ello no nos deja nada a la imaginación, sin embargo no por esto somos incapaces de entender lo que esta pasando, lo que realmente sucede es que es mas cómodo no pensar ni razonar acerca de determinado tema o situación.

La llegada de la televisión fue inevitable, pero por el hecho de serlo no debe aceptarse a ciegas. Al principio, cuando la televisión era una novedad se aceptaba absolutamente todo como realidad y aun cierto porcentaje de la población mexicana ve a la televisión como una transparencia de la vida, sin embargo no es así, la televisión puede manejar la realidad como quiera y llevar las conclusiones de las personas hasta donde mas le convenga.

En conclusión, referimos “Todo el saber del homo “sapiens” se desarrolla en la esfera de un “mundus intelligibilis” ( de conceptos y de concepciones mentales) que no es en modo alguno el mundo “sensibilis”, el mundo percibido por nuestros sentidos. La cuestión es: la televisión invierte la evolución de lo sensible en inteligible y lo convierte en “ictu oculi”, en un regreso al puro y simple acto de ver: “la televisión produce imágenes y anula los conceptos, y de este modo atrofia nuestra capacidad de abstracción y con ella toda nuestra capacidad de entender”. (Sartori, 1999; Pg: 47). La sentencia de este autor condena al hombre a ser alguien que no tiene capacidad para entender ni razonar frente al fenómeno de la televisión, frente a la costumbre de preferir lo hecho, es decir lo que se puede ver y no lo que se puede imaginar. Sin embargo sin sonar pretenciosa en mi juicio creo que el hombre si puede llegar darse cuenta que la televisión manipula, sin embargo podría verse esta virtud en los dueños de los medios de comunicación, aunque otros tantos lo saben pero prefieren seguir siendo receptores pasivos.

Así mismo, dice Sartori que el lenguaje conceptual es sustituido por el lenguaje perceptivo que es infinitamente más pobre, no solo en cuanto a palabras, sino sobre todo en cuanto a la riqueza de significado, de capacidad connotativa. Pero porque lo perceptivo nos rebaja, porque simplemente lo conceptual nos lleva a imaginar a forzar más nuestra capacidad intelectual y no creer solo en lo que creemos que puede pasar por lo que estamos viendo.

La imagen no da, por si misma, casi ninguna inteligibilidad. Es verdad que no hay integración, sino sustracción y que, por tanto, el acto de ver esta atrofiando la capacidad de entender. (Sartori, 1999; Pg: 50). Mas bien ver es parte de entender, porque este sentido es muy importante desde el nacimiento, al crecer vamos aprendiendo de lo que nos rodea y la visión es parte esencial para un aprendizaje completo. Y esto lo confronto con la aseveración de Sartori que es que el acto de ver empobrece el entendimiento, este empobrecimiento esta ampliamente compensado por la difusión del mensaje televisiva y por la accesibilidad a la mayoría. (Sartori,1999; Pg:51). Tal vez el verlo todo desarrollado en la televisión si nos convierta en flojos visuales, flojos de pensar, sin embargo

ver sigue siendo parte esencial del hombre y nos ayuda a aprender, sin embargo no debemos olvidar que hay que usar la razón aunado a la visión.

La conclusión vuelve a ser que “un conocimiento mediante imágenes” no es un saber en el sentido cognoscitivo del término y que, más que difundir el saber, erosiona los contenidos del mismo. (Sartori, 1999; pg:52). Creo que en esta aseveración Sartori puede ser paradójico, porque el conocimiento mediante imágenes si funciona cuando se lleva de manera educativa, de manera certera y no tratando de engañar nuestros sentidos, no tratando de hacernos tontos visuales, sino inteligentes de manera rápida y tal vez fácil.

Ahora, como la televisión maneja “saber creado”, se dice que el televisor es un instrumento monovalente que recibe imágenes con un espectador pasivo que lo mira, mientras que el mundo multimedia es un mundo interactivo y polivalente cuya máquina es un ordenador que recibe y transmite mensajes digitalizados. Nos preguntamos entonces ¿Esta superada la televisión?, no hay razón para suponer que la televisión será anulada por el Internet, ya que estos instrumentos ofrecen productos diferentes. No se trata de superación sino de protagonismo. (Sartori, 1999; Pg: 53) Y estamos en la era cibernética, donde todo se mueve a través del ciberespacio, sin embargo la televisión sirve para informar noticias actuales, lo que nos acontece diariamente y nos entretiene, eso no se lo va a robar el Internet, el Internet mas que nada es para información general, sobre cualquier tema, además de servir como medio de comunicación cuasi interpersonal.

El punto débil de la televisión es que generaliza, en el sentido de que no proporciona productos suficientemente diferenciados “via eter”. La televisión debe ofrecer productos de masa, productos que lleguen a un público muy numeroso. El Internet proporciona productos a medida de diferentes intereses. Sin embargo también la televisión se esta fragmentando, en centenares de canales dirigidos a audiencias concretas. Al especializarse de este modo, la TV cubrirá también nichos que resultarán competitivos con los nichos de los cibernautas. (Sartori, 1999; Pg: 54). Es cierto la televisión se especializa cada vez mas, pero no en general, es decir no si hablamos de la televisión abierta mexicana, canal trece,

siete, dos y cinco, entonces vemos que la programación es un chilaquil, la especialización se da por cable y no todos tienen acceso a esto.

La televisión se caracteriza por una cosa: entretiene, relaja y divierte. Cultiva al “homo ludens”; pero la TV invade toda nuestra vida. Después de haber formado a los niños, continúa formando, o de algún modo influenciando a los adultos por medio de la “información”. La mayoría de esas noticias son deportivas o sobre asuntos del corazón.

## **2.4 USOS POLÍTICOS DE LA TELEVISIÓN**

Saber de política es importante, porque condiciona toda nuestra vida y nuestra convivencia. (Sartori, 1999; Pg: 65) Esto si que se adapta a la televisión mexicana, la nota roja invade nuestra vida diaria, además de la afición principalmente por el football y sin olvidar las historias tristes de gente que ni ayudan, solo la venden como producto del supermercado, aunque últimamente si se tratan temas políticos, la televisión les da la forma de payasos con los que debemos divertirnos, les hace falta la seriedad debida.

Entendemos que la video-política no caracteriza solo a la democracia. El poder de la imagen está también a disposición de las dictaduras. La democracia ha sido definida con frecuencia como un gobierno de opinión y esta definición se adapta a la aparición de la video-política. Actualmente, el pueblo soberano “opina” sobre todo en función de como la televisión le induce a opinar. Y en el hecho de conducir la opinión, el poder de la imagen se coloca en el centro de todos los procesos de la política contemporánea.

La televisión condiciona fuertemente el proceso electoral, ya sea en la elección de los candidatos, bien en su modo de plantear la batalla electoral o en la forma de ayudar a vencer al vencedor. La televisión condiciona, o puede condicionar al gobierno. (Sartori, 1999; Pg: 66). Más bien como lo hemos visto actualmente en México, todo incluso las personas o los partidos se convierten en



productos, ahora no convencemos o ayudamos al candidato a ganar las elecciones, sino que vendemos como medio de comunicación basada en la publicidad, al candidato en si. El ejemplo más claro y perfecto es como en el 2000 Vicente Fox ganó las elecciones como candidato del PAN, se le creó una imagen en base a marketing y mercadotecnia que convenció al pueblo mexicano y en eso la televisión tuvo mucho que ver.

## 2.5 ORIGEN DE LA OPINIÓN PÚBLICA

Sartori también formula la duda de ¿Cómo nace o cómo se forma la opinión pública?, y dice que con mucha frecuencia la opinión pública es un dato que se da por descontado. Esta tiene una ubicación, debe ser colocada: es el conjunto de opiniones que se encuentra en el público o en los públicos. Debemos añadir que una opinión se denomina pública no solo por que es el del público, sino también porque implica la res pública, la cosa publica, es decir argumentos de naturaleza pública: los intereses generales, el bien común, los problemas colectivos (Sartori,1999; pg:69). En México, la opinión publica ha tomado mucho valor, ha llegado a ser la voz de lo que el pueblo quiere o piensa, pero que es lo que realmente el pueblo mexicano quiere o sabe?; aunque la opinión publica que conviene sale a la luz y la que no conviene a alguna ideología, economía o política del gobierno, o simplemente de los dueños de los medios no sale, sin embargo recordemos que lo que vende se transmite y lo que no , aunque sea alguna opinión importante deje de serlo para convertirse en nada, en voz callada y hundida en el circulo de mudez obligada.

La opiniones son convicciones frágiles y variables. La democracia representativa no se caracteriza como un gobierno del saber sino como un gobierno de la opinión, que se fundamenta en el público sentir de res pública. (Sartori,1999; pg:71). Vemos que el gobierno esta dejando de ser a puerta cerrada, de ser la autoridad intocable de palabras o criticas, ahora vemos en la televisión que primero engrandece a un personaje, como lo imita, lo burla y le da pauta a la gente para criticarlo, acabarlo como persona y político.

Como ciudadanos también tienen el derecho a expresar opiniones sobre política, pero no opiniones acreditadas a las que se les debe dar un significado o valor especial. La video política atribuye un peso desproporcionado a quien no representa una "fuente autorizada". Esto representa un pésimo servicio a la democracia como gobierno de opinión. La televisión favorece la emotivización de la política, una política dirigida y reducida a episodios emocionales, contando una infinidad de historias lacrimógenas y sucesos conmovedores. La cultura de la imagen creada por la primacía de lo visible es portadora de mensajes "candentes" que agitan nuestras emociones, encienden nuestros sentidos y nos apasionan. (Sartori, 1999; pg: 115), llega a hacernos creer que cualquier persona puede hablar de cualquier cosa, nos lleva de la alegría a la tristeza, juega con nuestros sentimientos y creencias a beneficio y conveniencia de quien nos transmite el mensaje.

La opinión pública se plasmaba fundamentalmente en los periódicos, pero el problema surgió con la televisión, en la medida en que el acto de ver suplantó al acto de discurrir.

La televisión es explosiva porque destrona a llamados líderes de medios de opinión y porque se lleva por delante la multiplicidad de "autoridades cognitivas" (Sartori, 1999; pg: 71) que establecen de forma diferente, para cada uno de nosotros, en quién debemos creer, quien es digno de crédito y quien no lo es. Con la televisión, la autoridad es la visión en si misma, es la autoridad de la imagen.

Porque existe el dicho de "hasta no ver no creer", entonces si nos muestran algo, es porque es verdadero, sin embargo debemos pensar, como lo vemos, quien lo transmite, que problemas o antecedentes pueden haber, no dejarnos regir por la creencia de que lo que vemos es lo real, porque la vista al igual que nuestros otros sentidos pueden engañarnos cuando dejamos de lado la razón.

Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y, por tanto, la autoridad cognitiva en la que mas se cree es lo que se ve. Lo que se ve parece "real". Por

eso existe la videocracia que está fabricando una opinión sólidamente hetero-dirigida que aparentemente refuerza, pero que en sustancia vacía. Porque la televisión se exhibe como portavoz de una opinión pública que en realidad es el eco del regreso de la propia voz. En realidad la televisión refleja los cambios que promueve e inspira a largo plazo. (Sartori, 1999; Pg:72) Es la voz propia, simplemente, que como anteriormente dije, en televisión se muestra y se dice lo que conviene a los poderosos, la voz pública en este medio es simplemente el vestido de la voz de la venta porque lo que se dice por televisión tiene más valor que si se dice en algún otro medio. Para la televisión la imagen debe estar repleta de contenidos, estos son imágenes de acontecimientos, pero son también “voces públicas”. (Sartori, 1999; Pg: 73). La mayoría de las opiniones recogidas son frágiles e inconsistentes. Sin contar las opiniones inventadas. Tenemos el problema de la fácil manipulación de los sondeos (Sartori, 1999; pg: 74-75). Este si es un grave problema, la fácil manipulación de opiniones y estadísticas, porque cualquier persona puede decir que realizó una investigación y dar falsos resultados con afán de conveniencia. Acerca de esto decía Sartori que los sondeos no son instrumentos del demo-poder, sino sobre todo una exposición del poder de los medios de comunicación sobre el pueblo; y su influencia bloquea frecuentemente decisiones útiles y necesarias, o bien lleva a tomar decisiones equivocadas sostenidas por simples “rumores” por opiniones débiles, deformadas, manipuladas e incluso desinformadas. En definitiva, por opiniones ciegas (Sartori, 1999; pg:76). Y al guiarnos por estas opiniones nos dejamos llevar por las ideologías impuestas y falseadas a favor de conveniencias económicas, políticas o sociales, la televisión vende con base a engaños y transformaciones de la realidad; aparte de que los sondeos se están poniendo de moda y convirtiéndose en la verdad icorrompible, bueno esto para el público que no sabe o no tiene los conocimientos suficientes como para darse cuenta de la realidad.

La sondeo dependencia es nociva, las encuestas deberían tener menos peso del que tienen y las credenciales democráticas del instrumento son espurias. Todos se rinden ante los sondeos. Los sondeos nos asfixian porque los estudiosos no cumplen con su deber, se limitan a preguntar ¿que opinan sobre esto? sin averiguar antes que sabe de eso. (Sartori, 1999; Pg: 77). Esto es algo

que me pareció súper importante, porqué realmente es lo que se hace en la televisión , se sale y se pregunta cualquier cosa sin saber que educación, nivel académico y cultura ha tenido esa persona y por lo tanto se requiere la respuesta sin expensas de nada más.

En gobierno de los sondeos se basa en opiniones desinformadas. El mérito casi indiscutible de la televisión es que informa, o al menos eso nos dicen. Informar es proporcionar noticias. Se puede estar informado de acontecimientos, pero también del saber. "Información no es conocimiento". Es correcto decir que la información da solo nociones. El llamado saber nocional contribuye a la formación del "homo sapiens". La información es variable (Sartori, 1999; pg: 79); tan variable como la vida misma, porque la información nos da pedacitos de realidades que debemos saber del mundo que nos rodea, la televisión en este campo tiene muchas características a favor y otras en contra, como el beneficio de ilustrar la información, pero también de que tienen que ser lo suficientemente rápido para llegar al lugar de los hechos y también lo suficientemente inteligentes para declarar lo que realmente esta sucediendo.

Es útil distinguir entre subinformación y desinformación. Por subinformación entendemos la información totalmente insuficiente que empobrece demasiado la noticia que da, o bien el hecho de no informar, la pura simple eliminación de nueve de cada diez noticias existentes. Subinformación significa reducir en exceso.

Desinformación es una distorsión de la información: dar noticias falseadas que inducen al engaño de quien las escucha (Sartori, 1999; pg:80). Yo creo que estos dos conceptos se aplican perfectamente en México, porque tanto hay un exceso de información y por consiguiente una depuración tendenciosa, como exageración y falseamiento de datos y noticias. Hoy el morbo y el amarillismo dominan nuestros noticiarios, historias sentimentales e información "prioritaria" elegida por un conjunto de personas con ideologías y culturas tal vez muy diferentes a los que reciben dicha información.

La televisión informa más que la radio, llega a una audiencia más amplia. Con la televisión cambia el criterio de selección de las informaciones o entre las informaciones. La información que cuenta es la que se puede filmar mejor. La fuerza de la televisión representa un problema, porque el periódico y la radio no tienen que estar en el lugar de los hechos, la televisión sí, para levantar imagen. (Sartori, 1999; pg:81). Esto es a lo que me refería anteriormente, la televisión tiene una ventaja que es desventaja a la vez, valerse de imagen, pero que se hace cuando no hay imagen de lo que se habla, cuando por cualquier cosa no estuvo en el lugar de los hechos a la hora que tenía que estar, entonces esa noticia o hecho pierde importancia en la agenda porque simplemente no pudo vestirse (es decir no hay imagen para mostrar en la nota). Alguien descubrió que la misión, el deber de la televisión, es mostrar las cosas de las que se habla. El principio es que la televisión tiene que mostrar el hecho a través de imágenes de lo que se habla. (Sartori, 1999;Pg:82). Porque sin imagen deja de ser televisión y se convierte en radio con gran pantalla y porque lo que la gente busca en la televisión es entretenimiento mediante la vista, oído y sentimientos.

Sartori nos cuenta que en su país, los noticieros de televisión emplean 20 minutos de su media hora de duración en saturarnos de trivialidades y de noticias que solo existen porque se deciden y se inventan en la rebotica de los noticiarios. ¿Información? Si también la noticia de la muerte de una gallina aplastada por un derrumbamiento se puede llamar información (Sartori, 1999;pg:83), nosotros decimos, que igual en México, la sangre, la violencia, los insultos y muchas banalidades forman parte de nuestras pantallas a diario, los escándalos sobre gente reconocida, ya sean servidores públicos o artistas llenan nuestros espacios noticiosos, hablan de la esposa golpeada que aun así defiende a su marido, de gente de pueblo que sufre por las inclemencias de su situación, de lo que Andrés Manuel López Obrador gobernador del Distrito Federal opina sobre los demás funcionarios, o incluso del Presidente Vicente Fox y lo que estos últimos responden...

“Ahora lo que podemos ver en televisión es lo que mueve los sentimientos y las emociones: asesinatos, violencia, disparos, arrestos, protestas” (Sartori, 1999; pg: 84)

Y como dejar de lado, lo que mundial o nacionalmente sucede y la televisión parece tener oído sordo?... como olvidarnos del drama que se hizo por la caída de las torres gemelas, cuando ningún canal de televisión, perdió de vista lagrimas, indignación de la población y del gobierno, como la televisión tapa las verdaderas intenciones de George Bush (presidente de los Estados Unidos actualmente) por querer dominar otra gente y otros territorios, el terrorismo que se desencadenó más allá de los Estados Unidos, en Afganistán, donde el triple o más de la gente que murió en las torres Gemelas sigue sucumbiendo, pero como ya pasó la euforia de la Guerra, pues ya no vende y por lo tanto a la televisión ya no le conviene y menos al gobierno que no tiene que quedar mal con nuestros poderosos vecinos. “Lo que sucede a más de mil millones de seres humanos no es noticia (para la televisión, en muchas ocasiones). Es comprensible que no se pueda imputar a la televisión que no muestre lo que no puede. Se ha visto un mundo de distorsiones, un mundo visto a medias y por tanto no se ha visto, existen falsas estadísticas y entrevistas casuales. Resultados estadísticos que son falsos por la interpretación que se les da” (Sartori, 1999; pg: 90)

A las estadísticas falsas hay que añadir, como factor de distorsión, la entrevista casual. El entrevistador al que se le manda cubrir un acontecimiento, con imágenes pasea por la calle y entrevista a los que pasan. Así es la voz del pueblo la que se deja oír. Lo esencial es que la “casualidad” de las entrevistas casuales no es una cualidad estadística y que el transeúnte no representa a nada ni a nadie: habla por sí mismo. (Sartori, 1999; pg: 92) Porque todos somos subjetivos con experiencias y vivencias propias, entonces la opinión de uno no puede ser la opinión de todos y menos si ese “entrevistado” no sabe más del 10% del tema del que le están preguntando. Además no cuentan con la manipulación de información que se le pueda hacer al entrevistado, lo que se le pueda pedir que conteste y lo que realmente piense este; entonces nos encontramos ante una subjetividad mal informada.

Así como hablamos de temas políticos, económicos, religiosos y otras seriedades en los noticieros o programas, también existen de entretenimiento, diversión, entonces como dice Sartori "Casuales son de color, pero cuando son temas serios son estupideces, que crean opinión: las dice un hombre hoy y al día siguiente, las repiten decenas de miles de personas" (Sartori, 1999;pg:93)

Hay dos tipos de distorsiones de una información que tiene que ser excitante a cualquier precio: premiar la excentricidad y privilegiar el ataque y la agresividad. (Sartori, 1999;Pg:93) Estas distorsiones si que se aplican a nuestras queridas dos corporaciones televisivas mexicanas (TV Azteca y Televisa), últimamente vemos como se les ataca a los funcionarios renombrados, al Presidente de la Republica, además de ensalzar a los que responden ante amenazas verbales, es un juego de "dires y diretes" que se juega a diario en los noticieros.

Por lo general, la televisión lleva a las pantallas sólo a quien ataca, al que se agita, de tal modo que la protesta se convierte en un protagonista desproporcionado que siempre actúa sinceramente. (Sartori, 1999;pg:95). Esto era agudamente antes, porque ahora la táctica de los noticieros es ver que dice el otro, al que acusan y quien tiene mas peso social, sin embargo se ha llegado al extremo de que cualquier gente puede opinar sobre el problema entre tal o cual personaje.

Para servir de verdad a una buena causa y el hacer bien, es necesario que la protesta sea tratada con imparcialidad. (Sartori, 1999;Pg:95), pero la imparcialidad muchas veces queda fuera del alcance de los periodistas que sirven a cierta empresa o trabajan con cierta ideología, esperemos que realmente los nuevos comunicólogos seamos concientes de lo que es la imparcialidad, debemos dejar fuera tendencias propias.

Es difícil negar que una mayor subinformación y una mayor desinformación son los puntos negativos del tele ver. La televisión supera a la información escrita porque "la imagen no miente". Los noticiarios de televisión ofrecen al espectador

la sensación de que lo que ve es verdad, que los hechos vistos suceden tal y como el los ve, pero no es así, la televisión puede mentir y falsear la verdad. La fuerza de la veracidad inherente a la imagen hace la mentira más eficaz y por tanto peligrosa. La video política esta a sus anchas en los "talk shows". (Sartori,1999;Pg: 99). Esto es simple de ejemplificar: Las novelas, los programas "talk shows" donde se invitaba a gente para que actuara fuera de toda nombre ética, inventando casos extremos de violaciones, golpes, engaños, maltrato psicológico entre muchas exageraciones más, todo esto la gente lo creía porque salía en televisión, sin embargo era falso, era creado, era simplemente una gran mentira saciando el morbo y el boyerismo, igual que el reconocido y popular programa "Big Brother"

Además de todo, en las novelas o programas televisivos en general, siempre cuenta el hecho de que las personas sean poco fotogénicas, ya que no hay rostros que no traspasan la pantalla. Pero lo que de verdad importa es lo que se dice y como se dice. Todo se centra en la imagen y lo que se nos muestra puede engañarnos perfectamente (Sartori,1999;pg:100), tan perfecto como cuando en el cine, se pasó por primera vez la imagen de un tren y todos se levantaron pensando que podía aplastarlos, solo que ahora a pesar de que conocemos perfectamente lo que es la televisión y el alcance que tiene, aun creemos ciegamente en ella.

Y dentro de todo hay noticias que son verdaderas pero que el mensaje es engañoso. Para falsear un acontecimiento narrado por medio de imágenes son suficientes una tijeras. No es cierto que la imagen hable por sí misma, la imagen no lo dice; lo dice la voz de quien sostiene un micrófono en la mano. (Sartori,1999;Pg: 101) porque realmente tiene el control quien esta en la pantalla, quien tiene la oportunidad de decir lo que cree, además de que la imagen complementada con el audio perfecto puede llevarnos al ambiente que el productor prefiera.

La televisión influye más, cuanto menor son las fuerzas contrarias en juego y especialmente cuanto más débil es el periódico. Los efectos de la video-política



tienen un amplio alcance. Uno de estos efectos es, que la televisión personaliza las elecciones. La televisión nos propone personas en lugar de discursos. (Sartori,1999;Pg:107), esto como ya lo había dicho anteriormente lo vemos reflejado en las elecciones del 2000, aquí en México, donde el Victorioso Señor Vicente Fox gano gracias a su imagen, se vendió 100% como un producto político y funciono...

El video-líder más que transmitir mensajes, es el mensaje. Los medios de comunicación crean la necesidad de que haya fuertes personalidades con lenguajes ambiguos que permiten a cada grupo buscar en ello lo que quiere encontrar. Lo más importante son los rostros, la personalización llega a generalizarse, desde el momento en que la política "en imágenes" se fundamenta en la exhibición de personas. (Sartori,1999;Pg: 108) y lo que en México buscábamos, era un presidente del pueblo, una persona que nos entendiera y se pusiera en nuestros zapatos o "botas", que dejara su pose de inalcanzable, para ser uno mas de nosotros, solo que representándonos y haciéndose cargo de la recuperación económica y social del país.

Y con esto como dice Sartori, la carrera presidencial se convierte en un espectáculo, esto es lo esencial y la información es un residuo. Porque hasta libros y revistas han salido de la pareja presidencial, se sigue de cerca la vida pública e íntima de nuestro presidente de la Republica Vicente Fox, incluso violando uno de los artículos de la ley de imprenta donde la vida privada no debe ser publicada, pero como Fox vende, pues de él se habla y hasta de su esposa se ha hecho gran noticia.

En este trabajo nos estamos enfocando a los noticieros nacionales, pero también hay una parte de la televisión que se debe tomar en cuenta en cuanto canales locales o incluso noticias locales en los propios noticieros nacionales, ¿Cuáles son las culpas de la televisión en el aumento del localismo? La televisión tiende a concentrarse en noticieros locales. La video dependencia tiene varios aspectos: los políticos cada vez tienen menos relación con acontecimientos genuinos y cada vez se relacionan mas con acontecimientos mediáticos, es decir con acontecimientos seleccionados por la video-visibilidad y que después son

agrandados o distorsionados por la cámara (Sartori,1999;pg: 113). Creemos también que los localismos suelen ser historias lacrimógenas, sentimentales que terminan por atraer la atención de la gente hacia temas triviales, alejándonos de lo que verdaderamente debe interesarnos como pueblo, país y nación.

Y del localismo podemos irnos a la noticia relámpago, esa a la que le dan gran importancia unos días. ¿se pretende ayudar, apoyar o simplemente dar a conocer un verdadero problema?, Giovanni Sartori nos pone un ejemplo perfecto: Somalia ha sido una gran "battage" televisiva, después, se apagaron los focos y de Somalia no se acuerda nadie, ni nadie nos cuenta que allí todo está como antes. La televisión "monto" una intervención sólo humanitaria, para luchar contra el hambre y basta; un fracaso que la televisión nunca ha explicado, ni ayudado a entender. La televisión ha llegado a ser la autoridad cognitiva mas importante de los grandes públicos y ha atribuido un peso desconocido a los falsos testimonios. (Sartori,1999;pg:114). es cierto todo el mundo por cultura general sabemos que en Somalia se mueren a diario de hambre, la televisión lo publico, pero lo olvido, creyó que por unas cuantas transmisiones iba a cambiar el mundo, pero no lo que hizo fue "vender y olvidar", y esto igual que con muchos temas mas: los niños de la calle, perros callejeros, ancianos, indigentes, pero no han tocado fondo, solo con programas como Teletón sirve también para tener mas rating y hacerles publicidad a los artículos y servicios que apoyan con donaciones para niños discapacitados.

El Teletón en particular ha servido y ha funcionado porque son los artistas, actrices, actores, cantantes, conductores, quienes están a cargo de este evento, se presentan grupos musicales y la gente ayuda y dona dinero a cambio de un show que les entretenga a cambio de hacer una buena acción. Apasionarse es implicarse, hacer participar, crear sinergias simpáticas. (Sartori,1999;Pg:115) Y esto es precisamente lo que hacen estos programas, mueven las pasiones de la gente, los sentimientos que se explotan es lo que atrae la atención del público.

Este capítulo nos remonta a la idea de la Aldea global de Marshal Mc Luhan, y a su teoría de el medio es el mensaje y de esto Giovanni Sartori afirma lo siguiente:

La expresión "aldea global" la acuño acertadamente Mc Luhan. La televisión tiene potencialidades globales en el sentido que anula las distancias visuales. Mc Luhan consideraba que la televisión intensificaría al máximo las responsabilidades del genero humano, en el sentido de responsabilizarnos de todo y en todo. (Sartori,1999;pg:117)

La televisión "global" esta de diez a veinte veces más ausente en lo que se refiere a la cobertura del mundo que el periódico. Es verdad que la imagen es una ventana hacia el mundo, es así mismo que la decisión sobre las ventanas que se deben abrir está al margen de todo criterio. (Sartori,1999;Pg:118). Esto podemos entenderlo como cuando tenemos una casa con muchas ventanas, nosotros como dueños de ella elegimos por que ventana salir, desde que perspectiva queremos ver el exterior, es lo mismo cuando se tiene una compañía de televisión, los dueños eligen que pedazo de realidad mostrarnos, entonces las imágenes nos enseñan diversidad de cosas y partes de la vida que se nos esta dando. Pero además de fragmentar, la televisión ha comenzado a globalizar y se puede objetar que la televisión no globaliza solo las extravagancias. La idea de Sartori, acerca de la aldea global de Mc Luhan es: la televisión fragmenta el mundo en una mirada de aldeas, reduciéndolo a la vez, a formato aldea. El mundo visto en imágenes es necesariamente un mundo de primeros planos: algunas caras, un grupo, una calle. En todas partes se consolida una valoración convergente de la localidad, de "mi lugar". (Sartori,1999;Pg:119). Esto es un poco como lo que ya habíamos visto del localismo, temas y visiones, imágenes que conforman un conjunto de realidad fragmentada. Sin embargo la cámara de televisión dice Sartori no llega a la mitad del mundo, lo que significa que existe un mundo oscurecido y que la televisión consigue que nos olvidemos de él (Sartori,1999;pg:117) hay muchas cosas y lugares virgenes, no visitados, temas jamás tratados por nadie, entonces la Televisión no tiene la verdad ni la realidad absoluta, sólo cada vez abarca más cosas.

¿Cuál es entonces, la unión entre el mundo y la aldea?: la jerarquía de las pertenencias. La defensa de lo mío se hace paroxística. la pequeña patria prevalece y el localismo no se atiene a razones. Una noción de tribus, de personas que se relacionan sólo con afiliados con los que están de acuerdo y permanecen completamente ignorantes de la múltiple realidad de los "otros". La televisión está homogeneizando los modelos de vida y los gustos en todo el mundo (Sartori,1999;pg: 120) Se convierten en círculos, en que el mismo tema debe interesar a todo el mundo, como es por ejemplo el "sexo", es un tema que se ha convertido en icono, que obtiene la atención de millones de personas en todo el mundo. Temas que nos dicen, ahora lo sabes todo, sin embargo esos temas también nos muestran temas inconclusos, solo una parte de ello o generalizaciones

Ahora, por medio de la globalización y por ende la tecnología, podemos ser iguales en gustos, estilos de vida, ambiciones, criterios de éxito y otras cosas y a la vez estar fragmentados (Sartori,1999;Pg:121). Todo es cuestión de enfoque, y realmente es eso vemos por partes y unimos ideologías convergemos culturas y monopolizamos ideas. Cuando nos sensibilizamos ante las mismas cuestiones pretendemos que lo que daña se valla a otros lados. ¿La televisión promueve una mente empequeñecida o una mente engrandecida? A veces una y a veces otra, pero a condición de que no colisionen, porque si lo hacen, entonces prevalecerá la mente empequeñecida, creamos mundos preferenciales, en la mente del televidente, la mente pequeña nos lleva al conformismo, mientras que la grande nos inculca la utopía y la poca realización, debido al mismo deseo de tanto y luego al conformismo de tan poco.

Un concepto que Giovanni Sartori maneja en este texto es el de democracia y me parece un buen ejemplo de pequeñas y grandes mentes, porque este concepto se aplica o se entiende de diversas maneras, para unos puede ser grande el significado, grande la seguridad de lo que te da, mientras que para otros puede no significar nada, muy poco o simplemente tonterías: "Democracia: poder del pueblo, soberanía y mando del demos. Una cuestión es la titularidad y otra diferente es el ejercicio del poder. El pueblo soberano es titular del poder".

(Sartori,1999;Pg:123) si esta aseveración final es cierta, entonces las mentes engrandecidas triunfan, se desarrollan y aumentan, pero si no encontramos conceptos con tintes diferentes, entonces la mente pequeña solo capta el sentimentalismo y la alteración de la decepción.

Y mientras hablamos de poder “El demos ejercita su poder eligiendo a quien ha de gobernarlo. El pueblo no decide propiamente las “sigue” (cuál será la solución de las cuestiones que hay que resolver) sino que se limita a elegir quien las decidirá”. (Sartori,1999;Pg:124). Se nos ha enseñado a delegar poder y con el responsabilidades que en cuestión de nuestro país o pueblo, sigue atañéndonos el tema, pero es mas fácil y sencillo dejar que otros realicen el trabajo y con el mismo a su conveniencia, nos dejamos gobernar y manejar, sin embargo no nos vamos a poner a opinar o a tratar de intervenir en algo que no sabemos, como bien lo dice Sartori, “Debemos distinguir entre quién está informado de política y quién es cognitivamente competente para resolver los problemas de la política” (Sartori,1999;pg:126). Aún hay quienes no saben de política pero si manipular y valerse de su cargo o poder para recibir beneficio propio, al mismo tiempo quienes no saben de política y ven los noticieros de televisión tendenciosos, pues entonces se dejan llevar por el ojo de la verdad y se crean falsos conceptos y nulos conocimientos objetivos.

“La televisión empobrece drásticamente la información y la formación de ciudadano. El mundo en imágenes que nos ofrece el video ver desactiva nuestra capacidad de comprender los problemas y afrontarlos racionalmente”. (Sartori,1999;Pg: 127), aunque este medio debería servirnos mas bien para razonar, para interesarnos por muchas cosas que hay en el mundo y alcanzamos a conocer a través de ella, sin embargo se nos ha hecho creer o costumbre que la televisión divierte, entonces, tomamos tanto lo chistoso como lo serio como una forma de pasar el rato después del trabajo o de la escuela, entonces es cuando viene la apatía a la información seria, tomamos cada situación o suceso como algo más que puede entretenernos un buen rato.

“Estar frente a la televisión nos lleva a encerrarnos, a aislarnos en casa. La televisión crea una multitud solitaria, incluso entre las paredes domesticas. Lo que nos espera es una soledad electrónica: el televisor que reduce al mínimo las interacciones domesticas y luego Internet que las transfiere y transforma en interacciones entre personas lejanas, por medio de la máquina. (Sartori,1999;Pg:129), con el desarrollo de la tecnología es a lo que el hombre se estaba arriesgando, a perder relaciones personales por electrónico personales o personales con un intermedio. La televisión se ha convertido a parte de todo en un ente de compañía, por ejemplo para las amas de casa que se la pasan mucho tiempo en el hogar con el solo acompañante llamado “televisor”. es ahí cuando nos encerramos en este medio que pasa tanto tiempo con nosotros, porque por ejemplo, en México se pasan “tantas” horas diarias viendo televisión; con este dato vemos la cantidad de gente que cree que la televisión es la mejor compañía y entretenimiento del día.

“En televisión más que en ningún otro medio, es el productor, el que origina el consumir. Si proporciona un volumen suficiente de información critica sobre noticias del mundo, la audiencia se interesa por el mundo”. (Sartori,1999;Pg:139). Esto es lo mas verídico del mundo de la televisión, el productor marca sus ideas sus costumbres, sus preferencias, su ideología, muestra lo que quiere que la gente vea y perciba, a través de sus programas, ahora vemos que debemos interesarnos en los temas que a los productores se les ocurra... “La televisión mejorará cuando de verdad haya un orden plural y competitivo estimulado por la concurrencia de las televisoras privadas”. (Sartori,1999;Pg:140). Muchas veces la competencia hace que los productos traten de ser cada vez mejores, sin embargo en México, en las dos televisoras nacionales, supuestas enemigas y competencia, en lugar de ganarse a la gente con mejor programación, intenta ganársela con contenidos chatarra que solo sirve para entretener y alejarnos de la realidad cotidiana; habrá un verdadero orden el día que los productores y dueños de estos canales se den cuenta que competir no significa sacar programas parecidos al del otro, aunque sea muy malo solo para atraer a ese mismo publico. hablo por ejemplo de Big Brother y la Academia, programas que desarrollan el morbo y el boyerismo en el espectador y aunque son diferentes estos programas, uno peor

que el otro, los dos son reality show copiados de países desarrollados, donde estos son de lo peor que se produce y aquí en México es lo máximo, que irónico no?... siempre conformándonos con lo que otros desechan....

Según la teoría de la competencia, el consumidor debería castigar la deficiente producción de noticias, pero no sucede así. La competencia entre los medios de comunicación funcionan diferente; las grandes televisoras americanas se imitan de modo excesivo, rivalizan el conformismo, ocho de cada diez noticias son las mismas en todas las cadenas, los supuestos competidores juegan sobre seguro: en lugar de diferenciarse se superponen; la competencia entre los medios no produce beneficios concurrentes, mas bien un deterioro de los productos. (Sartori,1999;Pg:141). Es exactamente lo que anteriormente comentaba, igual que lo que Sartori nos cuenta de Estados unidos sucede en México, deterioro de una programación potencialmente buena, debido simplemente a la mal encausada competencia que no nos lleva sino al fracaso televisivo, donde la importancia recae en lo que este de moda o lo que llame más la atención de acuerdo a su entretenimiento o lo peor, al morbo y chisme que desate...

“La verdad es que el mundo construido en imágenes resulta desastroso para la “paidea” de un animal racional, la televisión produce un efecto regresivo en la democracia, debilitando su soporte y la opinión pública” (Sartori,1999;pg:146), Sartori sigue condenando al mundo de las imágenes al fracaso y a la destrucción de un ser humano pensante, vemos que nos habla del deterioro de nuestra vida política y de la farsa que es la opinión pública transmitida por televisión para ilustrar los supuestos temas importantes, al mismo tiempo vemos que el gobierno también forma parte de la publicidad televisiva y que como bien lo dice Sartori “La televisión agranda los problemas y anula el pensamiento que los debería resolver”. (Sartori,1999;Pg:146), vemos infinidad de muertes, robos, accidentes, fraudes, corrupción y estamos tan acostumbrados a estos temas que no nos preocupamos en solucionarlos ni en poner de nuestra parte para que terminen, aunque no es cosa fácil, en lugar de crearnos pánico o mejor dicho insensibilidad ante lo que ocurre a nuestro alrededor, mejor debería la televisión colaborar con

nuestra concientización sobre todos los problemas sociales que podemos solucionar.

Sin embargo y para nuestro deterioro social, "lo que la televisión propone es una pérdida de pensamiento, una caída banal en la incapacidad de articular ideas claras y diferentes (Sartori,1999;Pg: 147). A veces creo que Sartori, condena en sobremanera a la televisión, porque creo que si somos capaces de crear ideas sólidas e importantes sobre lo que como seres humanos nos concierne en este mundo, siempre y cuando estemos interesados en pensar sobre lo realmente importante; sin embargo lo que si realiza la televisión es una alineación de pensamientos, donde siempre pensaremos en las mismas cosas y discutiremos sobre los simples y banales temas que nos ofrece la televisión mexicana.

"Los medios de comunicación y especialmente la televisión, son administrados por la subcultura, por personas sin cultura. Las comunicaciones son un instrumento de autopromoción; la televisión premia y promueve la extravagancia, el absurdo y la insensatez, refuerza y multiplica al homo "insipiens". (Sartori,1999;Pg:148). Los dueños de los medios de comunicación son gente con su propia cultura, muchas veces influenciado por otras culturas, entonces que revoltura transmiten en sus programaciones, ahora si analizamos lo de las extravagancias vemos como chicas con partes de su cuerpo exageradas (símbolo sexual) son la sensación, vestuarios fuera de lo común, además de que en muchos programas se valen de gente "anormal" para mover como siempre la parte morbosa que caracteriza al ser humano.

Sartori desarrollo esta teoría en base a la "paidea" de Mc Luhan y con esto comprobamos que la televisión debilita la mente pensante del ser humano actual, hace de la sociedad mexicana un ente en movimiento o pasivo de acuerdo a sus conveniencias, se basa en su mundo visual para pretender que todo lo que transmite y nuestra es cierto, además de controlar la vida política como juguete o payaso que debe divertirnos y no importarnos como parte que somos de la democracia y soberanía del pueblo.



### CAPÍTULO III. APOCALIPTICOS E INTEGRADOS (UMBERTO ECO)

El filósofo, semiólogo, y desde luego escritor famoso crítico cultural Umberto Eco, en su condición de analista de la sociedad se ganó el carácter de opinólogo: ha escrito y postulado varias conceptualizaciones sobre aspectos tan cotidianos como puede ser la vida en sociedad, cultural y costumbres, pero lo que de él servirá a esta investigación son sus postulados sobre los medios de comunicación (entendamos especialmente la televisión) y la transmisión de cultura que vivimos diariamente a través de ella.

Este capítulo habla de lo que Umberto Eco nos dice de la cultura que se está transmitiendo por todos los medios, especialmente la televisión, nos explica como hemos creado una cultura de masas y como ésta tiene ventajas y desventajas que habría que analizar para darnos cuenta hasta donde la televisión ha influido en nuestra sociedad. Esta información es sintetizada de su obra "apocalípticos e integrados", donde nos da dos perspectivas de la actual cultura.

También hablamos como la televisión nos muestra anhelos del ser humano, riquezas sin mucho esfuerzo, una vida cómoda, sin exigencia más que de ser televisión para entretenernos y vendernos infinidad de productos y como finalmente esto termina en negocio, podemos comprobar esta teoría viendo y analizando sólo un poco la programación de las televisoras más importantes de México: Televisa y TV Azteca. Con esto podemos ver como la televisión se ha convertido ya, en un ente cultural y nos convierte en masa, homogénea...

#### 3.1 LA CULTURA. DOS ENFOQUES.

Cultura: hecho aristocrático, cultivo celoso, asiduo y solitario de una interioridad refinada que se opone a la vulgaridad de la muchedumbre (Eco; 1990:27). Esto es a lo que Eco llama cultura, sin embargo existe una gran diferencia con la llamada cultura de masas, pues es la anticultura, forma de

expresarse del hombre de cultura ante esta idea (Eco; 1990:36). Esta nueva cultura la venimos viviendo desde que somos capitalistas, seres consumistas y con necesidades y prioridades mas allá de lo primario o realmente primordial para sobrevivir.

Pero ahí no queda el estudio y teorización sobre la cultura porque para Eco existen dos enfoques clásicos a la hora de analizarla: por un lado el que la concibe como un hecho solitario, aristocrático que se opone a la vulgaridad de la muchedumbre. Enfrente están aquellos que festejan el advenimiento de la cultura de masas (Eco; 2001:9). Son dos perspectivas muy diferentes a cerca de la igualdad de aprender la cultura o simplemente apreciarla de una manera similar, para unos la cultura de masas es como una puerta abierta al mundo de los ricos, mientras que para estos últimos, es una invasión a terrenos que solo a ellos les pertenecen.

En los filósofos alemanes existía ya en germen, la tentación presente en toda polémica sobre este asunto: la desconfianza hacia el igualitarismo, el asenso democrático de las multitudes, el razonamiento hecho por los débiles, el universo construido no a medida del superhombre sino a la del hombre común; (Eco; 1995: 53). Tiene miedo el que esconde algo y sabemos que la cultura y la educación te hace mas fuerte, te lleva a defender derechos o ideas que pueden ir contra los intereses de los llamados burgueses, en este caso del gobierno o de la gente con poder político o económico.

Porque para los aristócratas, la idea de una cultura compartida por todos es un contrasentido, una anticultura. Para los demás la Cultura de masas acerca manifestaciones artísticas a gente que no tenía acceso a ellas (Eco; 2001:9). Tal vez nos acerquemos también a la globalización, pero la cultura de masas les lleva a los que no tenían acceso a ello una variedad de arte, razón y sentido.

Unos tienen una visión pesimista de la irrupción de los medios (apocalípticos). Los optimistas son integrados, estos últimos pueden soñar y

desean lo que no tienen, pero sentir que un día lo alcanzarán por que ya son parte de la cultura, la forman la moldean y la adquieren.

El integrado al igual que el apocalíptico asume con máxima desenvoltura el concepto fetiche de masa. El integrado reduce los consumidores a fetiche (hombre de masas) igual que el producto de masa (Eco: 1990:37). Esto porque es un paradigma establecido, el producto de esta cultura y el consumidor de la misma son parte de la masa del concepto, estereotipados por las dos vertientes de pensamiento.

En el fondo existe la nostalgia por una época en que los valores culturales eran un privilegio de clase y no eran puestos a disposición de todos indiscriminadamente. (Eco; 1995: 53). Aunque suene egoísta era parte de una sociedad cerrada, acostumbrada a que pocos tuvieran lo mejor y los otros no tenían nada y así estaban bien y aunque ahora es casi lo mismo la diferencia reside en que los que no tienen nada o poco ahora tienen la esperanza de tenerlo todo o por lo menos un poco más, por medio de la televisión se les muestra un panorama sencillo y sin esfuerzo para conseguir llegar a la cima, no generalizo, sin embargo por ejemplo en casi todas las novelas, un golpe de suerte lleva al protagonista a disfrutar de una cuantiosa fortuna. Y al mismo tiempo pasa de un nivel intelectual bajo al elevado.

Eco cita a Mc Donald, que divide los tres niveles intelectuales en "mascult" y "midcult", y dice que no se reprocha a la cultura de masas la difusión de productos de nivel ínfimo y de nulo valor estético; se reprocha al "midcult" que "explote" los descubrimientos de la vanguardia y los "banalice" reduciéndolos a elementos de consumo. (Eco;1995: 53), esto sería como darle un teléfono a un bebe, si el todo lo utiliza para golpear y hacer ruido ¿Qué irá a hacer con el teléfono? tal vez sea un ejemplo sencillo, pero lo mismo pasa con gente acostumbrada a nada y luego puede obtener algo y lo lleva a su propia forma de vida.

Llega el momento en que los mejores consumidores no son los burgueses sino el proletariado o clase baja, ahora resulta que los que pagan por ver la cultura son ellos. ¿pero que cultura y con que visión? Simplemente con decir que a través de los medios masivos de comunicación, instrumentos dirigidos por la clase alta, que le hace creer a la gente de abajo, que son parte esencial de la sociedad y que al fin la cultura ha llegado a sus manos. (Eco: 1990:42). Claro otra cosa es que la cultura llega debajo de parte de los ricos y con su forma de ver las cosas o mejor dicho como quieren que vean las cosas, entonces porque tanta mortificación de los apocalípticos porque se estén llevando y devaluando su cultura?...

Los apocalípticos asumen una actitud desconfiada ante cualquier acción que modifique el orden de las cosas; son portadores de un pensamiento conservador y mientras sobreviven elaborando teorías sobre la decadencia; los integrados raramente teorizan, prefieren actuar, producir, emitir cotidianamente sus mensajes a todos los niveles (Eco:2001: 12). Gran diferencia, debida a la costumbre de cada uno de ellos. Los apocalípticos crean y destruyen meditando sobre lo que cambia y no les conviene, los integrados hacen y luchan por lo que desean alcanzar, sin embargo se queda en el querer...

El surgimiento de fenómenos masivos se produce en un momento en que las masas empiezan a ser protagonistas de las actividades públicas imponiendo un lenguaje propio y exigencias particulares y advierte: El modo de divertirse, de pensar, de imaginar y de soñar de las clases populares es inducido por los medios y responde a los modos de pensar de la clase dominante.(Eco; 2001: 13) Estamos acostumbrados a querer vestir como los ricos, a usar las marcas que ellos compran los perfumes y en general soñar que un día tendremos todas las comodidades que ellos tienen, incluyendo los excesos.

Los medios de comunicación proponen situaciones que no tienen ninguna conexión con la realidad de los consumidores. (Eco: 2001: 13). Así empiezan las cosas, la gente acepta esto por salir de la rutina, por creer que sus sueños de subir se vienen acercando cada vez más; sin embargo detrás del supuesto sueño

cercano se encuentran los deseos preeminentes de los apocalípticos o gente de ascendencia burguesa.

## **3.2 LA CULTURA DE MASAS**

Adentrándonos más a lo que es la cultura de masas, nos damos cuenta que Eco tiene para ello muchas definiciones, además le adjudica pros y contras.

CULTURA DE MASAS.- irrupción de las multitudes en la vida social, se transformo en un fenómeno evidente y perdurable. La industria cultural salía al encuentro de esa masa con propuestas novedosas y cuestionables.

CULTURA DE MASAS.- concepto genérico y ambiguo, incluye la TV. El periódico, el cine, la historieta y la novela popular.

Los medios "ponen los bienes culturales al alcance de todos haciendo noble y liviana la absorción de nociones y la percepción de información (Eco; 2001: 11). Esta cultura es un bien que le da paso a clases que no tenían a su alcance la cultura, como los apocalípticos creen, propia de su clase. Masas, por que es mucha gente la que irrumpió en el terreno ajeno, pero que ahora es propio también de estos.

### **3.2.1 CRITICAS DE LA CULTURA DE MASAS según Umberto Eco en su libro Apocalípticos e Integrados**

- a) Mass media- se dirige a un público heterogeneo y se especifican según "medidas de gusto" evitando las soluciones originales.
- b) Al difundir por todo el globo una "cultura" de tipo "homogeneo" destruyen las características culturales propias de cada grupo étnico.
- c) Los mass media se dirigen a un público que no tiene conciencia de si mismo como grupo social caracterizado; el publico no puede manifestar exigencia ante la cultura de masas, sino que debe sufrir su proposiciones sin saber que las soporta.

- d) Los mass media tienden a secundar el gusto existente sin promover renovaciones de sensibilidad. Homologando todo cuanto ha sido asimilado, desempeñan funciones de pura conservación.
- e) Los mass media tienden a provocar emociones vivas y no mediatas; en lugar de simbolizar una emoción, de representarla, la provocan; en lugar de sugerirla, la dan ya confeccionada.
- f) Los mass media están sometidos a la ley de "la oferta y la demanda". Siguen las leyes de una economía fundada en el consumo y sostenida por la acción persuasiva de la publicidad, sugieren al público lo que debe desear.
- g) El pensamiento es resumido en fórmulas, los productos del arte son antologizados y comunicados en pequeñas dosis.
- h) Los productos de cultura superior son propuestos en una situación de total nivelación con otros productos de entretenimiento.
- i) Alientan una visión pasiva y acritica del mundo.
- j) Alientan una inmensa información sobre el presente y con ello entorpecen toda conciencia histórica.
- k) Hechos para el entretenimiento y el tiempo libre, son proyectados para captar solo el nivel superficial de nuestra atención.
- l) Tienden a imponer símbolos y mitos de fácil universalidad, creando tipos reconocibles de inmediato, con ello reducen mínimo la individualidad y la concreción de nuestras experiencias.
- m) Trabajan sobre opiniones comunes, sobre los endosa y funcionan como una continua reafirmación de lo que ya pensamos.
- n) Se desarrollan bajo el signo del conformismo, en la esfera de las costumbres, de los valores culturales, de principios sociales y religiosos de tendencias políticas. Favorecen proyecciones hacia modelos "oficiales"
- o) Los mass media se presentan como el instrumento educativo típico de una sociedad de fondo paternalista, superficialmente individualismo y democrático, sustancialmente tendente a producir modelos humanos heterodirigidos.

### 3.2.2 VENTAJAS DE LA CULTURA DE MASAS

- Un amplio grupo social participa con la igualdad de derechos en la vida pública, en el consumo y el disfrute de las comunicaciones. Al fin se le da un espacio a clases menos pudientes económicamente hablando, y ellos pueden saciar sus deseos de poder.
- Los medios masivos llegan a extensos sectores que antes no tenían acceso al beneficio de la cultura. Se tiene ahora la oportunidad de hacerse de la cultura que se desee (bueno la que los medios deciden dar) por que los medios son precisamente masivos para la llamada masa.
- La acumulación de información que ofrecen los medios masivos de comunicación incrementa la formación e incentiva a reflexión. Pueden mostrar un mundo maravilloso, sin embargo depende de la ente, enterarse de muchas cosas antes escondidas, da la oportunidad a la persona de ser reflexivo y crítico de lo que a su alrededor ocurre.
- Al igualar el gusto, los medios contribuyen a eliminar ciertas diferencias de clase y a unificar las sensibilidades nacionales. Por lo tanto colaboran con la descongestión antinacionalista en muchas partes del mundo. Claro, han llegado ha unificar a un país, simplemente llamándonos en este caso mexicanos, hermanos o cualquier otro concepto fraternalista que los medios suelen transmitir, sin embargo, las diferencias siguen y nunca acabaran.
- Al favorecer la divulgación de información, los medios masivos estimulan las ansias de conocimiento por parte de personas antes marginadas. Se ha incrementado el número de gente estudiando, de gente con ganas de crecer culturalmente y hasta admiramos a personas cultas que muchas veces queremos nosotros también llegar a ser igual o mejor que ellos.
- Los medios ayudan al hombre contemporáneo a conocer aspectos del mundo que antes desconocía. Podemos enterarnos de inmensidad de situaciones que se viven en el mundo entero.

- Además colaboran en la renovación de la cultura mediante la aparición de nuevos modos de hablar y la incorporación de novedosos lenguajes artísticos. Claro, nuevos vocablos, pero no siempre se está orgulloso de ellos, pues no todos son artísticos y enriquecedores.

La Cultura de masas, como vimos anteriormente tiene ventajas y desventajas; la vivimos diariamente por estar inmersos en la sociedad y ser parte de una convivencia televisiva, que muchas veces claro que transmiten información, muestran diversidad de cosas del mundo entero, pero ¿dónde queda la manipulación de la información ¿¿Dónde queda la pretenciosa dominación de los apocalípticos? Y aunque bien lo dice Eco, el error de los integrados, defensores extremos de la cultura de masas, es creer que la multiplicación de los productos culturales es de por sí buena; no la critican ni piensan que haya que buscar nuevas orientaciones. Los apocalípticos confían en que es posible proporcionar una cultura que evite el condicionamiento industrial, lo cual es un error; la cultura es mala por el solo hecho de ser industrial, por que antes de la irrupción de los medios, la cultura estaba estratificada en tres niveles: alto, bajo y medio; estos niveles socioeconómicos se correspondían con formas diferenciadas de consumo cultural. Ahora no importa el precio, las clases se han globalizado en la sola idea de consumir cultura (en este caso industrial) confundiendo lo artístico o la “artisteada” con los privilegios que deben ser de todos.

La cultura de masas implica la abolición de esta distinción socioeconómica.

Los consumidores de cultura no están ya determinados por su clase socioeconómica de pertenencia. Un integrante de la clase alta puede ser consumidor de expresiones artísticas de nivel bajo. (Nerio.Sanyú; 2001:20) o viceversa, alguien de clase baja, puede luchar para obtener la oportunidad de apreciar la cultura de los burgueses. Estamos inmersos en un sinfín de oportunidades no importa si has estudiado más o menos, si fuiste aristócrata o barrendero, mientras consigas el dinero suficiente puedes llegar a comprar cultura a montón.



Los productos culturales no responden linealmente a la división de alto, medio, bajo. Grandes novelas, pensadas para ser leídas y disfrutadas por las clases ilustradas terminan siendo de consumo masivo. Contrariamente, ciertos comics, fruto de una cultura marginal, son adoptados como productos sofisticados por las elites intelectuales. (ibidem), sin embargo podemos ver que también están al alcance de comiqueros pobres, los dueños de las imprentas pueden realizar revistas para elites y para clases bajas, con calidades distintas aun marginando la cultura a su manera.

Los niveles alto, medio y bajo, no coinciden con niveles de complejidad o validez estética. (ibidem). La apropiación de determinado producto de alto nivel cultural por la clase popular en la que no estaba destinada no implica, por cierto, una degradación. Si bien en algunos casos puede ser así, en otros es el resultado de una elevación en el gusto colectivo. Claro, por que si la cultura de masas no fuera industrial, sino verdaderamente fiable, el nivel cultural y educativo estaria creciendo rápidamente en nuestro país.

La cultura de masas en su mayor parte es producida por grupos de poder económico con el fin de obtener beneficios, permanece sometida a todas las leyes económicas que regulan la fabricación, la distribución y el consumo de los demás productos industriales. (Eco: 1995: 67). Somos 100% consumistas y los que fabrican lo que consumimos claro que primero piensan en lo que les conviene y luego en el bienestar social (bueno que ellos piensen en el bienestar social, seria una utopía).

El problema de la cultura de masas es que en la actualidad es maniobrada por grupos económicos que persiguen finalidades de lucro y realizada por "ejecutores especializados" en suministrar lo que se estima de mejor salida, sin que tenga lugar una intervención masiva de los hombres de cultura en la producción. (Eco: 1995: 67). Tal vez si la producción de cultura estuviera en manos precisamente de las masas serian mas realistas, sentirían una verdadera identificación, es mas no querrian disfrutar de la cultura de los de arriba.

simplemente porque su cultura de masas sería producido por ellos mismos, no habría intereses que perseguir más que los propios mismos del bienestar social.

Umberto Eco en su texto *La estrategia de la Ilusión* también hace referencia a los medios y hace un análisis de la televisión ( en Italia) donde deduce ciertas reglas.

Pero antes confronta sus pensamientos con los de Mc Luhan y su teoría “el medio es el mensaje”.

Eco esta de acuerdo con Mc Luhan en que la información ha dejado de ser un instrumento para producir bienes económicos, ya que se ha convertido en el principal de los bienes; la comunicación se ha transformado en industria pesada ( Eco, 1996; 137).

Dice de igual manera que los medios de comunicación de masas, no son portadores de ideología: son en si mismos una ideología (Eco, 1996; 138) aquí vemos que ya no importa de donde proviene la información, sino por que medio se esta llevando a la gente, por qué ésta cada vez es más bombardeada de mensajes televisivos y radiofónicos.

Mientras Eco asegura que cuando triunfan los medios de masas, el hombre muere, Marshall concluye que cuando triunfan los medios de masas, muere el hombre gutenberghiano y nace un hombre diferente, habituado a sentir el mundo de otra manera. No se sabe si ese hombre será mejor o peor, pero se sabe que se trata de un hombre nuevo. “Allí donde los apocalípticos veían el fin de la historia, Mc Luhan observa el comienzo de una nueva fase histórica”. (ibidem) Y es que realmente creemos que no muere el hombre como tal, solo cambia de alguna manera como todo lo que se adapta a lo nuevo y evoluciona, lo mismo ha pasado con los animales y el mundo entero; la diferencia es que el ser humano al adaptarse a los nuevo medios puede ir hacia la mediocridad, credulidad y manipulación conciente.

Así mismo Eco le da mucha importancia a las interpretaciones y a como cada cual le otorga un código personal a los mensajes que recibe de los medios, por lo que ante "el medio es el mensaje Umberto Eco afirma " el medio no es el mensaje", sino que " el mensaje depende del código", " el medio transmite ideologías a las que el destinatario puede recurrir en forma de códigos que nacen de la situación social en la que vive, de la educación recibida, de las disposiciones psicológicas del momento" ( Eco, 1996: 142) Esto último suena bastante lógico, porque cada vez nos acostumbramos más a los medios, ya son parte de la vida del ser humano, por lo tanto cada quien lo percibe de manera diferente y por lo tanto cada uno reacciona ante el mensaje de acuerdo a su vida, a su entorno a su desarrollo académico, cultural, etc.

Aunque Eco explica también que toda nueva invención produce imitaciones en cadena, produce una especie de lenguaje en común. No tienen memoria porque una vez producida la cadena de imitaciones, nadie puede recordar quien la empezó y se confunden fácilmente el fundador de la estirpe con el último de los nietos. ( Eco, 1996; 146) esto nos muestra un panorama donde el desarrollo es el personaje principal ya que la televisión no es la misma que en sus inicios, en primera ya es a color, existe el cable y hoy en día hay mucha más programación de la que jamás nos imaginamos y a cerca de lo que nunca pensamos.

Podría decirse que en los mass-media la realización técnica prevalece sobre la invención y que la técnica es imitable y perfeccionable. (Eco, 1996;147)

Existe un punto donde Eco concuerda perfectamente con lo que kart Popper dice "La escuela debe proporcionar nuevas instrucciones sobre como reaccionar ante los medios de masas (Eco. 1996; 148) y es que ciertamente nadie nos dice que o como pensar ante los mensajes que a diario recibimos de los medios. De que manera ser críticos y totalmente racionales ante los bombardeos de la televisión. como reaccionar ante programas que ofenden o que atentan contra valores y costumbres, entonces que hacer?.

De igual manera existe el problema de que cuando los medios no hablan de sí mismos hablan de otros medio. entonces como bien lo dice Umberto Eco los medios actúan como media al cuadrado.

En otro contexto Eco hace alusión a lo que él llama Paleo Tv y Neo Tv, la característica principal de esta última es que cada vez habla menos del mundo exterior. Habla de sí misma (situación que anteriormente comentamos) y del contacto que esta estableciendo con el público. Para sobrevivir al poder de conmutación, trata entonces de retener al espectador diciéndole: "estoy aquí, yo soy yo, yo soy tú". La máxima noticia que ofrece la Neo Tv, es " te anuncio oh maravilla, que me estás viendo; si no lo crees, pruébalo, marca este número, llámame y te responderé" (Eco, 1996;151) Y es que realmente la televisión se ha convertido en una compañía para las amas de casa, para los niños, etc la gente que aparece en la pantalla se convierte casi como en parte de la familia y ahora más que esta de moda eso de "llama ya" para ganarte cuantiosos premios.

Eco divide los programas de televisión en 2 categorías, esto según la opinión común ( Eco, 1996; 152):

**Programas de información** en los que la tele ofrece enunciados acerca de hechos que se verifican independientemente de ella. Puede hacerlo de forma oral, a través de tomas en directo o en diferido, o de reconstrucciones filmadas o en estudio. Los acontecimientos pueden ser políticos, de crónica de sucesos, deportivos o culturales. En cada uno de los casos, el público espera que la televisión cumpla con su deber: a) diciendo la verdad, b) diciéndola según criterios de importancia y de proporción, c) separando la información de lo comentarios.

**Programas de fantasía o ficción**, habitualmente denominados espectáculos. En tales casos el espectador pone en ejecución por consenso eso que se llama suspensión de la incredulidad y acepta "por juego" tomar por cierto y dicho "seriamente" aquello que es en cambio efecto de construcción fantástica. Se juzga aberrante el comportamiento de quien toma la ficción por realidad. Sin

embargo se admite también que los programas de ficción vehicular una verdad en forma parabólica.

Luego, Eco describe de igual manera algunos aspectos de la impresión que da mirar o no a la cámara, porque quienes no miran a la cámara hacen algo que se considera que harían también si la televisión no estuviese allí, mientras que quien habla mirando a la cámara subraya el hecho de que allí está la televisión y de que su discurso se produce justamente porque allí está la televisión ( Eco, 1996;158). Y de cierta manera es así, pero no hay que dejarse llevar ya que muchas veces se puede manipular o llegar más cerca de la audiencia si se muestra una historia "real" con gente que parece hacer las cosas normalmente, pero no podemos hacer como que realmente pasa esto, pues si la cámara está ahí, entonces se está actuando para la cámara, venga o no de un relato real. Si no tenemos esto presente sucede exactamente como dice Eco los espectadores "ingenuos" o "enfermos" son partícipes del efecto opuesto a la veracidad. Estos pierden el sentido de la mediación televisiva y del carácter fundamental de la transmisión televisiva, esto es, que se emite a gran distancia y se dirige a una masa indiscriminada de espectadores (Eco, 1996;155). Y es que realmente hay gente que se pierde entre la ficción y la realidad, hay quienes creen que todo lo que aparece en televisión es cierto sin enjuiciar si dudar por un momento lo que sus ojos ven, será que le atribuyen la mayor virtud a la vista?

Y es que se sabe que por ejemplo en los programas de concurso hay hechos mediante una puesta en escena preestablecida; pero también se sabe, y por evidente convención, que los personajes que aparecen concursando allí son verdaderos y que las respuestas de los concursantes son valoradas en términos de verdaderas o falsas(Eco, 1996; 156). Entonces tal vez es aquí donde se pierde la gente entre lo que se está actuando y lo que es real...

Eco llega a una conclusión de esto: estamos hoy ante unos programas en lo que se mezclan de modo indisoluble información y ficción y donde no importa que el público pueda distinguir entre noticias "verdaderas" e invenciones ficticias. " Toda una estrategia de ficciones se pone al servicio de un efecto de verdad".(Eco,

1996:158). Y es que lo real hace que la gente le otorgue confianza al medio, por lo tanto antes de ficción se preocupan por aparentar verdad.

Entra así en crisis la relación de verdad factual sobre la que reposa la dicotomía entre programas de información y programas de ficción, y esta crisis tiende cada vez más a implicar a la televisión en su conjunto, transformándola de vehículo de hechos en aparato para la producción de hechos, es decir, de espejo de la realidad pasa a ser productora de realidad. (Eco, 1996:158) Eco menciona el papel público y evidente que desempeñan ciertos aspectos del aparato de filmación, aspectos que en la Paleotv debían permanecer ocultos al público:

La jirafa: es decir el micrófono no debía verse ni en sobra, luego la jirafa apareció en los concursos, así que ya no se oculta porque da una apariencia de transmisión en directo.

La cámara: antes no debía mostrarse, ahora dice delante de nosotros tenemos la realidad, es decir la televisión que filma.

El teléfono del telediario: antes se informaba de hechos verdaderos o que lo parecían fuera de la televisión ahora se usa para decir estoy aquí conectada a mi interior con mi propio cerebro y en el exterior con vosotros que me ven en este momento.

El teléfono de portobello, es de transmisiones análogas, pone en contacto el corazón de la televisión con el del público

El teléfono de la subasta: las neo tv privadas han inventado la subasta, las conocidas llamadas.

El aplauso, antes debía parecer verdadero y espontáneo, y se producía con letreros que el televidente no veía, ahora solo se pide "aplauso".

También y por su importancia en este texto se habla de la manipulación, para lo cual se responde a ciertos factores (Eco, 1996:161):

- a) El hecho de saber que el acontecimiento será transmitido influye en su preparación.

b) La presencia de las cámaras de televisión influye en el desarrollo del acontecimiento.

No podemos dejar de lado que ahora el público hace lo que sea por aparecer ante la pantalla, hasta ridiculizarse.

Y así mismo dice Eco la televisión nos dará información de un mundo exterior al que ya nadie saldrá ( Eco, 1996:167). Sumamente verdadero, ya la gente prefiere estar con la televisión que con la gente fuera de casa, los programas desde las novelas hasta los noticieros son una razón poderosa por la que la gente tiene que estar a cierta hora frente a la pantalla.

Continuando con el tema de la manipulación, hay algunas reglas específicas que Eco afirma sobre la televisión y que sin más comentarios hablan por si solas:

Regla de manipulación 1- solo se comenta aquello que se puede o debe comentar

Regla de manipulación 2- La noticia verdaderamente orientada no requiere comentario abierto, sino que se basa en la elección de los adjetivos y en un diestro juego de contraposiciones.

Regla de manipulación 3- Ante la duda, mejor callar (por lo que se eliminan muchas importantes noticias)

Regla de manipulación 4- Ponga la noticia incómoda donde nadie la espera ya

Regla de manipulación 5- No decir nunca polenta, cuando puede decirse pastel de maíz.

Regla de manipulación 6- ofrezca la noticia completa sólo cuando la prensa del día siguiente la haya difundido.

Regla de manipulación 7- Manifiéstese sólo si el gobierno ya se ha manifestado

Regla de manipulación 8- No omita jamás la intervención de un ministro.

Regla de manipulación 9- Las noticias importantes deben darse solo oralmente, Las irrelevantes pueden y deben ser filmadas.

Regla de manipulación 10- Solo se darán imágenes de las cosas importantes si ocurren en el extranjero.

Eco escribió estas reglas de manipulación al hacer un análisis de los noticieros en Italia, sin embargo, mucho, por no decir que todo se aplica a México, tal parece que se llevan de la mano las manipulaciones que acabamos de leer, perfectamente aplicables a Televisa y Tv Azteca que tratan con la verdad a medias y de una manera en que el público no se da cuenta de cuan engañados viven.



## CAPITULO IV.- GUSTAVO BUENO TELEVISIÓN: APARIENCIA Y VERDAD

De origen Español, Gustavo Bueno, escribe grandes y valiosas ideas entorno a la televisión, lo que este aparato proyecta y ofrece a la gente.

Explica la existencia de modelos en los que baso sus teorías: “Lo que no esta en el mundo, tampoco está en Televisión” ; “Lo que no esta ( o aparece) en la pantalla tampoco está en el mundo” ; “lo que esta en la pantalla, esta en el mundo y lo que esta en el mundo está en la pantalla”; Ni la televisión es un parte del mundo, ni el mundo es un “mundo entorno” de la televisión”. Luego hace alusión a “ La formación de las verdades y de las apariencias en televisión”.

En estos cuatro enunciados, Bueno, describe las maneras en que la realidad y la televisión están vinculadas y de que manera el público se muestra en una total ingenuidad y credibilidad de lo que el televisor le muestra.

Los valores, la moral encuentran un tope con las “verdades” mostradas en las imágenes televisivas. Así mismo una enriquecedora concordancia con el “mito de la caverna” de Platón y la actual producción televisiva. Porque vivimos dentro de una caverna donde solo vemos lo que se nos muestra fácilmente, sin dudar, sin siquiera preguntarnos que tan real es y que hay más allá de la pantalla.

### 4.I. LO QUE NO ESTÁ EN EL MUNDO TAMPOCO ESTÁ EN TELEVISIÓN

#### ALGUNAS INTERPRETACIONES POSIBLES DEL ENUNCIADO POR EL QUE SE DEFINE EL MODELO 1

«Lo que está en la pantalla (P) está en el Mundo (M.), sin que esto quiera decir que lo que está en el mundo (Mi) haya de estar siempre también en la pantalla (P)»( Bueno, Gustavo, 2000, pg: 56) .Este es el primer modelo que Gustavo Bueno advierte en torno a la televisión.

«Lo que no está en el mundo, tampoco está en la televisión», afirma que se puede calificar a este primer modelo de entender la verdad característica de la televisión, en relación con sus apariencias, como «modelo positivista (presentacionista, descriptonista ) de una filosofía de la televisión. La televisión se haría consistir, ante todo, en una suerte de «registro» o «crónica» de la realidad, tal ella se aparece, se hace presente. ( Bueno, Gustavo, 2000, pg: 56)

Sin duda, una concepción de la televisión ajustada a este modelo da más peso, por decirlo así, al mundo (M,) que a las apariencias de la pantalla (P), desde el momento que, al afirmar que las apariencias de la pantalla (P) habrán de estar siempre en el Mundo, (M) se está proponiendo algo así como una «reabsorción» de las apariencias televisivas en el «seno del Mundo» , como si las apariencias de la pantalla fuesen sólo un momento del Mundo (P C M;). Y, a la vez, se está reconociendo la realidad de un Mundo que permaneciera «fuera» de las apariencias de la pantalla, al rechazar la inclusión íntegra del Mundo en la pantalla (M C P = 0).

Estaríamos postulando explícitamente que el Mundo no se agota en las apariencias de la televisión, sino que contiene, por de pronto, otras muchas apariencias que no están en la pantalla. «Hay muchas cosas en el Mundo (cabría decir, parafraseando la fraseando la frase de Hamlet) que no están en las pantallas de televisión». Hasta aquí entendemos perfectamente que Gustavo bueno explica el contenido de los programas de televisión como una parte del mundo. Todo lo que se observa en la pantalla es tomado del mundo, y realmente es en parte cierta esta declaración porque el hombre trabaja de acuerdo a sus experiencias, se proyecta una sociedad, una familia, ciudades, aviones, dinero, todo lo que en el mundo conocemos.

Però Bueno no excluye la imposibilidad de que muchos contenidos del mundo puedan estar presentes en las pantallas. Por ejemplo, ni los perfumes, ni los sabores son, hasta la fecha, «televisables »; ni tampoco son televisables los sentimientos, las alegrías o lo dolores. En la pantalla podrá aparecer un cadáver

que ante la cámara despiden un hedor insoportable, o la flor que despiden, ante la cámara, un dulce perfume; pero la cámara no deja filtrar el perfume de la flor, ni tampoco el hedor de los cadáveres. La cámara segrega enérgicamente también los sentimientos de dolor o de placer que, sin duda, puede estar experimentando el sujeto cuyo «expresivo» rostro se hace presente ante la pantalla. No todo lo que está en el Mundo puede, por tanto, aparecer en la televisión. Y, desde luego, no pueden aparecer los entes que no existan en el Mundo, por ejemplo, los espíritus puros (lo que la tradición escolástica llamaba «inteligencias separadas», «entes no dilucidados», tales como ángeles, arcángeles, serafines, querubines). Lo que quiere decir que los espíritus, serafines, ánimas, fantasmas, filias, cuerpos astrales, extraterrestres, plasmas y otros «entes dilucidados» que se ven de vez en cuando en las pantallas, no son ni siquiera apariencias o sombras de alguna realidad (¿cómo podríamos hablar de apariencias de lo que no existe?), sino transformaciones libres de morfologías corpóreas, zoomórficas o antropomórficas existentes. (Bueno, Gustavo, 2000, pg: 57). Sin embargo las creaciones en televisión, sobre todo de seres inexistentes llegan a jugar un rol meramente importante en la mente de la gente, personajes que de la nada se tornan reales, gracias a la magia de la televisión. De igual manera se llega a predisponer tanto el cerebro que por lo menos el sentido del gusto es manipulado por la vista y forzado inconscientemente a comprar o por lo menos querer algo que en la televisión se muestra.

Así mismo dice Gustavo, sólo los entes corpóreos, es decir, los bultos (de vultus =faz) pueden comparecer ante el Ente. Un ente, aunque se considere corpóreo, si no existe, no puede presentarse en la pantalla. Entonces la proposición «lo que no está en el Mundo tampoco está en televisión», deja de ser una proposición tautológica y puede llegar a expresar tesis que, muy lejos de la tautología, resultan encerrar implicaciones inesperadas y de notable potencia crítica. (Bueno, Gustavo, 2000, Pg 59).

Ahora bien, el Mundo que envuelve, como un atmósfera imprescindible al Ente televisivo, está formado por dos capas bien diferenciadas: la «fase emisora» y la «fase receptora», constituida precisamente, por la audiencia. Pero el «mundo

de la audiencia» no se reduce a un sujeto individual aislado, ni tampoco a una multiplicidad o «colectivo» de sujetos individuales yuxtapuestos. No es, o sólo lo es por abstracción, una «totalidad distributiva. ( Bueno, Gustavo, 2000, pg: 61).

Esta totalidad podríamos decir es la masa como lo define Humberto Eco, un conjunto de gente al frente de los medios de comunicación, mientras que el emisor evidentemente es la televisión.

Esta es una de las apariencias más significativas que la televisión genera: la apariencia de que cada televidente es un ciudadano independiente, libre, aislado o aislable de los demás cuando se encierra en su cuarto de estar; se supondrá además que está dotado de juicio propio, cuando se sienta ante la pantalla. (Bueno, Gustavo, 2000 Pg 60).

Con estos presupuestos, la proposición «lo que no está en el mundo (de la audiencia) tampoco está en la telepantalla» comienza a significar algo relativamente preciso: «lo que no está incorporado a la audiencia, a la estructura de su «retina social», es decir, lo que nos está en el mundo del público, esto tampoco podrá aparecer en la pantalla. No nos referimos ahora a la génesis de esta implicación: podría siempre aducirse que para que algo se incorpore a la audiencia (a una audiencia determinada) será preciso que aparezca primero en la pantalla. Pero una cosa es «aparecer en pantalla» y otra cosa es poder ser incorporado a la estructura de la «retina social» de una audiencia, según los lapsos de tiempo que se estimen significativos en cada caso. (Bueno, Gustavo, 2000 pg61).

Pero si la retina social percibe algo es porque este algo existe previamente, conjuntamente con otras cosas. Dicho de otro modo: el ser (el esse) no se deriva del percibir (del percipi), sino, por el contrario, es el percibir o el ser percibido (el percipi) el que se deriva del ser, del esse. (Bueno, Gustavo, 2000 pg61)

Más que hablar de la «autocensura» de los directores de programas, habría que hablar de «censura de la audiencia». Como responsables de la programación,

por ejemplo, como responsables de la «televisión basura» habría que considerar no tanto a los directores de los programas sino el estado de sus audiencias respectivas. De este modo podríamos decir que cada público tiene la televisión que se merece. Por tanto, podríamos llegar por esa vía a la conclusión de que «lo que no está (con Fuerza activa, de arrastre) en el mundo de la audiencia, tampoco estará en la pantalla de la televisión». (Bueno, Gustavo, 2000 pg63)

En efecto, la teoría crítica de la televisión se autoconcibe precisamente, como la crítica a la «Teoría ingenua de la televisión». Y llamaremos «teoría crítica de la televisión» al sistema de proposiciones que, aunque no siempre están explícitamente formuladas, concatenadas, y delimitadas, podríamos, más o menos, adscribir a una gran mayoría de los críticos de la televisión, que actúan como si fueran representantes de la teoría. Representantes de la teoría crítica que generalmente desde la Sociología, desde la Psicología, o desde las «Ciencias de la Comunicación», convierten su oficio de escritores en una sistemática actividad de denuncia, que a veces asume el «espíritu de cruzada» contra la «Gran mentira» de la televisión. (Bueno, Gustavo, 2000 pg64)

El conjunto de proposiciones, más o menos disperso, que engloba esta «teoría crítica de la televisión» parece buscar despertar a un pueblo que estaría supuestamente siendo manipulado o moldeado por la pantalla a través de las apariencias falaces que ella le ofrece. (Bueno, Gustavo, 2000 pg64)

El ejercicio de esta teoría crítica llegará a ser la marca de su profesión, en cuanto «críticos de la televisión»; una profesión cuya sabiduría consistiera precisamente en hacer ver a los ingenuos que aquello que desfila ante sus ojos en la telepantalla es apariencia, engaño o mentira. Mediante la teoría crítica de la televisión, los comunicólogos, sociólogos, etc., asumen la función de alertar al público sobre el peligro que las apariencias televisivas tienen para la vida democrática. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 65). Misma función que realizamos en esta tesis.

¿Y qué es la «teoría ingenua» de la televisión? Es, según la construcción polémica que de ella hace la «teoría crítica», la «concepción común» de «los consumidores satisfechos» de los programas televisados, en la medida sobre todo en que esta satisfacción tiene que ver con el llamado “efecto realidad”. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 65)

El «efecto realidad» explicará sobre todo la importancia que las empresas comerciales dan a la publicidad. Estas empresas creen saber, como resultado de sus controles de venta, por ejemplo, que las afirmaciones contundentes del ama de casa convencida (de modo real o ficticio) que desde la pantalla asegura las cualidades excepcionales de un detergente, tendrán un efecto inmediato en las ventas, porque serán creídas por una gran mayoría de espectadoras. Bueno, Gustavo, 2000 pg 66)

Y como creen saber que, por el «efecto realidad», su presencia en pantalla se traducirá muy pronto en su «presencia en el Mundo», y que no es tan fácil encontrar otras vías para acceder a esta presencia, tendrán que comportarse como si, para ellos (los políticos, los artistas, los empresarios), ser fuera lo mismo que ser percibido. «Lo que está en la pantalla, está en el Mundo».

En su versión más radical, la teoría crítica de la televisión llegará a sostener que la televisión es el ámbito propio de las apariencias falaces, hasta el punto de que la pantalla de televisión se interpone a la posibilidad misma del conocimiento de la verdad, que estaría reservada al Logos y no a la vista. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 66).

En definitiva: la contraposición entre ver y pensar es gratuita. Galeno ya sabía, con los estoicos, que «no es el ojo el que ve, sino el Logos a través del ojo». Lo que vemos es lo que hemos de algún modo definido previamente mediante un logos operatorio. En la televisión esto es mucho más evidente, porque la televisión implica, además, el audio, la música y el lenguaje de palabras. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 68).

La teoría ingenua de la televisión, en cuanto teoría atribuida al «vulgo televidente», tanto o más que una teoría efectivamente mantenida por alguien, es

una construcción polémica de la teoría crítica. La razón es que este «vulgo televidente» comienza por no ser una entidad homogénea, sino el nombre de muy heterogéneos «segmentos sociales»; lo que quiere decir que el «efecto realidad» actuará en todos los casos selectivamente sobre cada segmento. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 69).

### EL SIGNIFICADO DE LAS APARIENCIAS EN ESTE PRIMER MODELO

En esta teoría del realismo natural o ingenuo de la televisión diciendo que, para ella, las apariencias habrán de ser entendidas, de modo primario, como apariencias veraces, y no falaces o indeterminadas o como «apariencias absolutas»; mientras que para la teoría crítica, las apariencias de la televisión habrán de ser interpretadas sistemáticamente, en principio, como apariencias falaces (positivas, negativas, o eleáticas) o, al menos, como simulaciones. Para atenernos a lo principal, a la forma de la «simple, penetrante e inofensiva metáfora» sobre la que T. Hutchinson construyó su libro de hace ya más de 50 años: «la pantalla de la televisión es la ventana que les es dado abrir diariamente a millones y millones de hombres de la sociedad industrial para asomarse a la realidad del Mundo. » Quienes, encerrados en sus casas, en sus talleres, en sus puestos de trabajo, como si estuvieran encadenados, es decir, abrumados por sus problemas domésticos o laborales ven reducido su mundo a sus «problemas personales», es decir, a una existencia «idiota» («del trabajo a casa, -de la casa al trabajo») vuelven a reencontrarse con el Mundo real cuando, desde su casa, abren la «ventana al mundo» de la televisión. Al menos, los encadenados a su casa y a su trabajo pueden recuperar el contacto con las apariencias de lo real. (Bueno, Gustavo, 2000. pg70).

En conclusión: «solamente lo que está en el Mundo puede estar en la televisión», dado el componente negativo implícito en el «solamente», que no cabe confundir con «todo lo que está en el Mundo»( Bueno, Gustavo, 2000 pg71).

## EL SIGNIFICADO DE LA VERDAD EN EL CONTEXTO DEL MODELO 1

Hablar de «verdad», en televisión, según esto, sólo será posible cuando se haga intervenir un sujeto operatorio a través del cual la realidad se hace presente no ya directamente ante el sujeto, sino a través de las apariencias, en este caso televisadas.

Se hace preciso distinguir, las dos modulaciones más importantes que la verdad, en este modelo, puede alcanzar según el tipo de intervención que al sujeto operatorio le atribuyamos ante la realidad que va a revelarse como la «verdad de las apariencias»: las designaremos como verdad manifestativa (de la realidad) y como verdad constitutiva (de la morfología de la realidad).

(A) Las verdades manifestativas tendrán lugar cuando la realidad que se hace presente ante las apariencias se supone que tiene un curso independiente del sujeto operatorio que las determina. Esta independencia podrá ser referida a la relación con el curso temporal del sujeto operatorio; curso temporal (centrado en torno al sujeto operatorio en acto) que podemos subdividir en el contexto de un espacio práctico en el que interactúan «circularmente» los sujetos operatorios en las tres siguientes regiones:

a) La región o clase de sujetos, definida como campo virtual de influencia recíproca entre los sujetos operatorios considerados.

b) La región o clase de sujetos definida por la posibilidad de acción o influencia de los sujetos operatorios en los sujetos de referencia, pero no recíprocamente.

c) La región o clase de sujetos definida por la posibilidad de que los sujetos operatorios actúen sobre ellos pero no recíprocamente.

Es evidente que en la región o clase de sujeto a) puede ponerse en correspondencia con el concepto de presente (aunque no en el sentido del *nunc* entendido como un punto del tiempo métrico); la clase de sujetos o región b) se



podrá en correspondencia con el pretérito y la clase o región c) se corresponderá con el futuro. (Bueno, Gustavo, 2000pg75).

(a) En primer lugar, una «información errónea» en estas condiciones es un contrasentido, un círculo cuadrado: una información falsa no es información sino pseudoinformación

(b) En segundo lugar en cierto modo, dado que la propagación de la luz no es instantánea, cabría decir que todas las realidades que actúan «detrás» de las apariencias de la telepantalla, son pretéritas

(c) En tercer lugar, la verdad se vinculará a una realidad que se supone aún no actualizada, puesto que se ofrece como posterior a su presentación en pantalla. Tal es el caso de las prolepsis predictivas que tienen lugar en la televisión a propósito. (Bueno, Gustavo, 2000 pg76)

(B) Las verdades constitutivas tendrán lugar cuando las realidades que se hacen presentes en las apariencias tengan un curso independiente del sujeto que las expresa (o, por extensión, de los sujetos con los cuales esté implicado el sujeto que las expresa), sino que tienen que ser llevadas a efectos por el propio sujeto o sujetos que las expresan. Por ello, las verdades constitutivas son, inicialmente, verdades prolépticas, pero al modo no de las prolepsis predictivas, sino al modo de las prolepsis ejecutivas (como puedan serlo las profecías ejecutadas o realizadas por el propio profeta).

(Bueno, Gustavo, 2000 pg77)

Las verdades constitutivas, en suma, implican la manifestación de una realidad que debe ser constituida morfológicamente por el propio sujeto o sujetos que ofrecen su apariencia como momento previo, acaso necesario, a la propia constitución de tal realidad. (Bueno, Gustavo, 2000 pg79)

CORRESPONDENCIAS DE LOS SIGNIFICADOS DE LA APARIENCIA Y LA VERDAD DEL MODELO 1 CON SIGNIFICADOS DADOS EN OTROS CONTEXTOS ONTOLÓGICOS (PARMÉNIDES, PLATÓN, ETC.)

La «teoría ingenua» de la televisión, en cuanto construcción polémica de la teoría crítica, recuerda, desde luego, a la «teoría del sujeto en actitud natural», que E. Husserl construyó para dibujar su construcción crítica del «sujeto fenomenológico». En efecto, según Husserl, el sujeto, en actitud natural aceptará ingenuamente la realidad de los fenómenos del mundo exterior (ese vaso, ese manzano en flor) tal como se le presentan. La *epoché* fenomenológica, sin perder ninguno de los contenidos de lo que no es dado en actitud natural (o ingenua), los reducirá a la condición de «contenidos de mi conciencia pura». Pero en la práctica -supondremos por nuestra parte-, la «actitud ingenua» no es tan ingenua, ni menos aún es una actitud natural. La actitud ingenua tiene, en todo caso, su funcionalismo, es decir, su logos operatorio propio. (Bueno, Gustavo, 2000 pg80)

Las «apariencias» del Poema de Parménides sólo se enfrentan (metaméricamente) con un Ser unívoco que no puede ser confundido con las apariencias múltiples. Y esto obliga a concluir que estas apariencias, si son «apariencias del ser» (*.dokimós einai dia pantós pantá peronta*) «no son el Ser», es decir, no son en lo que aparecen y, por ello, son apariencias. (Bueno, Gustavo, 2000 pg81)

Si Parménides, en cuanto simple mortal, presentó al Ser, no ya sólo como Uno, sino como *verdadero*, y a las cosas del Mundo, no ya sólo como múltiples, sino como apariencias, es porque disponía previamente de un «modelo diamérico» de contraposición entre apariencias y verdades a partir del cual pudo, mediante un desarrollo dialéctico, reconstruir la oposición entre lo Uno y lo Múltiple, como una oposición entre la Realidad (o Verdad) y la Apariencia. Pero tenemos buenas razones, de orden filológico, para sospechar que este «modelo dialéctico» que *interpretative* tenemos que atribuir a Parménides tiene un parentesco notable con nuestro primer modelo; de suerte que, aunque obvia-

mente Parménides nada tenga que ver con él, sin embargo, podrá afirmarse que nuestro modelo sí puede tener que ver con la ontología eleática. (Bueno, Gustavo, 2000; pg82)

El parentesco del que hablamos se funda en el hecho de que la televisión, en general, es una tecnología que trabaja fundamentalmente con la composición de la luz (de las ondas electromagnéticas blancas, negras o coloreadas) y de las sombras.

Parménides obtuvo, si no exclusivamente, sí muy abundantemente, su distinción entre apariencia y verdad, fueron las experiencias con luces, colores y sombras. (Bueno, Gustavo, 2000; pg82)

El mito de la caverna, uno de los mitos claves de nuestra tradición, que Platón expone al comienzo del Libro VII de la *República*, contiene literalmente la descripción de una situación establecida en torno a la oposición entre *apariencias* y realidades verdaderas; pero una descripción tan puntualmente ajustada a la situación propia del televidente ante su pantalla que pareciera que la propia televisión ya que no ha podido inspirar el modelo del mito platónico, ha debido estar al menos inspirada en ese «mito de la caverna». (Bueno, Gustavo, 2000, pg87).

Pero la situación dibujada por Platón, en su célebre mito, entre los habitantes de la caverna y las imágenes que se proyectan en el muro, se corresponde plenamente con la situación de los televidentes ante la pantalla, y sólo parcialmente (abstractamente) con la situación de los espectadores en la sala de proyección cinematográfica. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 88).

En cambio, en la topología de la televisión, al menos en la topología de la televisión formal, hay que reconocer que las imágenes proyectadas por el tubo catódico en la pantalla (imágenes haciéndose in-fectas, en el proceso de barrido del haz de electrones de la timara sincronizada con el receptor) han de proceder, como las de la caverna, de un Sol (una luz, un fuego) que necesariamente ha de

situarse en el mundo exterior de la caverna: y, por ello, «lo que no esta en el Mundo tampoco podrá ser proyectado en la pantalla». (Bueno, Gustavo, 2000 pg 89).

Estamos insinuando, con esto, que el «mito de la caverna», antes que como una anticipación en «veintitrés siglos» de la televisión, habría de ser considerado como un trasunto posterior en mucho más de veintitrés siglos (si contamos desde el Magdalenense), a la vida de los «hombres arcaicos», los hombres de Altamira o de Lescaux, que pasaban en las cavernas gran parte de su tiempo contemplando, de vez en cuando, las figuras de los animales exteriores que ellos mismos habían pintado en las paredes de sus cuevas. No es en el mito de la caverna, sino en las cuevas de Altamira o de Lescaux en donde podríamos ver prefigurada la estructura de la televisión. (Bueno, Gustavo, 2000 pg94)

En cualquier caso, es evidente que el mito de la caverna de Platon no se reduce a ser una descripción de una «situación» isomorfa a la situación de la televisión: constituye un análisis crítico de esta situación. Pero no mediante un análisis crítico-metafísico o nihilista, sino mediante una crítica dialéctica. La teoría crítico-dialéctica de la televisión puede contraponerse a la teoría crítico-metafísica en parecidos términos a como Platón se contrapone a Parménides. (Bueno, Gustavo, 2000 pg96).

Si los hombres encadenados en la caverna pueden liberarse, es debido, como nos dice el mismo Platón, a que algunos se levantan y se deciden caminar, con esfuerzo, por la pendiente escarpada del sendero que conduce al exterior. Dicho de otro modo: si los hombres pueden remontar el plano de las apariencias, es porque esos hombres, el público (la audiencia) no forma una clase homogénea, según una homogeneidad que se hiciera consistir en el ejercicio de una vida puramente especulativa, la vida del espectador que se atiende, sentado en las gradas del anfiteatro, a ver y a oír lo que ocurre en la escena. La audiencia no es homogénea; está diferenciada en capas, sectores, grupos muy diferentes y, entre ellos, los compuestos por hombres que, además de ver y de oír, caminan, se levantan del asiento, se esfuerzan, exploran la caverna y, sobre todo, logran salir al exterior y tomar contacto con otras realidades. (Bueno, Gustavo, 2000 pg96).

«Mundo óptico que envuelve al televidente». No hay tal Mundo, sino por abstracción. La figura del televidente no es la de un individuo sentado por siempre ante la pantalla, como si fuera un tetrapléjico al que se le suministra, por sonda, el alimento a fin de no interrumpir, ni siquiera por un instante, su visión estática. (Bueno, Gustavo, 2000 pg97)

De otro modo: las teorías críticas de la televisión, que contraponen sus funciones de «construcción del Mundo» a sus funciones de «registro del Mundo», podrían ser consideradas como meras aplicaciones, a un caso particular, de la concepción idealista general del Mundo de Berkeley (a veces de la concepción del Mundo de Schopenhauer). El Mundo, decía Berkeley, es construcción de Dios, quien, mediante las apariencias mundanas que de Él emanan, ofrece mensajes dirigidos a los hombres para manifestarles su poder y su gloria. En la teoría metafísica de Berkeley las apariencias están moldeadas por el auténtico Poder, que es el Poder de Dios, creador del Mundo como un conjunto de apariencias que envuelven a los sujetos humanos, a unos sujetos que el mismo Poder ha creado previamente al efecto. El Mundo, vienen a decir Adorno, Eco -el Eco de La transparencia perdida ( 1988)-, Sartori o Bourdieu, es construcción del Poder que, mediante las apariencias de la telepantalla, ofrece a la muchedumbre televidente mensajes dirigidos a controlarla, en beneficio de su gloria. (Bueno, Gustavo, 2000 pg99).

### EL MOMENTO NORMATIVO DEL MODELO 1

No habría que interpretar únicamente el modelo 1 como un modo de entender qué cosa sea la televisión, en el terreno de las relaciones de las apariencias que ofrece la realidad, en cuanto «cuestión de hecho». También podríamos interpretarlo como un modo de establecer qué cosa pudiera o debiera ser ella sin desviarse de su estructura, en cuanto «cuestión de derecho». Lo que equivale a decir, recíprocamente, que en muchos de los proyectos, iniciativas, disposiciones, etc., de los políticos o de los técnicos responsables de los canales de televisión pública o privada, sobre todo cuando manifiestan su voluntad de «conseguir que

se haga una buena televisión a fin de que el Ente cumpla con los fines y responsabilidades que le son propias» (Bueno, Gustavo, 2000 pg 100).

En general, a los agentes o actantes que intervienen en la televisión se les pedirá, eventualmente «realismo socialista»; no siempre «neutralidad informativa», «apartidismo». Una concepción de la televisión como «televisión dirigida». ¿Por quién? La respuesta, en principio, es sencilla: por quienes tengan elementos de juicio bastantes para aportar aquellas premisas o líneas constitutivas del Mundo que se consideren más pertinentes para el fin de ir encajan(lo a las apariencias disponibles en su quicios propios. La televisión no sólo habrá de ser informativa, lúdica o comunicativa. «Puede ser también, dice Sartori, al mismo tiempo *paideia*, un instrumento antropogenético, un *medium* que genera un nuevo *anthropos*, un nuevo tipo de ser humano».(Bueno, Gustavo, 2000 pg 101).

(1) La norma general que del modelo 1 podrá esperarse en relación con los televidentes, tenderá cuanto a la extensión, a reducir en lo posible las horas dedicadas a una pantalla que, por estructura, tendería a ofrecer apariencias entontecedoras, propias de un público infantil. Y, cuanto a los contenidos, tenderá a lograr que el público, antes (le enfrentarse con las apariencias que le van a ofrecer las telepantallas, se provea de una formación que le permita construir juicios maduros. Prácticamente, tenderá a incrementar en el público los hábitos de lectura de libros o de la prensa, o el hábito de escuchar la radio, a fin de reducir en lo posible la deletérea influencia de las imágenes de las que se alimenta más el homo videns que el homo sapiens.

(2) De la versión ingenua del modelo 1 cabría derivar también una normativa práctica, esta vez dirigida exclusivamente a la muchedumbre televidente, y cuyo sentido general podría ser el de instaurar en ella la disciplina del televidente puro. El «televidente puro» -formado en la disciplina que Husserl refirió a «la conciencia pura»- buscaría atenerse estrictamente a los fenómenos que la pantalla le ofrece, y en los términos en los cuales ésta le ofrece las apariencias. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 101)

Sin embargo, también podría decirse que «el televidente puro» sería aquel que fuera capaz de acoger las imágenes de la pantalla como apariencias que proceden del Mundo en el que vive («lo que no está en el Mundo no está en la televisión»); y las recogerá con el espíritu «de la comprensión». O, si se prefiere, con el espíritu de «reconciliación» con el Mundo de las apariencias. Nada de lo que sale en la pantalla, en cuanto procede del Mundo, podrá ser considerado como absolutamente in-mundo. Lo «in-mundo», es cierto, no es tanto lo que no está en el Mundo, sino lo que no está en un Mundo limpio y transparente; pero este Mundo limpio no existe, lo que equivale a decir que lo inmundo puede existir absolutamente: el concepto de «televisión basura» debería, por tanto, ser liquidado. Si una empresa comercial se anuncia en pantalla exagerando las calidades de sus productos, el «televidente puro», lejos de indignarse ante la exageración mentirosa del anuncio, aceptará esa exageración como propia del «género televisivo publicitario», en el cual está incluido el anuncio; irritarse por la exageración equivaldría a confundir ese programa con un programa científico. Un conducta similar y «equilibrada» se deseará para el televidente que sigue atentamente las campañas políticas o las manifestaciones religiosas. Que ajuste «el televidente puro», con la mayor precisión posible, lo que ve en pantalla al género televisivo en el que lo que ve está expresado; que acepte ingenuamente lo que se manifiesta en las apariencias, sin ningún temor, puesto que se supone que dispone de elementos críticos suficientes para justipreciarlo y para reinterpretarlo desde las coordenadas de su Mundo. (Bueno, Gustavo, 2000 pg102).

Y, en el caso de que no le satisfaga ninguna de la series de imágenes que en el día, en la semana o en el año le ofrecen las telepantallas, que cierre su receptor y utilice otros medios de exploración del Mundo real, puesto que éste no se agota, en ningún caso, en el conjunto de las apariencias de la pantalla («no todo lo que está en el Mundo ha de estar también en la pantalla»).

(3) Por último, el modelo 1 podría considerarse como la norma misma que define el concepto de televisión formal, en cuanto contra distinto del mero concepto de televisión material, porque en la televisión formal lo que no está en el

Mundo, evidentemente tampoco puede estar en la pantalla de la televisión. De aquí la conexión que, a través de la televisión formal, hay que establecer, entre la apariencia y la verdad.

(Bueno, Gustavo, 2000 pg103).

## 4.2 LO QUE NO ESTÁ (O APARECE) EN LA PANTALLA TAMPOCO ESTÁ EN EL MUNDO

### INTERPRETACIONES POSIBLES DEL ENUNCIADO DEL MODELO II

La frase que figura como título de este Capítulo II es una paráfrasis literal de esta fórmula: «Lo que no está en la pantalla, no está en el Mundo».

Una frase que, en principio, sonará al sentido común como simple disparate. (Bueno, Gustavo, 2000; pg105).

Es evidente que de un pintor, de un novelista, o de un cantante que no logre aparecer regularmente en las pantallas una fracción de su tiempo, podemos decir que «no existe» como elemento estable constituido en esa sociedad.

Diremos de él que carece de «existencia pública» (ninguna sala de exposiciones acogerá sus cuadros, ninguna empresa editorial publicará sus libros) y a lo sumo tendrá que replegarse a un género de existencia privada o meramente virtual. Y si el pintor, el novelista o el músico que tuvieron acaso una existencia pública efectiva en épocas anteriores a la televisión (a su hegemonía) no aparecen en la pantalla, dejarán muy pronto también de estar en el Mundo. Y esto sin perjuicio del «disparate axiológico» que tal efecto podría comportar. En la sociedad de referencia un automóvil, un detergente o un político que no comparezca en las telepantallas es como si no existiera en el Mundo, o como si existiendo, estuviese ya próxima su extinción: «ser es ser visto por el público». (Bueno, Gustavo, 2000; pg107).

Es muy notorio el uso y el abuso del postulado de los «mundos posibles», por parte de algunos tratadistas de lógica (Scholz, Hasenjáger, Krippner...).



Tratadistas que, por cierto, suelen acogerse al prestigio de Leibniz, olvidando que Leibniz, en nombre de su «optimismo metafísico», sólo admitió la realidad de un único Mundo, el nuestro, «el mejor de los posibles».(Bueno, Gustavo, 2000 pg111)

Nuestro interés crítico por la hipótesis de la pluralidad de mundos deriva de la incidencia que esta hipótesis pueda tener sobre la oposición apariencia/verdad, aplicada al campo de la televisión. Si damos por supuesto (más o menos en serio) que existen muchos Mundos reales o posibles, podemos proceder como si estuviesen llenas de sentido expresiones corrientes entre los comunicólogos o entre los publicitarios, tales como: «lo que no aparece en televisión no está en el mundo» o «la televisión es el principal instrumento del que disponen las sociedades industriales democráticas para construir su mundo político y económico». (Bueno, Gustavo, 2000 pg111)

La hipótesis de los mundos posibles suele llevar aparejada la actitud de la tolerancia: los diferentes mundos, reales o posibles, habrán de ser contemplados como realidades capaces de «marchar por sí mismas»; ante las cuales la única actitud adecuada sería la del *laissez faire* tolerante que los fisiócratas pusieron de moda en el siglo XVIII. «Los mundos marchan por sí mismos: dejadles hacer, dejadles pasar». Dediquémonos a lo nuestro. Por ejemplo, a «desarrollar creadoramente el mundo de la televisión»; dejemos a los demás que trabajen en su propio mundo y encomendemos a la armonía preestablecida el mantenimiento del orden y el concierto, que sin duda es necesario, para la coexistencia pacífica de tan heterogéneos universos. (Bueno, Gustavo, 2000 pg112).

## EL PAPEL DESEMPEÑADO POR LAS APARIENCIAS EN ESTE MODELO 11

Como hemos dicho, la tesis resulta casi tautológica cuando el «mundo» que concebimos como subordinado o inmerso en las apariencias de la telepantalla, sea el propio «mundo de la televisión». Ante todo, su «mundo entorno», constituido por los escenarios ante los cuales se sitúan las cámaras: (F,(C o C')).

Estos escenarios se conformarán como tales en función de las cámaras; éstas son las que han de seleccionar las morfologías del «mundo-entorno» a la escala adecuada. Se sabe que los hombres que actúan en el escenario, al sentirse filmados, amoldan su conducta a su situación en el escenario, teatralizan sus ademanes -actuando como per-sonas- y procuran ajustarse al formato de las apariencias de la telepantalla. Esto no ocurre solo con las personas actuando en solitario. Una manifestación televisada, con cámara abierta (no oculta), se transforma en una manifestación teatral, en una teatralización de la espontaneidad inicial: se amaneran los gestos, se levantan las manos pintadas en blanco pidiendo la paz, se llevan pancartas en la cabecera de la manifestación que sólo desde las pantallas pueden ser leídas. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 116)

Hemos de referirnos también, no ya al «Mundo de las apariencias» de la televisión, ('~(P), sino al «Mundo de las apariencias» de la visión, en su sentido orgánico, más general. Porque la «visión natural» (y su Mundo correlativo) no es solamente un proceso susceptible de ser analizado en paralelo al proceso de la televisión; es también un proceso que se resuelve en un Mundo apotético, que contiene los procesos, acoplados por continuidad, al mundo de la televisión, que no podría existir fuera de aquel. Sin visión «natural» (la visión de los ojos orgánicos de los cámaras y de los ojos orgánicos de los televidentes) no hay televisión. (Bueno, Gustavo, 2000 pg117).

En efecto, se dice, de ordinario, que el cerebro es la sede o el ámbito de un mundo subjetivo y privado, que se opone al mundo exterior y público, el mundo de las telepantallas y el mundo real. (Bueno, Gustavo, 2000 pg119).

(a) Contenidos segundogenéricos susceptibles de ser interpretados como resultados de la acción de objetos externos sobre los sujetos (O-S), pero de tal suerte que las reacciones («pasiones» o «emociones») del sujeto queden «puestas entre paréntesis» en beneficio de la formación del objeto apotético mismo.

(b) Contenidos segundogenéricos susceptibles de ser concebidos como momentos de acciones, operaciones o impulsos del sujeto, o de partes suyas,

hacia los objetos (por ejemplo, hacia los alimentos) dados en el mundo exterior (S-O). Todos estos contenidos pueden englobarse bajo la rúbrica tradicional de apetitos o deseos (*vis appetitiva* de Leibniz, *conatus* de Espinosa). La voluntad, el amor activo o el odio, son contenidos genuinos de esta segunda clase de contenidos de la materialidad segundogenérica (la envidia sería probablemente antes un apetito que un sentimiento).

(c) La «clase de los sentimientos» (*vis affectiva*). Concepto-clase que tiene muy poco de empírico (podíamos decir: el concepto de sentimiento no es un sentimiento) y mucho de clase construida formalmente (a partir de la combinatoria (O-S) (S-O) (S-S) y «rellenada» con «partes arrancadas» a la *vis cognoscitiva* y a la *vis appetitiva*. («Sentimiento» es palabra formada en español muy tardíamente; en español, el término «sentimiento» se asocia a las percepciones auditivas -sentir = oír-, es decir, a los efectos que en el sujeto producen algunos estímulos exteriores, que son el contenido del sentir; a veces el objeto f del sentimiento no quiere ser corpóreo, y así Santa Teresa dice tener el «sentimiento de la presencia de Dios»). (Bueno, Gustavo, 2000 pg119)

La ilusión radica en no advertir que las delimitaciones de las diferentes realidades cerebrales (áreas, circuitos, etc.) no se ha llevado a cabo desde el propio cerebro, sino precisamente desde las apariencias. No es la «cartografía que el cerebro hace del cerebro» lo que nos lleva, por construcción, a un conocimiento efectivo de las apariencias introspectivas; es la cartografía de las apariencias (de los sentimientos, de los afectos, de los apetitos..., identificados a través del lenguaje) la que nos conduce a la cartografía del cerebro. Y es una ilusión creer que es la cartografía del cerebro la que nos conduce a la cartografía de las apariencias. (Bueno, Gustavo, 2000 pg121)

En efecto, la «cartografía segundogenérica» se ocupa de apariencias que se constituyen, no ya tanto en la experiencia individual, cuanto en la experiencia interindividual o grupal.

Concluimos: el mundo del cerebro real no es independiente, en morfología del Mundo de las apariencias, y aun presupone este Inundo: M C P. (ibidem)

## EL SIGNIFICADO DE LA VERDAD EN EL MODELO II

"El modelo II ofrece, por tanto, el principio de una teoría interna o inmanente (al orden de las apariencias televisivas) de la verdad. La verdad de la televisión podría ser tratada como un concepto de relación que habría de mantenerse entre las apariencias televisadas, y no como un concepto de relación entre las apariencias televisadas y otras realidades extratelevisivas. Sin embargo, la teoría de la verdad inmanente a la televisión, por el hecho de circunscribirse al mundo de las apariencias, no tendría por qué borrar la distinción entre las apariencias verdaderas y las apariencias falsas. (Bueno, Gustavo, 2000 pg123)

El orden y conexión en el que se haría consistir la verdad de las apariencias de la televisión no tendría, según esta supuesta estructura, que depender directamente de las realidades mundanas (en particular, no tendría por qué depender directamente de las apariencias ofrecidas a la «visión natural» del mundo real).

Las apariencias que aparecen en la telepantalla son muy semejantes a las del Mundo que los televidentes perciben al margen de la televisión. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 125).

En resolución, la percepción visual no es un proceso de reproducción especular del Mundo entorno en el cerebro, sino una determinación de estructuras invariantes a partir de sensaciones variables causadas por los estímulos procedentes del mundo.

La televisión es una forma alternativa del ejercicio de la visión, y una forma susceptible de intrincarse con ella, como constatamos por las microcámaras del «ojo de Dobelle», en cuanto ellas son sustitutos de los ojos reales (cuanto a la selección de los estímulos iniciales que, tras su procesamiento, afectarán a la corteza occipital). (Bueno, Gustavo, 2000 pg128).

De la misma manera que el realismo constructivista reconoce realidades externas que han de someterse a los filtros de selección y patrones de organización del cerebro óptico, así también la versión moderada del modelo 11 de televisión reconocerá realidades exteriores a la pantalla, pero tales que ellas deberán ser filtradas y organizadas según los patrones internos que gobiernan las secuencias de esa pantalla. La diferencia se mantiene, sin embargo. El Mundo ofrecido por la visión ordinaria se organiza originalmente en el proceso mismo de su percepción; el Mundo ofrecido por la telepantalla ha de estar ya previamente organizado a la escala morfológica proporcionada a aquella visión ordinaria. En este sentido, la televisión habrá de ser entendida, ante todo, como un cauce alternativo más de la percepción óptica. Pero un cauce dotado de caracteres nuevos debidos, cuanto a sus contenidos y mecanismos de selección, al diferente nivel sintáctico en el que la televisión opera: la composición de imágenes que se ofrecen en la telepantalla, aunque derivan de secuencias naturales, son susceptibles de una combinatoria mucho más libre, respecto de la realidad de origen y, por tanto, a través, sobre todo, de los dimorfismos utilizados, la «autonomía» de los cursos de su construcción es mucho mayor. (Bueno, Gustavo, 2000 pg;129).

#### CORRESPONDENCIAS CON LA TEORÍA DE LA CIENCIA

Las correspondencias entre las concepciones de la televisión, en lo que toca a las Ideas de Apariencia y Verdad, según el modelo 11, y las concepciones gnoseológicas de la ciencia que pueden ser englobadas bajo la rúbrica del «teoreticismo» son patentes. En efecto, lo que caracterizaría a las concepciones teoreticistas de la ciencia sería su tendencia a desplazar el centro de gravedad de los cuerpos científicos hacia la región de su estructura formal, considerando a la materia de las ciencias (constituida por los hechos, por las observaciones, por las experiencias) como enteramente subordinada a aquella estructura. (Gustavo, 2000; pg 130).

En resolución, la inmanencia literaria, poética o retórica se dan la mano con la inmanencia cinematográfica o televisiva, mediante la disociación de la verdad y

la apariencia; una disociación que implica la tesis de la pluralidad de los mundos en los que pueda vivir la «narrativa fantástica» y, en particular, la introducción de tipos diversos de mundos, tales como mundos utópicos, distópicos, alotópicos o metatópicos. (Bueno, Gustavo, 2000 pg132).

## EL MOMENTO NORMATIVO DEL MODELO II

El modelo poético encierra enérgicos componentes normativos, si no es que él mismo se resuelve enteramente en su propia normatividad. Si se prefiere, en su condición de propuesta alternativa y obligada (por razones políticas, psicológicas, estéticas, etc.) a los modelos realistas o a los modelos miméticos, en cuanto ambos ponen el centro de gravedad de las apariencias televisivas en lugares exteriores a la inmanencia de estas apariencias, a lugares extratelevisivos. (Bueno, Gustavo, 2000 pg132).

La propuesta del modelo poético como modelo normativo de 1:1 televisión (tanto en sus fases de emisión, como en sus fases de recepción) mana de fuentes distintas. O, lo que es lo mismo, se fundamenta en razones de diverso género: una son de naturaleza predominante político-psicológica; otras son de carácter estético-cósmico.

Desde el punto de vista político-psicológico, el modelo poético de la televisión podrá recibir una fundamentación paralela a aquella por la cual algunos sistemas justifican el «opio del pueblo» o bien en la necesidad de la mentira política, como instrumento necesario para la gobernación del Estado; o incluso en la necesidad de la «evasión» (aunque sea aparente, ilusoria) que el propio pueblo experimenta para poder soportar el peso de sus cadenas. (Bueno, Gustavo, 2000 pg133).

Sin la televisión la democracia de masas, es decir, la sociedad de mercado o de consumo, que procura mantener a cada ciudadano en la situación más cercana posible al ideal de consumidor satisfecho, no podría considerarse como una democracia sostenible. La poética televisiva ofrecerá a millones y millones de

ciudadanos, que gozan de una discreta libertad de (en el tiempo de ocio), el contenido de su libertad para, a saber, la contemplación y «disfrute» del partido de fútbol televisado; y no de un partido aislado, sino series de partidos que se reproducen cíclicamente, durante años y años, marcando el tiempo a la sociedad entera y proporcionándole unas coordenadas muy precisas para fijar el pasado, el presente y el futuro político. Y, lo que no es menos importante: marcando un tiempo racionalizado, en el que tienen lugar unos comportamientos también racionalizados, ajustados a reglas. (Bueno, Gustavo, 2000 pg133)

Si el televidente fuese educado de modo conveniente en la «tolerancia escénica» y en el juego de las apariencias, la contraposición entre verdades e ilusiones dejará de ser pertinente. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 135)

Un hombre «bien educado», como televidente, en la férrea disciplina del modelo poético, no tendría por qué distinguir siquiera entre las apariencias veraces y las falaces. Ni siquiera tendría que distinguir las apariencias informativas y las publicitarias: sería suficiente que valorase la calidad estética o la coherencia interna de ambas. (ibidem)

El criterio más sólido que el modelo poético de televisión podría hacer valer para diferenciar críticamente los contenidos que pasan por la telepantalla sería el criterio estético. Este criterio asume a veces, como es bien sabido, las pretensiones más profundas y, por así decir, «cósmicas» o «filosóficas». El criterio estético-cósmico del crítico de televisión que se atenga al «modelo poético» propiciaría la necesidad de educar al televidente en la «disciplina de la inmanencia» de la telepantalla, en la medida en que ella vaya referida a las apariencias que, sin perjuicio de serle ofrecidas a través de la televisión, pueden compartir con las «apariencias naturales» la condición de «apariencias del infinito»: una condición que se haría realidad, no ya en la «prosa de la vida», sino en la vida del arte, en el ámbito mismo de las apariencias.

(Bueno, Gustavo 2000, pg142)

El modelo poético de la televisión recogería simplemente el requerimiento «romántico» de la ingenuidad o necesidad de la inversión en las apariencias, que tantos escritores propusieron a los hombres de hace un par de siglos. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 135).

El delirio de quien, viviendo de la televisión, y teniendo la televisión como «su mundo entorno», como su casa, se comporta como si el Mundo estuviese para él formado por todo aquello que gira en torno a la imagen de la telepantalla (M C P) y como si estas imágenes de la telepantalla fuesen el Mundo y, por tanto, lo constituyesen (P C M). (Bueno, Gustavo, 2000pg 138).

En efecto, las imágenes que fluyen a través de la pantalla P, en cuanto a imágenes de televisión formal son inseparables de las imágenes transmitidas por la cámara (C). (Bueno, Gustavo, 2000pg140)

Ahora bien, el intervalo  $(C(C \vee C'), C(P), \text{ de } C)$ , concebido como intervalo delimitado por dos cortaduras apotéticas (escénicas) y el tracto  $\sim$ , en su totalidad, resultan estar englobados, en la práctica de la televisión, en el concepto técnico de «mundo de la televisión», como un mundo entorno en el que se mueve el técnico o el ingeniero de la televisión. A veces, se designa a este mundo técnico de la televisión como la «infraestructura tecnológica de la televisión» (hacemos notar que en la fórmula  $C(C \vee C')$  y  $S(t)$  figuran sólo como cortaduras o límites del intervalo F. El cámara, el ingeniero, etc., que intervienen en esta infraestructura tienen, como objetivos profesionales propios, el conseguir una transmisión con la mayor calidad y definición de imagen posibles, desde la cámara asta la pantalla.

Lo que ocurra «más allá a de la cámara (exceptuando la iluminación!)» sería ya de competencia de actores y directores de escena; lo que ocurra «más acá de la pantalla» (exceptuando también la disposición del espacio) será de la competencia de fisiólogos, neurólogos o médicos, es decir, de especialistas en el «mundo del cerebro». (Bueno, Gustavo, 2000; pg142).



Desde el punto de vista del «mundo F» de la televisión (en tanto se corresponde con dos mundos apotéticos,  $F(C \vee C')$  y  $F(P)$ ), habrá que admitir, desde luego, que todo cuanto ocurra en la pantalla P habrá de formar parte de F, y que es imposible, salvo episodios de magia, que en pantalla aparezcan imágenes que no estén determinadas por sucesos físicos que tienen lugar en la infraestructura F: «todo lo que está en pantalla ha de estar en el mundo F (sin necesidad de precisar, de momento, de qué modo).» (Bueno, Gustavo, 2000pg143)

Pero, al mismo tiempo, habrá que decir «que todo lo que está en el mundo ha de estar en la pantalla», si se quiere seguir hablando del mundo de la televisión en cuanto infraestructura del ente televisivo. Esta proposición tiene un alcance muy claro si lo que ella afirma no es tanto la reducción de F a la condición de «sustancia de las apariencias», sino que lo que afirma, aun reconociendo la realidad física de F, en lo que tiene de realidad extra-pantalla (por ejemplo, la realidad corpórea de los satélites de telecomunicación o de las antenas, etc.), es que «todo aquello que pertenece a F ha de llegar a formar parte del «mundo de la televisión», en la medida en que se ordena a la generación de apariencias P de la pantalla. Todo cuanto en un poste repetidor podamos considerar como disociable de la pantalla (desde un nido de cigüeñas, hasta el dibujo de su plataforma) no formará parte propiamente del «mundo de la televisión»; y lo mismo se diga del «mueble» en el que se asienta el receptor. «Todo aquello que está en el mundo (en la infraestructura de la televisión) ha de reflejarse o tener una representación en la pantalla. (Bueno, Gustavo, 2000pg 144).

Desde este punto de vista cabría interpretar la fórmula del modelo III como una fórmula dotada de fuerte carga crítica: las apariencias que nos ofrecen las telepantallas forman, desde luego, parte del Mundo; pero el Mundo que envuelve la televisión y que se hace presente a la pantalla, es un mundo de apariencias, un mundo sesgado, fracturado, puesto que suponemos que el mundo total no puede hacerse presente jamás en la televisión («hay muchas cosas en el Mundo que no caben en tu televisión»). Y sin embargo, el mundo que se hace presente a la televisión es un fragmento de ese Mundo. (ibidem)

#### 4.3 EL CONCEPTO DE «APARIENCIA» IMPLÍCITO EN EL MODELO III

Será preciso distinguir dos clases de apariencias o, acaso más precisamente, dos «dimensiones» de las apariencias de las telepantallas (en cuanto apariencias apotéticas  $P(S)$ ), en función de dos tipos de realidades también bien definidas: (Bueno, Gustavo, 2000; pg146)

(1) Las apariencias  $P$  (visibles y audibles) de la telepantalla en relación con los procesos  $F$  (que son invisibles e inaudibles, aunque, no por ello menos reales), que hemos de tomar siempre como fuente de aquellas apariencias. Hablaremos de  $PF$ , apariencia, internas.

(2) Las apariencias  $P$  de la telepantalla en relación con el mundo  $M$ , cósmico o social, de las apariencias ante  $S$ ; apariencias que hemos definido como tales precisamente por su condición de «fragmentos» de otros sistemas de apariencias. Hablaremos de apariencias mundanas  $P(M)$ .

(Bueno, Gustavo, 2000; pg147).

#### EL CONCEPTO DE «VERDAD» IMPLÍCITO EN EL MODELO III

En este modelo, la verdad puede definirse efectivamente (mejor: se define técnicamente, de hecho) mediante esta correspondencia. El "locus" de la verdad no se situará ni en el plano de las apariencias ( $P$ ), ni en el plano de las realidades mundanas ( $M$ ), sino en una cierta relación de correspondencia entre ambos planos, que habría que especificar, dado el carácter excesivamente genérico del concepto de «correspondencia».

Cabría decir, por tanto, que el significado de la verdad en el modelo III es el de la verdad como «adecuación» entre las apariencias de la telepantalla y la realidad. Pero esto nos obligaría a distinguir inmediatamente dos acepciones en la propia idea de adecuación o correspondencia (Bueno, Gustavo, 2000 pg 148)

(1) Ante todo, la adecuación en su acepción de «ajuste sinalógico», acoplamiento o encaje entre morfologías diferentes, al menos, en el terreno de las apariencias.

(2) Pero también habrá que tener en cuenta la adecuación en la acepción de la «correspondencia isológica» entre dos o más estructuras. Hablamos así de adecuación entre el buen retrato y el modelo, y reconocemos a éste por aquél sin que el pintor tenga necesidad de poner, como lo hacía el pintor Orbaneja, el nombre del retratado, debajo del su retrato. La adecuación culmina en los isomorfismos, cuando a los conjuntos correspondientes se les agregan respectivas operaciones. (Bueno, Gustavo, 2000 Pg149).

La verdad, en cuanto envuelve una correspondencia entre las apariencias de la telepantalla y la realidad de su infraestructura, se nos da, obviamente, como una adecuación de tipo sinalógico (como una adecuación técnica). En cambio, la verdad, en cuanto envuelve una correspondencia entre las apariencias de la telepantalla y las apariencias del Mundo escénico C-(C v C'), se nos dará, ante todo, como una adecuación isológica (como una adecuación escénica).( ibidem)

La «verdad de la televisión» como relación de las apariencias de la pantalla con los procesos de F que las generan físicamente, tiene que ver con la «calidad técnica» de la transmisión, que a su vez, y conjugadamente, estará en correspondencia con los originales recogidos por la cámara, con los que mantiene una adecuación isológica.

La «verdad de la televisión», como relación entre las apariencias de la pantalla y el Mundo (*el mundus adspectabilis*) nos lleva al género de las relaciones de adecuación mimética, isológica o escénica. Verdad equivale ahora a «veracidad» de la apariencia (una una veracidad que no se confunde con la «verosimilitud»). También aquí el concepto de la verdad, como «adecuación», tiene su funcionalismo práctico: dos informaciones iguales a una tercera habrán de serlo entre sí. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 150)

De aquí cabría inferir que la verdad de la televisión, en cuanto adecuación isológica con el Mundo, es mucho más problemática que la verdad televisiva, en cuanto adecuación o fidelidad técnica. La razón de esta diferencia residiría en la circunstancia de que mientras la fidelidad puede establecerse entre márgenes bien acotados por la pantalla y por la cámara, la veracidad no puede tener márgenes acotados o enmarcables dentro de líneas precisas, en general. Las apariencias de la pantalla sólo pueden «interceptar» un fragmento del *Mundus adspectabilis* y durante un periodo muy corto de tiempo. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 151).

### CORRESPONDENCIA CON OTROS MODELOS ONTOLÓGICOS

La oposición entre una Idea de Verdad de la televisión, como adecuación sinalógica, que tiene que ver con la calidad o la fidelidad de las apariencias, establecida a través de la infraestructura tecnológica, y otra Idea de la Verdad de la televisión, como adecuación isológica, que tiene que ver con la veracidad de las apariencias, es paralela a la oposición entre dos grandes tradiciones filosóficas que se disputan el entendimiento de la relación entre las apariencias, en general (es decir, lo que se aparece a la mirada de los hombres) y la realidad que actúa tras esas apariencias o las envuelve. Nos referimos a la tradición monista del escepticismo (el «pirronismo», por ejemplo), y a la tradición dualista (por ejemplo, al dualismo platónico y neoplatónico del «Mundo sensible», o Mundo de las apariencias y el Mundo inteligible o Mundo de las ideas). La primera tradición evolucionará, en sentido dogmático, hasta tomar la forma 1,1 Idealismo absoluto; la segunda tradición, evolucionará según múltiples corrientes alternativas, por ejemplo, la del agustinismo o la del tomismo. (Bueno, Gustavo, 2000 pg152).

### CORRESPONDENCIAS CON TEORÍAS DE LA CIENCIA

Acerca de las correspondencias entre la Idea de Verdad comprendida en este modelo III de conceptualización de la televisión y la Idea de Verdad gnoseológica (la Idea de la Verdad científica), nos limitaremos a señalar aquí la relación entre la teoría de la correspondencia de la verdad televisiva (según las

dos versiones principales que hemos distinguido) y las teorías adecuacionistas de la verdad científica. El adecuacionismo «interno» se correspondería con el adecuacionismo positivista, defendido por la teoría de la ciencia de Avenarios, por ejemplo; y el adecuacionismo «externo» tendría como paralelo el llamado «adecuacionismo realista» (incluyendo aquí la célebre definición gnoseológica de verdad debida a Alfred Tarski). (Bueno, Gustavo, 2000 pg 154)

### EL MOMENTO NORMATIVO DEL MODELO III

La concepción de la verdad como adecuación externa, encierra una gran virtualidad normativa, tanto para los actantes que intervienen en la producción y en la emisión de las apariencias, como en quienes intervienen como televidentes. Las armas más generales del modelo III se derivan de la tesis sobre la Insuficiencia de la telepantalla para ofrecernos apariencias que puedan por sí mismas probarse como verdades. La televisión no será un cauce capaz de conducirnos, por sí mismo, delante de apariencias o de cursos de apariencias demostrables, como verdaderas. Aun cuando el «presentador de apariencias» diga desde su inmanencia, y dentro del marco adecuacionista, al final de su información: «Así son las cosas y así se las hemos presentado», nada puede aportar a la prueba de la verdad de lo que ha sido presentado. El postulado de adecuación entre las cosas que son y la presentación que de ellas se ha ofrecido (adecuación en la que consistiría la verdad de la información) ha de seguir inscribiéndose en el terreno de las apariencias. (Bueno, Gustavo, 2000 pg155)

Tan sólo la confrontación entre diversas presentaciones de un mismo «fragmento de la realidad» podría aproximarnos a la liberación de la inmanencia de la pantalla, aun sin salir del propio ámbito de su inmanencia. Sólo que esta confrontación ya no podría tener lugar en la pantalla estricta, sino en el terreno del observador, en cuanto tiene en cuenta no sólo los diversos canales o pantallas sino también otros fragmentos de la realidad que no aparecen en ellas, y con los que tomará contacto por vías extra-televisivas. (ibidem)

#### 4.4 NI LA TELEVISIÓN ES UNA PARTE DEL MUNDO, NI EL MUNDO ES UN “MUNDO ENTORNO” DE LA TELEVISIÓN

El concepto de apariencia desde el modelo I V

La fórmula IV representa, ante todo, según lo dicho, a todas las críticas que pueden ser llevadas a efecto en contra de las teorías de la apariencia y la verdad televisivas propuestas por los diferentes modelos I, II Y III de concepciones de televisión que nuestra taxonomía pretendió distinguir. (Bueno, Gustavo, 2000 pg160)

- (1) Concepción de las apariencias de la telepantalla como constitutivas de una «parte del Mundo» susceptible de ser interpretada como «reflejo del Mundo» (por tanto, un reflejo que pudiera considerarse como reabsorbido en el mundo que lo determina); de un Mundo que, por otro lado ( $M C P = 0$ ), se concibe como exterior 1 ese orden de las apariencias que nos ofrece la telepantalla. (Bueno, Gustavo, 2000 pg161).

Las imágenes que aparecen en las telepantallas desempeñan principalmente un papel muy próximo al que es propio de aquello que tradicionalmente se llamaban «signos formales»: las imágenes de la telepantalla son muchas veces interpretadas como si fuesen signos formales, respecto de las realidades correspondientes a esas imágenes significadas por ella. (Bueno, Gustavo, 2000 pg162).

Cabría decir que las imágenes de la telepantalla, en tanto provistas de naturaleza alotética, nos ponen inmediatamente en presencia de entidades distintas de ellas mismas. (Bueno, Gustavo, 2000 pg163).

Las imágenes de la pantalla, en el momento en que son interpretadas como signos formales de las realidades por ellas significadas, quedarán reabsorbidas por estos objetos u órdenes de objetos que asuman el valor máximo de realidad.

La realidad será, según esto, «lo que se manifiesta en la pantalla». Y, en sí misma, la realidad no tendrá por qué ser llamada verdadera ni falsa. (Bueno, Gustavo, 2000 164).

Entre las apariencias que, desde el Mundo exterior a la telepantalla, ejercen esa función moldeadora de los ojos (de las percepciones ópticas) de la «muchedumbre televidente» hay que contar, desde luego, y ante todo, a las apariencias que recoge la cámara. La cámara es el primer ojo de la televisión; y este primer ojo es parte formal imprescindible del «ente televisivo». También hay que contar a las apariencias de la pantalla cinematográfica que educaron a las primeras generaciones de televidentes; y a las apariencias que, a través del oído, nos ofrece la radio, cuya potencia conformadora de conductas puede llegar a ser tan grande como la de la televisión. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 164)

*Sólo un realista ingenuo «en materia de televisión» podrá decir que la telepantalla es una ventana que hemos abierto al Mundo, salvo por metáfora. Al abrir la ventana lo que hago es retirar el sector opaco de mi pared que se interpone entre mi ojo y mi jardín o mi calle; pero al abrir la telepantalla no retiro ningún cuerpo opaco interpuesto, sino que cuento con ellos para ver, no inmediatamente, sino a través de ellos, otros jardines y otras calles. ( Bueno, Gustavo, 2000 pg165).*

En el primer supuesto, las apariencias serán entendidas como el reflejo inmediato de una realidad. El reflejo podrá ser semejante a la realidad, podrá mantener las proporciones de una homotecia, podrá distorsionarlas, incluso podrá perder la semejanza perceptible con el original. (ibidem)

La «teoría crítica», en su versión más trágica, sobrentendió que la Realidad que inspira a las apariencias que fluyen continuamente en la telepantalla es «el Poder»; un poder que, como el Dios de Berkeley, se definirá, precisamente, como «todo aquello que sea capaz de controlar deliberadamente el orden y conexión de las apariencias».( Bueno, Gustavo, 2000 pg165)

La hipótesis de la pluralidad de los mundos y, sobre todo, de los mundos posibles, puede considerarse como un aliado casi imprescindible de toda construcción orientada a obtener la inmanencia plena o el «cierre» de su campo. «La televisión es un mundo» significará, en este contexto, que es un «universo» dissociable de otros «universos» de los cuales acaso es inseparable; un «universo» dotado de contenidos, relaciones y operaciones immanentes y propios. Con ello, las cuestiones relativas a la apariencia y a la verdad en televisión, tomarán un giro peculiar: las apariencias podrán ir referidas a un material empírico y la verdad se definirá por la concatenación de las apariencias, en tanto son constitutivas de un «mundo» real o posible propio. (Bueno, Gustavo, 2000 pg168)

3) En la hipótesis de la pluralidad de mundos, y refiriéndonos al mundo de la televisión, la fórmula podría interpretarse como el principio del paralelismo entre el orden de las apariencias que fluyen en la pantalla (si interpretamos el símbolo C por «estar contenido en la misma estructura») y el orden de las realidades mundanas que se reflejan en el orden de las apariencias. Una suerte de dualismo entre el «mundo sensible» de las apariencias y un «mundo inteligible», ordenado a ser transmitido por televisión (a aparecer en la pantalla). Sin embargo, la expresión  $P C M = 1$ , sugiere que las apariencias de la telepantalla son un reflejo del mundo (que, a su vez, se hará consistir en el proceso de reflejarse en la pantalla, sea mecánicamente, sea teleológicamente). Pero mantiene una ambigüedad insostenible, porque no dice si las apariencias de la pantalla están contenidas en el Mundo a título de «reproducción» de este «mundo real» en el «mundo de apariencias» (lo que implicaría una duplicación de los Mundos), o bien si las apariencias están contenidas en un mundo que contiene a su vez apariencias diferentes pero coordinadas con las apariencias de la telepantalla. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 59)

#### LA VERDAD EN EL CONTEXTO DEL MODELO IV

(a) Ante todo, la crítica a la concepción de la verdad como una «reabsorción» ( $P C M = 1$ ) de las apariencias en el Mundo que ellas dicen representar de inmediato. Una reabsorción semejante sólo tendría sentido por la



mediación de un sujeto, el televidente, capaz de interpretar las apariencias como reflejos del mundo. Y esto equivaldría a convertir a este sujeto en una especie de «espejo pasivo» arrastrado por las propias apariencias a ver el mundo que en ellas se está reflejando. Pero el sujeto que ve la pantalla es un sujeto operatorio, y no un sujeto pasivo. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 170)

(b) No se trata de impugnar cualquier margen para el libre juego de los cursos de las imágenes de la pantalla; el curso de estas imágenes no tiene por qué estar siempre determinado por algún otro curso exterior, como sugiere la norma de la mimesis de la verosimilitud. Las secuencias de imágenes televisadas, incluso cuando se trata de imágenes en directo, de imágenes que no han sido previamente «editadas» en una cinta de vídeo (en cuyo caso es evidente que las secuencias, no tienen por qué ser realistas o iverosímiles), pueden reivindicar su propio orden, derivado del enfoque o del orden de intervención de las cámaras. Lo que se discute es en qué medida esta «coherencia estética», proporcionada al ritmo del público, tiene que ver con la verdad; es decir, si las secuencias de imágenes correspondientes pueden siquiera ser llamadas apariencias. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 170).

#### EL MOMENTO NORMATIVO DEL MODELO IV

También es posible interpretar la fórmula IV desde la perspectiva de la normatividad; cierto que desde una normatividad que no tendrá por qué entenderse tampoco como un orden unívoco. (Bueno, Gustavo, 2000 pg174)

Nos referimos a la norma en virtud de la cual se establecen en televisión los dos grandes dominios o esferas de actuaciones (a las que corresponden definiciones profesionales, laborales o conceptuales características) constituidas como dominio o esfera escénica, por un lado, y como dominio o esfera tecnológica, por otro. La norma por la que se constituyen estos dos dominios se rige por un «principio de no intervención». (Bueno, Gustavo, 2000 pg 175)

## 4.5. LA FORMACIÓN DE LAS VERDADES Y DE LAS APARIENCIAS EN LA TELEVISIÓN

### LA DISTINCIÓN ENTRE TELEVISIÓN MATERIAL Y TELEVISIÓN FORMAL

1. La proliferación incesante de la «materia televisiva» -de las emisoras, del instrumental, cada vez más diferenciado, de las redes de antenas, postes repetidores, satélites, cables, técnicos especializados, cámaras, actores, directores, programadores, realizadores, presentadores, corresponsales, prensa especializada, orquestas sinfónicas, adaptadas a los estudios, agentes comerciales...- determinó la configuración de nuevas corrientes y procesos dialécticos en el seno de esa misma materia o sustancia televisiva. (Bueno, Gustavo, 2000 pg177)

En el sumidero constituido por las grandes audiencias, de la «sociedad mediatizada», de las audiencias que reciben simultáneamente influjos de la radio, la prensa, el cine o la televisión, mezclándolos incesantemente los unos con los otros, ¿qué importancia puede tener, salvo para los técnicos, la diferenciación estructural de los medios? (Bueno, Gustavo, 2000 pg179).

2. Cuando partimos de esta inmersión de la televisión en el magma de los media, y sólo entonces, es cuando cobra toda su importancia y alcance la pregunta: ¿es la televisión un medio al que podamos atribuir alguna característica diferencial, que obliga a sacarla del magma», a fin de mantener la conciencia de las distancias estructurales que ella guarda con los demás medios? Si la «silueta» del ente televisivo realmente existente se mantuviese perfectamente exenta, la pregunta no se plantearía, o se plantearía de otro modo. Pero cuando constatamos la efectiva situación de un ente televisivo, ya diferenciado en instituciones diversas (que va siendo «engullido», al menos parcialmente, por los torbellinos formados por las restantes corrientes mediáticas), entonces es cuando la pregunta por la identidad o formalidad estructural del ente televisivo e hace más necesaria. (ibidem)

De lo que se trata es de determinar si cabe asignar alguna diferencia o conjunto de diferencias al ente televisivo, tales que permitan hablar, en el conjunto de los medios de comunicación, mutuamente intersectados de una estructura o forma diferencial significativa de la televisión. La cuestión, por tanto, es la de si existe o no existe una televisión formal que mantenga su estructura y sus funciones sin dejar por ello de formar parte, en cuanto televisión material, de ese magma o masa mediática constituida por todos los medios de comunicación en incesante intersección e influencia recíproca. (Bueno, Gustavo, 2000 pg179).

El concepto de televisión formal no puede reducirse, por tanto, a la condición de una diferencia (o conjunto de diferencias) establecidas en el terreno de la taxonomía pura. No es suficiente aducir diferencias de índole meramente técnica («la televisión utiliza ondas electromagnéticas de frecuencia característica»), o también «organolépticas» («la televisión ofrece sus contenidos a domicilio, a través de receptores dotados de pequeñas pantallas»). Se trata de determinar si la televisión, además de todas estas funciones que desempeña como televisión material, y, a partir de ellas, asume en algún momento la posibilidad de ofrecer según su estructura, contenidos que sean, no sólo inseparables, sino indisociables de esa estructura; de ofrecer contenidos que, por naturaleza, sólo puedan hacerse presentes a través de la estructura tecnológica e institucional definida como diferencial de la televisión. Es entonces cuando hablaríamos de televisión formal.

El problema que estamos planteando, como problema de diferenciación real entre una televisión material y una televisión formal puede reexponerse, en términos lógicos, como un caso particular del problema de la determinación de una *especie*, sobre todo atributiva (o de sus diferencias específicas), en el ámbito de un genero, sobre todo atributivo. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 180)

El concepto de televisión material, tal como lo hemos presentado, tiene, sin duda, mucho de concepto genérico, si es que en la televisión material han de estar representadas todas las «contribuciones genéricas», y no por ello no necesariamente accidentales, que alimentan a la televisión: contribuciones de

orden cinematográfico, literario, teatral, radiofónico, etc. Pero el concepto de televisión formal tiene mucho de concepto específico, resultante de la composición del género con las diferencias específicas que sea posible determinar.

Nos encontramos, por ejemplo, ante situaciones de «televisión material» cuando utilizamos el receptor de televisión para pasar una cinta de vídeo que tenemos conectada a su lado, en el aparato correspondiente; pero también nos encontramos en situación de televisión material cuando utilizamos el televisor para recibir la cinta e vídeo reenviada desde la emisora. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 181).

Diferencias cogenéricas, es decir, conducentes a especies subgenéricas cada una de las, cuales lejos de limitarse a reproducir «monótonamente» la estructura del Género, introduce variaciones específicas o diferencias esenciales, sin perjuicio de que todas ellas hayan de considerarse como mantenidas dentro del mismo género, al que despliegan o desarrollan. (Bueno, Gustavo, 2000 pg182).

Diferencias transgenéricas, a las diferencias conducentes a las especies transgenéricas, que son aquellas que, aun brotando del «magma genérico» de referencia, o asentándose en él, dan lugar, mediante un proceso de *metábasis* (*allos genos*), a una especie que ya no podría ser incluida enteramente en el género común que la conforma, pero al cual desborda.

La distinción entre la televisión material y la televisión formal no podría reconstruirse, por tanto, a partir de la distinción entre contenido y estructura. El concepto de televisión formal, tal como lo hemos dibujado, implica tanto componentes estructurales como de contenido.

En cualquier caso, la televisión material no desaparece, ni necesita dejar de existir para dejar paso a la televisión formal. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 183)

### 3. Teorías organizadas en torno a la naturaleza de esta televisión formal:

(A) Ante todo, agruparíamos en una primera rúbrica a todas las teorías de la televisión formal que tendieran a interpretar sus innegables diferencias taxonómicas (dentro del genérico «medios») como diferencias subgenéricas. Esta tendencia equivaldría un rebajamiento sistemático del alcance de las especificidades que fuera posible atribuir a la televisión. La televisión tendería a ser considerada como un medio alternativo en la transmisión de la formación de las verdades y de las apariencias en televisión informaciones, en la dispensación de espectáculos de «entretenimiento», que esencialmente podría ser sustituido por otros medios, y que sólo circunstancialmente habrá podido desempeñar un papel peculiar. (Bueno, Gustavo, 2000 pg184)

La posición que considera a la televisión como una especialidad subgenérica, dentro de otros conjuntos de medios de comunicación, no ha de entenderse tanto como una posición teórica explícitamente representada, sino, sobre todo, como un tratamiento ejercido implícitamente por muchos críticos o teóricos de la televisión.

(B) En segundo lugar, agruparemos a todas aquellas tendencias teóricas o críticas de la televisión que partiendo, desde luego, de la consideración de la televisión como uno de los medios más diferenciados en el conjunto de los medios, proceden como si las diferencias que la televisión mantiene con sus congéneres fueran diferencias esenciales, sin duda, pero siempre cogenéricas.

(C) En tercer lugar, y en este queremos situarnos, cabría concebir algún tipo de teoría de la televisión que, aun partiendo del reconocimiento de su condición de medio de comunicación, entre los otros medios, no reduce su característica diferencial a la condición de una especie más dada en el conjunto general de los medios. Este tipo de teorías de la televisión tendría que mostrar, por tanto, cómo la televisión es una especie transgenérica respecto del género «medios de comunicación». (Bueno, Gustavo, 2000 pg186)

La característica que, a nuestro juicio, satisface el requisito de la necesaria «intersección» de la «línea estructural» y de la «línea de contenido» en la

televisión formal; más aún, la única característica del ente televisivo que, a lo que sabemos, puede satisfacer, es el que designamos con el nombre de «clarividencia». (ibidem)

## LA CLARIVIDENCIA COMO DIFERENCIA ESPECÍFICA TRANSGENÉRICA DE LA TELEVISIÓN FORMAL EN EL CONJUNTO GENÉRICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

1. Acogiéndonos al modo de pensar metafórico, podría decirse que la televisión es un órgano nuevo, un «tercer ojo» que los hombres habrán desarrollado como un instrumento que les permite «perforar» los cuerpos opacos, que se interponen entre los objetos visibles y el ojo natural: de aquí que podamos hablar de «clarividencia», es decir, de la asombrosa, y propiamente dicha, propiedad de «ver a través de los cuerpos opacos». (Bueno, Gustavo, 2000 pg 188)

El surgimiento de la televisión es tanto como el ungimiento de una especie nueva a partir de la masa formada por todas esas otras especies del género «representación manipulada», operatoria. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 189)

Porque la metáfora del «tercer ojo» (junto con el «tercer oído»), sin perjuicio de su parcial eficacia heurística, encubre, más que desvela, la estructura genérica de la televisión. Sin embargo, la televisión, en cuanto conexión entre las telecámaras y las telepantallas, no nos obliga a mantenernos encerrados en el «reino de las representaciones», y menos aún, de las representaciones isomorfas.

Desde un punto de vista práctico, cuando comparamos la estructura de la televisión con la estructura de los ojos de los demás animales (que requieren la transparencia del medio interpuesto entre el ojo y el objeto), la gran novedad de la televisión sigue siendo su clarividencia funcional, pues ella es la que permite al ojo orgánico ver objetos que están interceptados por cuerpos opacos. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 190)

La televisión no se propuso nunca como objetivo la proyección de sombras, ni la mera visión a distancia, sino la clarividencia. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 192)

2. La clarividencia. funcional que la televisión nos depara no tiene nada que ver, salvo por metáfora, con alguna transformación biológica que hubiera experimentado nuestro organismo, en general, o nuestro cerebro o nuestro ojo, en particular. La clarividencia funcional es el resultado de una de las más asombrosas tecnologías (o, si se prefiere, de neotécnicas ejercidas por el intermedio de las ciencias físicas) que han desarrollado los seres humanos. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 193)

Las técnicas o las tecnologías de la guerra (que muchas veces ha podido ser considerada como la «locomotora» del progreso técnico o tecnológico) son, pues, los mejores ejemplos de lo que llamamos «momento destructivo» de la *poiésis* humana, de la producción.

Mediante las tecnologías de tercer orden, asistimos a un proceso susceptible de ser descrito como el «triunfo del hombre sobre la Naturaleza», no ya por la vía de la destrucción absoluta, sino por la vía del «engaño», o incluso, si puede hablarse así, de la ironía. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 195)

3. La televisión, considerada con razón como una de las tecnologías más asombrosas, por su novedad, de cuantas hayan sido producidas por los hombres, habrá de contener también, según lo dicho, su momento destructivo. (pg194)

Este «momento destructivo» de la televisión acaso se nos muestra, ante todo, en el logro de lo que consideramos la característica principal de la tecnología televisiva: la clarividencia. ¿Qué otra cosa es la clarividencia televisiva sino la «destrucción irónica» de la opacidad de las naturalezas que se interponen entre el ojo y otros objetos visibles, sin necesidad de retirar, atravesar o perforar esas naturalezas opacas, sino «envolviéndolas con luz», utilizando, no ya la rueda de cangilones, o las velas de las carabelas, o las calabazas de cuello estrecho, sino las ondas electromagnéticas? (ibidem)

En cualquier caso, la destrucción de la opacidad óptica no la logra el ojo (o el cerebro, que ya había logrado, sin recurrir a técnica alguna, desvanecer el medio interpuesto entre él mismo y el objeto apotético, haciéndolo transparente).

La logran las telecámaras, las antenas, las telepantallas. La televisión, como tecnología, productora de apariencias y de verdades, es también, por ello, estrictamente social y no individual. La televisión es social, antes aún, que por sus efectos sociales, en el terreno de la comunicación, por razón de su misma estructura tecno-institucional: un solo individuo no puede estar transmitiendo imágenes a miles de kilómetros de donde él mismo se encuentra. (Bueno, Gustavo, 2000 pg 195)

En todo caso, la televisión constituye la mejor refutación de las teorías compensatorias u ortopédicas de la técnica. La televisión nada tiene que ver con las estrategias ortopédicas de compensación de supuestos ojos de primates antecesores debilitados o imperfectos. Es la televisión la que ha permitido al hombre alcanzar la clarividencia funcional. La ironía de la televisión, en cuanto tecnología, estribaría, precisamente, en haber logrado neutralizar, eliminar o destruir, la opacidad de los cuerpos (de las cordilleras, de las murallas de cemento, de la Tierra misma), que se interponen entre el ojo humano y el objeto situado acaso en sus antípodas, y ello sin necesidad de pulverizar, de liquidar, o de sublimar estos cuerpos. Pero la ironía de la televisión es también, como veremos, la fuente de sus más profundas limitaciones.

4. De la estructura social que atribuimos a la tecnología de la televisión, podríamos ya deducir que las apariencias de la televisión, las imágenes que fluyen en el escenario de la pantalla F(P), han de ser de muchas clases, han de presentarse según muchas modalidades, y han de poder ser interpretadas según criterios muy diferentes. (Bueno, Gustavo, 2000; pg200)

Lo que decimos de la televisión «pura» (óptica) hay que extenderlo, a la televisión sonora. La televisión sonora ha logrado poner a punto un instrumento (un «órgano inorgánico») al servicio de los teleceptores orgánicos de los sujetos dotados de ojos y de oídos. A cambio, la televisión ha debido «segregar» a todos



los demás sensores (le los cuales están dotados los hombres y los animales: los sensores táctiles, los olfativos, los gustativos o los propioceptivos. Desde esta perspectiva, la televisión, sin perjuicio de su bisensorialidad, siguen siendo un instrumento sensorialmente abstracto de percepción, porque los contenidos que él recibe han de ser intangibles, inodoros e insípidos (Bueno, Gustavo, 2000; pg201)

La televisión reforzará la tendencia a la especialización hacia las experiencias apotéticas, que son ya características de los teleceptores orgánicos (los ojos y los oídos). (Bueno, Gustavo, 2000; pg 202)

La diferencia esencial es ésta: en el teatro el escenario real esta ahí delante con su estructura tridimensional, junto con la de los cuerpos o bultos (*de vultus = faz*) que en él actúan; mientras que en la sala del cine o en la de la televisión la función del escenario está desempeñada por pantallas bidimensionales, en las cuales sólo percibimos apariencias de bultos, «sombras» de bultos que se supone actúan a su vez, en general, en otros escenarios exteriores a la sala. De este modo, volvemos de nuevo a la situación de la caverna platónica, en cuya «pantalla» se veían también sólo «sombras superficiales» y no los «cuerpos tridimensionales» que el «hombre teórico» percibe desde las gradas en el escenario del teatro. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 203)

Ahora bien, en los últimos años, la tridimensionalidad del receptor de la de televisión asociada al tubo catódico cambia de sentido por el desarrollo de las tecnologías de las «pantallas planas» de televisión, en particular por las pantallas de cristal líquido (LCD, Liquid Crystal Display), pantallas de plasma, etc, Pero José Ramón Pérez Ornia advierte, sin embargo (comunicación personal), que muchos de los efectos derivados de la televisión digital puede servir para visualizar la teoría de la clarividencia, puesto que «los efectos digitales de la televisión parecen remediar esa falta de tridimensionalidad de la imagen, ya que trata de aparentarla, lo que en la jerga se denomina 3D (3 Dimensiones), aunque se representen en 2D (...) Muchos efectos se basan en la transparencia de los filtros, en la superimpresión de capas traslúcidas, como si estuvieran unas por encima de

otras, a modo de sucesión de palimpsestos *ad infinitum*; "palimpsesto" es, por cierto, como denominan los italianos a la rejilla o parrilla de programas». (Bueno, Gustavo, 2000; pg 206).

Ocorre, por tanto, que la proyección superficial en la pantalla de cuerpos enmarcados en escenarios tridimensionales (una proyección iniciada ya en la telecámara) nos pone ante la alternativa de interpretar la pantalla de televisión como una apariencia de algún escenario real (tridimensional). Esto ocurrirá, sobre todo, cuando la pantalla no suprima la ilusión óptica de la tridimensionalidad a la que nos referimos. Podría pensarse, por tanto, que la verdad de la televisión debiera ponerse en la relación entre las apariencias superficiales (bidimensionales) de la pantalla F(P) y la realidad tridimensional F(C v C'). (Bueno, Gustavo, 2000; pg 206).

Como hemos dicho es muy corriente conceptualizar a la televisión como una variedad del cinematógrafo a domicilio, que si ha podido entrar en competencia, a veces letal, con las salas de exhibición cinematográfica es porque actuaba en su mismo terreno, y aun potenciaba la misma producción cinematográfica, con destino a la televisión. (Bueno, Gustavo, 2000; pg207)

Ahora bien, las «cuevas familiares» se mantienen más cerca de la situación descrita por Platón en cuanto al tiempo de visión (de encadenamiento) se refiere. Mientras que una sesión de cine dura una o dos horas, y sólo una minúscula fracción del público puede repetir diariamente la sesión (al cine se acude, en promedio, con un ritmo semanal o mensual), en cambio, la televisión se practica diariamente, y durante cuatro, cinco, y hasta seis horas de promedio, según países o capas sociales. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 208).

La televisión ejerce de este modo una proyección social y política característica derivada de la estructura misma de su distribución, y relativamente independiente de los contenidos ofrecidos. Mientras que el cine o el teatro forman parte de la vida pública, la función de la televisión forma parte de la vida en familia, de la vida privada, si se prefiere. Pero, al mismo tiempo, la privacidad de la

televisión se refiere sólo al momento de distribución, porque los contenidos distribuidos son comunes, públicos y compartidos. Idénticos programas se distribuyen en millones de hogares consolidando la convivencia de quienes en ellos viven. En efecto, siendo incompatible la televisión con la conversación, aunque ella bloquease el ejercicio del arte conversar en los grupos humanos que puede tan desarrollarlo, bloquea también el vicio de murmurar; por lo que la televisión, consumida familiarmente, tiene efectos en la sociedad industrial comparables a los que en la sociedad agrícola tenía el rosario en familia. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 208).

Mientras los misterios del cine ocurren en el interior de unce «esfera», los misterios de la televisión ocurren en el ámbito de un atoro»: en la televisión, las imágenes proceden de lugares que están pera de la sala.

El contraste esencial entre el proceso de formación de imágenes en la pantalla del cinematógrafo y en la de la televisión se mantiene: imágenes de la pantalla cinematográfica son el resultado de los ex de luz que, procedentes de la máquina situada en una parte de la caverna, recaen sobre la pantalla; las imágenes de la pantalla de la televisión son el resultado de la recomposición de las señales puntuales recibidas en el receptor. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 209)

Las diferencias tecnológicas que hemos constatado, precisamente cuando nos atenemos a la «prolongación» que experimentan las imágenes respectivas que están desfilando por las pantallas, se especifican cuando interpretamos esas salas como cavernas. No es casual que el cine y la televisión ofrezcan importantes diferencias tecnológicas; no es irrelevante que las imágenes procedentes en ambos casos del exterior se recompongan al ser proyectadas sobre la pantalla o se recompongan o recuperen desde el interior de esa pantalla, en el receptor. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 210)

Mientras las apariencias cinematográficas se desenvuelven mediante su previa desconexión causal (la ruptura de la continuidad causal respecto de los escenarios originales), las apariencias de la telepantalla pueden mantenerse

(aunque no siempre lo hagan) en continuidad causal con los escenarios de origen. Hasta el punto de que más que «reproducir» estos escenarios, exijan en muchas ocasiones ser interpretadas como si fuesen el mismo escenario real que se hace presente a los ojos del televidente a través de los instrumentos de transmisión en las telepantallas. (Bueno, Gustavo, 2000; pg213)

Si la tecnología cinematográfica implica la «opacidad causal» de la sala, que determina la desconexión causal de la pantalla respecto del escenario original; en cambio la tecnología de la televisión es la tecnología de la transparencia funcional hecha posible por la acción de las ondas electromagnéticas.

En esta sociedad, puede afirmarse que no sólo algunos hombres iluminados, sino los hombres más vulgares, han recibido, mediante la televisión, el «don» de la clarividencia.

La clarividencia tecnológica que la televisión hace posible (aunque no siempre se lleve a la práctica esta posibilidad, por ejemplo, cuando la pequeña pantalla ofrece películas cinematográficas) deriva de la conexión causal entre el «exterior» y el «interior» de la caverna. Y así, en la caverna platónica, como en la televisión, *la acción causal continua del exterior sobre la pantalla resulta ser imprescindible para que las imágenes aparezcan en el interior del recinto en donde se encuentran los receptores*. Esta es la razón por la cual debe decirse que la televisión sólo funciona como ingenio específico cuando, en tiempo real, están produciéndose en la pantalla las imágenes resultantes de los procesos de producción en las telecámaras y de propagación de los «originales» hasta llegar al receptor. (Bueno, Gustavo, 2000; pg213)

Lo que en muchos casos se valora en televisión, y lo que determina la elección de la misma como medio alternativo, es precisamente su condición de televisión formal; y ocurre que muchas veces, esta condición es aparente, y esta apariencia puede afectar no sólo a la estructura, sino también a los contenidos semánticos, sin necesidad de «manipulaciones» o «montajes»: es suficiente el

llamado «falso directo». Porque lo que el falso directo ofrece -y por ello se le llama «falso»- es precisamente la apariencia de un ejercicio de televisión formal. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 214)

5. Ahora bien, el efecto social y político más característico al que la clarividencia funcional de la televisión puede dar lugar es el de la acción causal continua cuasi inmediata o directa, óptica y acústica, entre grupos sociales separados a gran distancia por cuerpos opacos, no ya por la distancia misma (por ejemplo, por la distancia entre la Tierra y otros planetas perceptibles «a simple vista»).

La televisión no sólo permite contemplar o ser informado de los acontecimientos, sino que permite hacer que determinados grupos sociales puedan estar reaccionando sincrónicamente con otros grupos de una manera tal que antes de la televisión era inconcebible. Por eso la televisión plantea situaciones en las cuales el funcionamiento de las ideas de verdad y de apariencia arroja valores característicos y aun paradójicos. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 216)

Nuestro punto de partida no es otro sino el concepto genérico de clarividencia. Según este concepto, lo que caracteriza a la televisión formal, y aun a la televisión frente a cualquier otra forma de visión (visión ocular natural, visión occipital, visión especular, visión telescópica o microscópica, visión cinematográfica...) es su clarividencia, es decir, su capacidad para permitirnos ver, no ya «a lo lejos» (porque, entonces, toda visión, y en particular la visión telescópica, sería televisión), sino remontando los obstáculos de los cuerpos ópticamente opacos que se interponen entre mis ojos y las realidades televisadas (aunque éstas se encuentren cerca). (Bueno, Gustavo, 2000; pg217)

La televisión formal se corresponde, según su concepto, con la televisión en directo o en «tiempo real» (como suele decirse, sin medir muy bien, acaso, el alcance de lo que se dice). (Bueno, Gustavo, 2000; pg118)

El auténtico significado práctico del concepto de televisión formal, que estamos intentando delimitar, sólo se nos manifiesta cuando cuidamos de

subrayar la posición de los sujetos receptores, o si se quiere, de la «muchedumbre televidente». Es entonces cuando puede adquirir toda su fuerza la diferencia entre una percepción dramática y una percepción aorística, la cual, la presencia real, quede desdibujada. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 219)

El «dramatismo» que atribuimos a la televisión formal tiene que ver, por tanto, con el hecho, algunas veces muy relevante desde el punto de vista técnico, de que los sucesos escénicos televisados estén produciéndose en el momento mismo de la transmisión, es decir, estén causando, en un proceso continuo, como efectos suyos, las imágenes percibidas por el sujeto receptor. Se trata de una situación en la que la secuencia de los sucesos percibidos podría interrumpirse o tomar un rumbo diferente al previsto. Esto no puede ocurrir con la mera televisión material, cuyos contenidos se suponen que están ya dados, y aun de modo irrevocable. Utilizando coordenadas teológicas, cabría decir que mientras la televisión material requiere una «ciencia de simple inteligencia», la televisión formal sólo es accesible a una «ciencia de visión» o, a lo sumo, aun a «ciencia media», desde la cual se haría posible discriminar, por ejemplo, la improvisación ante las cámaras de una actuación programada. (ibidem)

2) Consideraciones análogas haríamos acerca de las retransmisiones en directo de los partidos de fútbol o similares. Nadie sabe, durante los más de cien minutos que dura la sesión, cual va a ser el resultado.

Sospechamos que la importancia que el fútbol ha adquirido en la sociedad contemporánea se debe principalmente a las características dramáticas de las transmisiones televisadas en directo. Millones de personas, y no centenares, pueden participar, en presencia clarividente, de este espectáculo y medir el tiempo social, dentro del tiempo de televisión, por la sucesión misma de los partidos que transcurren según el ciclo anual. (Bueno, Gustavo, 2000; pg223)

(4) Las carreras de caballos, de automóviles, las vueltas ciclistas, televisadas en directo, pueden ponerse también como ejemplos claros de

«contenidos dramáticos» ligados a la estructura, en la televisión formal. (Bueno, Gustavo, 2000; pg224)

(5) No carecería de interés extendernos sobre el «dramatismo» inherente a la televisión formal en casos de alerta meteorológica o política.

(6) el dramatismo inherente a la televisión real afecta habitualmente a los noticiarios, sobre todo a los de índole política: sesiones de debates parlamentarios, votaciones en las Cámaras, intervenciones de los candidatos a la presidencia.

(7) También los debates científicos, ideológicos o filosóficos en directo (cada vez más escasos en televisión) pueden ofrecer, junto con el interés argumenta que puedan llevar implícito, un coeficiente dramático dotado de características propias.

(9) Por último, citaremos, como ejemplo eminente, en principio, de televisión formal, la serie El Gran Hermano (en recuerdo de 1984 de Orwell) que en versión alemana, holandesa y española, ha promovido en 1999 y 2000 la empresa Endemol. (Bueno, Gustavo, 2000; pg226)

Aunque la pantalla estuviese funcionando las veinticuatro horas del día, era más fácil construir un argumento con retazos seleccionados que con los montajes realizados a partir de una única cámara. Las veintinueve cámaras no pueden transmitirse a la vez a la pantalla; el realizador puede elegir en cada momento el sector que le interesa presentar, omitiendo a los demás, y con las medias o cuartas verdades ofrecidas, puede tejer una mentira total (el desarrollo de la televisión digital interactiva permitiría que estas veintinueve señales estuvieran disponibles en el televisor, de suerte que el espectador, con su mando a distancia, pudiera seleccionar, en función del realizador, la imagen que desea ver; el desarrollo de la televisión interactiva puede ir aún más lejos, porque el telespectador podrá dar órdenes a la cámara para elegir escenario). (Bueno, Gustavo, 2000; pg 228).

La conducta de los organizadores y presentadores del programa del Gran Hermano constituye un ejemplo notorio de la prostitución más cínica de los valores de verdad que son consustanciales con la televisión formal; incluso cabría acusar a los responsables del programa de un delito tipificado de «adulteración de mercancía». Porque el programa se había anunciado como una oportunidad para presenciar un experimento en directo sin trampa ni cartón, que nos permitiera seguir el desarrollo de una convivencia anómala en su más «cruda» y «desnuda realidad».

El interés del experimento televisivo residía en su condición de «tiempo presente» y dependía por tanto de la respuesta de la audiencia; esta respuesta fue masiva (quince millones en los picos más altos de la curva). Precisamente esta respuesta masiva de la audiencia es lo que permite hablar del interés de los contenidos de un programa de televisión formal, aquella en la que los contenidos se suponen indisociables de la estructura de esta televisión, es decir, de la presentación en directo, gracias a la clarividencia de la televisión, de lo que ocurre en el interior de una casa de muros opacos, de lo que ocurre en el tiempo presente, es decir, en el tiempo dramático mismo en el que se desarrolla una comedia (o una tragedia) sin libreto, aunque con «papeles» genéricos más o menos prediseñados (o preseleccionados), como en la *commedia dell arte*. (Bueno, Gustavo, 2000; pg229).

Un gran sector de la crítica al Gran Hermano (sector constituida principalmente por «intelectuales», dramaturgos, escritores cultos, de elite, etc.) insistió en calificarlo de televisión-basura y, por tanto, sin darse cuenta de que nada tenía que decir sino el insulto, porque carecía de las categorías mínimas de análisis interpretó la respuesta masiva de la audiencia como prueba irrecusable de la morbosa de gradación de la audiencia ibérica. (Bueno, Gustavo, 2000; pg230)

Lo que Gran Hermano ofrecía a la audiencia de hecho era una vida en comuna, en la cual los intereses individuales (probablemente todos los participantes querían hacer carrera en televisión) tenían que subordinarse a la estructura de un «grupo solidario» durante tres meses, orientado a segregar o a



excomulgar a los individuos o a las parejas que iniciasen una conducta fraccionalista. El público, y un gran sector de la audiencia, actuaron en sintonía.

En la casa del Gran Hermano la audiencia contempla, igual que en el recinto de primates del Zoo la vida reducida a las interacciones puramente intersubjetivas. Y el público interviene decisivamente, de modo muy activo, a través de sus votaciones, en el curso de cada una de estas «líneas biográficas»: el público, en este programa de televisión formal, deja de ser un mero espectador de biografías ajenas y se constituye en parte de ellas. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 231)

La respuesta masiva de la audiencia del Gran Hermano y su fidelidad estuviese motivada por una curiosidad morbosa o por una curiosidad científica, o por una mezcla de ambas, demostraría que la verdad juega un papel decisivo en el ejercicio sostenido de la televisión formal, y esto es lo que queríamos demostrar. Y que la importancia de la televisión formal no reside únicamente en los contenidos que ella nos ofrece sino en el hecho de poderlos ver a través de los velos que los envuelven.

Mientras que en la televisión material, al igual que en el cine, pueden aparecer, pongamos por caso, escenas de extraterrestres, o escenas en las que tienen lugar levitaciones o «milagros cinematográficos», en general, en cambio, en la televisión formal, ninguno de estos escenarios es «presentable». Y esto es una contraprueba de la conexión profunda que media entre la televisión formal y la verdad. (ibidem)

## LA ESTRUCTURA DUAL DEL ENTE TELEVISIVO

1. Lo que la televisión puede ofrecernos, y nos lo ofrece de hecho y normalmente, son fragmentos descolocados, y ulteriormente reimpuestos del mundo apotético en el que vivimos los hombres, es decir, fragmentos abstractos, no sólo respecto de precisos contenidos paratéticos, sino también de otras apariencias o fragmentos apotéticos que, aun siendo fenómenos efectivos, han

quedado fuera ojo de la cámara reducidos a la condición de apariencias que las pantallas de la televisión. Esto quiere decir, sencillamente, que las apariencias que las telepantallas son capaces de ofrecernos no pueden t sí mismas ser entendidas como verdades.

Habrá que concluir que sólo en la medida en la que espectadores dispongan de instrumentos pertinentes para poder Peomponer (reinterpretar) las apariencias que ofrecen las telepantallas con otros componentes determinados en el mundo real, podrá hablarse de la capacidad de la televisión para suscitar la conformación de algunas verdades.

La televisión sólo puede entontecer a quienes ya están entontecidos, según los criterios pertinentes de entontecimiento que utilicemos. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 233)

La televisión es un procedimiento asombroso mediante el cual el «vaciamiento óptico, y acústico», realizado a partir del mundo entorno de los teleceptores naturales (orgánicos) de los hombres de una determinada cultura, se lleva a cabo en un grado extremo. En virtud de su clarividencia, la televisión nos permite constituir un mundo apotético perceptual que engloba a los objetos que se hacen presentes por encima de otros objetos que se interponen entre ellos en el mundo ordinario y nos permite percibir, desde nuestra casa, a grupos humanos coetáneos pero pertenecientes a otros mundos.

La televisión distorsiona o descoloca la estructuración efectiva de los cuerpos y de las sociedades situadas en el «mundo natural» o en el «mundo histórico o social». Dicho de otro modo: la televisión obliga a una recomposición global del mundo a partir de los mismos «mundos» o «fragmentos de mundos» que ella puede ofrecernos. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 236)

3. Circunscribiéndonos al campo que nos concierne, la televisión, en la medida en que ella es, no ya un mundo aparte, ni tampoco dos mundos concatenados, sino una parte formal del único mundo en el que vivimos,

habremos de comenzar constatando la dualidad entre sus momentos apotéticos (de presencia a distancia) y paratéticos (de interacción contigua). (Bueno, Gustavo, 2000; pg 238).

La tele-visión, como lo expresa el confuso concepto que está asociado a la estructura del término mestizo (greco-latino) con el que es designado el nuevo medio, no hace sino redundar la estructura apotética de la situación escénica. Es preciso decir que el concepto vulgar de tele-visión es un concepto mal formado, por redundante, puesto que toda visión ya es por sí misma televisión. Y lo que la televisión añade a la visión, no es tanto una visión apotética de lo lejano, sino una visión, de lo lejano o de lo cercano, que está detrás de otros cuerpos opacos interpuestos; la visión escénica de una situación que, por sí misma, no podría considerarse como escénica (al menos a escala de la conducta práctica «natural»). En este sentido, la televisión representaría algo así como la creación de situaciones escénicas, artificiales o ilusorias, y aun absurdas, a escala de las situaciones escénicas naturales. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 241)

Sobre física de la televisión, D. G Fink y M. Lutyens, ofrecen al final de su libro: «Existen muchas, personas que miran con suspicacia y pesar el desarrollo ulterior de la televisión y la consideran algo así como un reblandecimiento del cerebro. Es cierto que el utilizar la televisión solamente como una forma de entretenimiento para matar el tiempo y disfrazar un aburrimiento fundamental hacia la vida sería una prostitución grosera de la inventiva y la capacidad científica que han creado esta maravilla. Pero la televisión tiene muchos usos constructivos y quizá resulte demasiado pomposo decir que algún día, cuando se haya adentrado en el amplio mundo de la comunicación, la televisión n presentará una influencia decisiva para una mejor comprensión v tolerancia entre las naciones». (ibidem)

#### 4.5.1 La televisión como tecnología incorporada al proceso general de conformación de las apariencias constitutivas del Mundo

1. Se admite ordinariamente que la televisión es un instrumento que nuestra sociedad utiliza, no ya tanto para «registrar» el Mundo, cuanto para «construirlo»; aunque lo que suele entenderse bajo esta última presión son los efectos que la «fabricación ideológica» logra obtener en materia política o religiosa. Esto supuesto, se procede a denunciar situaciones concretas en las cuales la «construcción ideológica» del mundo parece ser resultado puntual de las «manipulaciones» de las cámaras, o de los productores o de los programadores. Sin embargo, la expresión «construcción del mundo» tiene un alcance mucho más general y profundo. La «constitución ideológica» del mundo llevada a cabo por la televisión nos obliga a regresar algo más atrás, a saber, al análisis de la llamada (metafóricamente) «construcción perceptual» del Mundo, llevada a cabo por la visión ordinaria. (Bueno, Gustavo, 2000; pg249)

2. Ahora bien: el escenario, en televisión, es un marco positivo delimitado por la telecámara; pero, a su vez, es una parte del Mundo, una selección suya. Dicho de otro modo, el marco constituido por la telecámara (el «ojo» de la televisión) conduce a formas positivas en la medida en la que está «ocultando» o negando otras formas y sectores del escenario, de los cuales el operador puede o debe tener noticia. La televisión, podríamos decir, es luz, comienza con luz y termina con luz. (Bueno, Gustavo, 2000; pg251)

La cámara de televisión, en lo que tiene de más específico (es decir, en lo que se diferencia de un mecanismo fotográfico o de una simple cámara de vídeo), ha de hacer posible que los fotones reflejados en ella, no solamente «reproduzcan» las figuras dentro de la cámara, sino, por así decir, las lleven más allá, a cientos o a miles de kilómetros. (Bueno, Gustavo, 2000; pg254)

Y lo que decíamos de la visión habrá que decirlo también, y de modo reforzado, de la visión artificial, tecnológica, que la televisión nos depara. La televisión, en cierto modo (al menos, la televisión en directo), no es otra cosa sino

una visión que, como la ordinaria, nos pone en presencia de objetos apotéticos. (Bueno, Gustavo, 2000; pg255)

La visión tecnológica es una visión clarividente (que sortea la opacidad de los cuerpos interpuestos) y no una visión transparente.

Sin embargo, aquello que la televisión nos depara son también apariencias, pero apariencias que se nos ofrecen como manifestaciones de situaciones reales que se «esconden» tras los cuerpos opacos. Y la apariencia más específica de la televisión será precisamente esa apariencia que podríamos identificar con el mito de la «Aldea global» que McLuhan puso en circulación. (Bueno, Gustavo, 2000; pg256)

Las imágenes que percibo en la pantalla me llevan a un Mundo determinado de apariencias apotéticas, porque el sujeto televidente tenía ya conformadas las líneas generales de las cosas que se revelan en la pantalla (Bueno, Gustavo, 2000; pg257)

La televisión, a su vez constituye una tecnología imprescindible para intervenir en las operaciones de ciegos a quienes se quiere devolver la visión. Esto aproxima, en todo caso, la compleja estructura tecnológica del receptor de televisión al cerebro óptico. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 260)

#### **4.5.2 Tipos de apariencias televisivas**

Las apariencias que nos ofrece la telepantalla son, en todo caso, muy diversas, y caben muchos criterios para distinguirlas y englobarlas en clases pertinentes para nuestro propósito. Nos interesan, por tanto, aquellos criterios en los cuales las apariencias de la telepantalla, puedan ponerse en conexión con los escenarios (naturales y artificiales) desde las que se emiten y con los sujetos televidentes que las perciben. (Bueno, Gustavo, 2000; pg265)

Mantendremos, como única referencia universal y positiva que nos ha sido posible determinar (a fin de establecer un concepto funcional de «apariencia televisiva») el curso mismo de las imágenes objetivas de la telepantalla. Apariencia televisiva será aquí, por tanto, toda secuencia que aparece en la pantalla de televisión como resultado del funcionamiento del sistema tecnológico que el receptor contiene en su interior («detrás de la pantalla»). (ibidem)

La primera característica que atribuimos a todas las apariencias televisivas, según la definición propuesta, con intención «positivista», ha de ser, desde luego, su condición *alotética*. Esta condición se deriva, por un lado, de la naturaleza fluyente de las imágenes de la telepantalla y, de otro, de los contenidos semánticos de las imágenes y su morfología de tales.

La imagen televisiva está formada por 25 cuadros (*frames*) en lugar los 24 fotogramas de la película de cine, cada cuadro consta de 5 campos entrelazados, uno de líneas pares y otro de líneas impares. Cada cuadro contiene, en los sistemas de 625 líneas, no menos 11 millones de unidades de información por segundo. Y ello nos liga a reconocer que las imágenes no se dan aisladas, sino compuestas. (Bueno, Gustavo, 2000; pg265)

El aparecer en la pantalla de las imágenes es un proceso fluyente en cuya misma positividad (que no se reduce, por tanto, al plano fisicalista) está implicado el sujeto televidente, en cuanto sujeto operatorio, al margen del cual se desvanecería la morfología constitutiva de las propias apariencias en cuanto tales. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 267)

2. Ahora bien: en el curso de las apariencias, en cuanto proceso fluyente (temporal) cabe establecer siempre un intervalo presente que habrá de ser delimitado en función del sujeto televidente. El presente de un curso de apariencias televisivas podría definirse como el intervalo temporal en el cual estas apariencias están siendo percibidas por un sujeto televidente. La gran ventaja de este concepto de «presente televisivo», sin perjuicio de su carácter borroso, es que todos los presentes de los millones de televisores que funcionan en el planeta

pueden considerarse como objetivamente simultáneos si se tiene en cuenta que la velocidad de la luz permite considerar, salvo desfases despreciables, a todos los momentos de recepción como simultáneos. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 267)

3. Conviene, ante todo, ilustrar a través de las apariencias televisivas, así definidas, los tipos de apariencias que, en general, es decir, como tipos de apariencias, tanto televisivas como extratelevisivas, hemos considerado.

El «montaje» es la fuente principal de las apariencias falaces por conexión y alteración del orden de las secuencias, interpolaciones, composición de secuencias meramente sucesivas presentadas para sugerir una concatenación causal. (Bueno, Gustavo, 2000; pg268)

Las apariencias veraces más notorias de la televisión serán aquellas en las que esté acreditada una conexión causal (sinalógica) entre la apariencia (a) (como efecto) y la realidad (r) (como causa de aquella apariencia), al margen de que entre (a) y (r) medien relaciones de semejanza que, en ningún caso, se excluyen. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 269).

Hay situaciones mixtas (de veracidad causal y de verosimilitud ) que nos ponen delante de disposiciones más difíciles de analizar y que requieren un análisis más sutil.

Otra distinción que hemos considerado como central en una «teoría filosófica de la televisión», a saber, la distinción entre televisión material y televisión formal.

En efecto, la «televisión material» cubre el conjunto de situaciones en las cuales el televidente, ante la telepantalla, está percibiendo (viendo, escuchando) secuencias que podría percibir por otras vías alternativas a las que consideramos como específicamente o formalmente televisivas, y que no serían otras sino aquellas en las cuales la fecha dramática de las escenas televisadas fuera la fecha del presente de los televidentes. ( Bueno, Gustavo, 2000; pg271).

A partir de las distinciones propuestas podemos denominar «apariencias radicales» a aquellas secuencias de la telepantalla que forman parte de la televisión material; apariencias radicales porque sus raíces están arraigadas en suelos muy diferentes de los de la televisión formal. ( Bueno, Gustavo, 2000; pg271).

5. Estableceremos, de acuerdo con las ideas expuestas, un primer criterio de clasificación tomando en consideración la posición que, respecto del «presente televisivo», mantengan las secuencias televisivas en su dimensión semántica.

Un segundo criterio, que tomamos de las funciones o dimensiones alotéticas de las secuencias de imágenes en cuanto análogas a las secuencias lingüísticas, permite clasificar las apariencias en representativas, apelativas y expresivas. La atribución a las apariencias de alguna de estas dimensiones no siempre está fijada y puede tomar el criterio *emic* del receptor en primera persona. La declamación de un actor en una obra de teatro puede tomarse, si es experimentada en tiempo presente y en primera persona, como una apariencia expresiva, pero si es interpretada en tercera persona, y en tiempo pretérito, puede alcanzar un valor meramente representativo.

El tercer criterio se atiene a la doble posibilidad que ha de tener una secuencia de apariencias de ofrecérsenos de un modo directo de grado cero, es decir, según sus inmediatos contenidos semánticos (las imágenes de una multitud huyendo de la erupción de un volcán, o la predicción diaria del tiempo para días sucesivos), o bien de un modo reflejo, es decir, cuando la secuencia de apariencias con tiene una reflexión sobre otras apariencias de grado cero. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 272)

Unas veces, en efecto, la verdad se muestra como un valor supremo o, al menos, como condición para el logro de valores supremos «la verdad os hará libres», otras veces, la verdad es devaluada por los escépticos en cuanto componente de la vida («¿qué es la verdad?»), o incluso considerada como un contravalor («la verdad aniquila»). Pero no falta quien intenta reducir la Idea de



Verdad a la condición de una Idea neutra (por ejemplo, a un simple símbolo, junto con la falsedad de «valores veritativos».

2. El término «verdad» no es unívoco. Tiene muchas acepciones que, sin embargo, tampoco han de considerarse, al menos todas ellas, como enteramente inconexas, como si el término «verdad» fuese equívoco. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 274).

Presupondremos que la Idea de Verdad implica (tomando el verbo «implicar» do en el sentido técnico específico que le otorga la Lógica de proposiciones, sino en el sentido genérico, heredero de su etimología, por el que se aplica también a clases, a objetos en general o a estructuras) la Idea de Identidad, sin que por ello sea lícito concluir que la Idea de Identidad implica siempre la Idea de Verdad, ni tampoco que la Idea de Verdad implique siempre la Idea de Identidad. (Bueno, Gustavo, 2000; pg275).

Por su parte, hay identidades que, al menos formalmente, o en sí mismas consideradas, no son ni verdaderas ni falsas.

La apariencia, sin embargo, no la entenderemos simplemente como la no-realidad, sino más bien como una fase o momento indeterminado de la realidad, respecto de aquellas otras fases con las cuales pudiera identificarse constitutivamente como verdad. Apariencia será, según esto, tanto la manifestación, reflejo, etc. (en fases o momentos parciales suyos) de una realidad, como la ocultación de la realidad (a través de esas fases o momentos). En esta indeterminación haríamos consistir su condición de apariencia.

La apariencia, por sí misma, no podrá, por tanto, llamarse veraz ni falaz; a lo sumo, hasta que se determine su valor, será simplemente «verosímil». (Bueno, Gustavo, 2000; pg276)

4. Pero las apariencias (o engaños o mentiras o simulaciones o confusiones) sólo pueden constituirse en función de sujetos operativos,

humanos o animales, es decir, en función de sujetos dotados de *vis cognoscitiva* y de **vis appetitiva** (de percepción y de hambre, por ejemplo).

Dicho de otro modo: el término «verdad» no es un término que pueda considerarse como si perteneciese exclusivamente al vocabulario epistemológico; también forma parte del vocabulario ontológico. El predicado «verdadero» puede afectar a un objeto, y no a un conocimiento, sin perjuicio de que aquel objeto deba ser conocido. (Bueno, Gustavo, 2000; pg278)

5. La verdad (como la falsedad) estará siempre en función, de un modo u otro, de los sujetos operatorios en torno a los cuales se constituye ese mundo. La conexión de, la verdad con los sujetos operatorios prácticos explica el «coeficiente axiológico» que acompaña siempre a la verdad y a la falsedad.

De acuerdo con este planteamiento, será preciso distinguir dos situaciones genéricas dotadas de un significado inmediato en lo que a la constitución de las modulaciones de la Idea de Verdad se refiere. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 280)

Situaciones-1. Son las situaciones en las cuales pueda afirmarse que el sujeto operatorio se encuentra formalmente segregado de las figuras de las identidades que pueden ser probadas como constitutivas de la verdad. Las situaciones-1 permitirán definir al tipo de verdades que englobaremos bajo el rótulo de «verdades impersonales».

Situaciones-2. Son las situaciones en las cuales pueda afirmarse que el sujeto operatorio se mantiene formalmente presente (aunque en distintos grados) en las figuras de la identidad constitutivas de la verdad. Las situaciones-2 permiten definir el tipo de verdades que pudieran ser consideradas como «personales» (aunque en un sentido asertivo, no exclusivo, si aceptamos la realidad de sujetos operatorios no personales, sino animales). (ibidem)

## Situaciones 1 significativas para determinar las modulaciones impersonales de la Idea de Verdad

En las situaciones 1, tal como las hemos definido, el sujeto operatorio que establece la identidad sobre las que se constituye la verdad correspondiente se mantiene «segregado» de la verdad constituida. Y esto puede ocurrir de dos maneras:

(A) O bien en la forma de una segregación parcial, que no elimina enteramente al sujeto de las relaciones entre los términos «impersonales» que constituyen la estructura de la identidad, sino que los segrega de tal identidad, aun manteniéndolos como sujetos que han de estar presentes a la identidad (como si esta se manifestase como tal únicamente ante el sujeto, o por la mediación formal del sujeto). (Bueno, Gustavo, 2000; pg 281)

(1) En la modulación de la verdad como verdad de apercepción (correspondiente a la acepción tradicional de la verdad como «presencia concreta» de la cosa que se descubre o manifiesta ante un sujeto capaz de percibirla), la cosa percibida ha de mantenerse en presencia del sujeto que la percibe, si bien este sujeto no tiene por qué figurar como involucrado en la cosa misma percibida, puesto que precisa mente figura como «exento» respecto de ella. (Bueno, Gustavo, 2000pg 282)

La verdad de apercepción («es verdad, porque lo estoy percibiendo, que esta ardilla está trepando por este árbol») no es una verdad meramente empírica o sensorial, como si fuera la verdad de una situación concreta que se hace presente sin más ante mis ojos, al abrirlos. La verdad de mi apercepción, sin perjuicio de su condición de verdad en primera persona, pero inserta en un círculo de verdades en segunda y aun en tercera persona, aunque se refiere a una situación muy concreta, presupone largos procesos de identificación de formas - árbol, ardilla- y de composición lógica de las, mismas. «No es el ojo el que ve, sino el Logos a través del ojo». (ibidem)

(2) En la modulación de la verdad como *verdad de producción* (el *verum facturo*) el objeto producido (el «ingenio», por ejemplo) mantiene su identidad sin necesidad de la presencia del sujeto operatorio (como era el caso de la verdad de apercepción); pero, en cambio, el sujeto operatorio queda involucrado de algún modo en el producto y ha de ser tenido en cuenta en el momento de explicar determinados aspectos («teleológicos») del mismo.

(3) A la «verdad de producción» podemos agregar la *verdad de acción* (*verunz estacturn*), es decir, la que se refiere a los resultados de la praxis, de lo agible, más que a los productos de la póiesis, de lo factible. La «verdad de la acción» (por ejemplo, de la proposición) se muestra, sobre todo, en las prólepsis ejecutivas (en primera persona, individual o grupal: «mañana iré al Odeón»). Es decir, se muestra en aquellas situaciones en las cuales la verdad, genuinamente dialéctica, de mi plan o programa en vías de ejecución depende de mis (o de nuestros) propios actos, a su vez determinados por circunstancias muy variables. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 282)

Las «verdades de producción» (referentes a «productos verdaderos», auténticos, consistentes, etc.), y las «verdades de acción» (eutáxicos, por ejemplo), se oponen a las apariencias del género de los simulacros de los sucedáneos, utopías o absurdos (como pudiera serlo una máquina de movimiento perpetuo). (Bueno, Gustavo, 2000; pg 283)

(4) La línea fronteriza entre las «verdades de producción» y las «verdades de acción» no siempre son muy nítidas en las «verdades de resolución concreta». La verdad pragmática de las operaciones del médico que atiende urgentemente a la recuperación de un accidentado grave reside, sin duda, en el buen resultado de su intervención.

(5) Las variantes más importantes de esta modulación de la verdad, que podríamos designar como «verdad lógico-material», se encuentran en las verdades científicas, cuando éstas se interpretan directamente como identidades

positivas establecidas en «tercera persona», a partir de la demostración de un teorema. (Bueno, Gustavo, 2000; pg284)

(6) Consideramos también como variantes de esta modulación lógico-material de la verdad a las «verdades de predicción» (en cuanto contradistintas a las verdades de proposición o de acción). La verdad predictiva (la verdad de la predicción de un eclipse de Luna, o la verdad de la predicción de la derrota electoral de un partido político) son casos de verdades concretas, idiográficas, pero «impersonales», incluso cuando su materia sean los resultados de votaciones electorales. (Bueno, Gustavo, 2000; pg285)

### Situaciones 2 significativas para determinar las «modulaciones personales» de la Idea de Verdad

En las situaciones 2, el sujeto operatorio que establece la identidad sobre la que constituye la verdad correspondiente, lejos de que dar segregado de ella, pasa a formar parte de su misma «sustancia»

(A) La verdad, como relación de identidad constituida en torno a un término semánticamente dado como una serie de fenómenos de acciones personales (vinculadas a una referencia corpórea) nos pone delante de una modulación personal de la verdad que podríamos cifrarla, principalmente, en su condición de verdad

A la verdad autológica se reduce la llamada «verdad moral» (definida tradicionalmente como «identidad o adecuación entre el pensamiento y su expresión verbal o mímica»), cuyo opuesto es la mentira o la hipocresía.

(B) La verdad, como relación de identidad que se constituye entre sujetos diversos (egoiformes o nosiformes -situación que se corresponde con la situación de los dialogismos-) da lugar también a diversas modulaciones de la Idea de Verdad recogidas en la lexicografía o en la doxografía.

(C) La modulación más importante, en este orden de verdades, es la modulación de la verdad como consenso (J. Habermas en su *Wahrheitstheorien* de 1973). La verdad consenso se establece, ya sea entre individuos (por ejemplo, los miembros de una comunidad científica, o bien entre los militantes de un partido político), o entre grupos y, en el límite, entre todos los hombres. (Bueno, Gustavo, 2000; pg287)

La verdad se presenta otras veces como una relación de identidad personal determinada por la acción (por la co-acción) moldeadora de otros sujetos operatorios, hombres o animales, que proceden ante mi propia subjetividad operatoria en nombre de alguna norma que se supone obliga tanto a los autologismos del sujeto operatorio afectado, como a los dialogismos del sujeto operatorio moldeador (*dator formarum*). (Bueno, Gustavo, 2000; pg289)

Una de las más señaladas es la *verdad-revelación o verdad mostrativa* (por oposición a la verdad demostrativa), fundada en una norma que prescribe confiar en la autoridad («coactiva») de la persona revelante, y que desempeña papeles decisivos

5. Las críticas «a la totalidad» de la televisión tenderán a negarle, y no ya sólo en el terreno de los hechos, sino en el terreno de su propia estructura, cualquier capacidad para ofrecer verdades. Se definirá la televisión como una «máquina de fabricar apariencias falaces» y sólo ocasionalmente, y por motivos extrínsecos a su estructura, la televisión podría ponernos en presencia de alguna verdad a la ' cual, en todo caso, podríamos tener acceso por otras vías.

La televisión es, sin duda, una fábrica de apariencias, y damos por descontado que las apariencias no implican verdades definidas tras ellas, pero tampoco las excluyen. A través de las apariencias que la televisión nos ofrezca podrá tener lugar un proceso de constitución de verdades, al menos si por «verdades» entendemos alguna de las modulaciones del término «verdad» que hemos reseñado. (Bueno, Gustavo, 2000; pg289).

Cabría, eso sí, suscitar la duda acerca de la capacidad de la televisión para ofrecer verdades en «primera persona» (en la persona del televidente). En efecto, dada la lejanía desde la que se originan las apariencias televisadas -lejanía que deja automáticamente lejos de su campo al sujeto operatorio de «carne y hueso»- cabría pensar que nunca jamás la televisión podría afectar en primera persona al ciudadano anónimo que la está contemplando, y que, a lo sumo, so lo a partir de las apariencias ofrecidas por la telepantalla, podríamos pasar a establecer algunas verdades en «tercera persona»,

La restricción tiene, sin duda, sus fundamentos. El primero tiene que ver con la naturaleza de la conexión causal entre las apariencias originales televisivas C(C) y las apariencias terminales e(P); porque si tal conexión es puesta en duda, la involucración de la primera persona del televidente sólo podría tener un alcance subjetivo y, en todo caso, constituiría una «ingenuidad acrítica», que habría que poner en relación con el llamado «efecto realidad» de la televisión. De donde la conveniencia de mantenerse siempre en tercera persona, a distancia, en el momento de sentarse ante el televisor. (Bueno, Gustavo, 2000; pg291)

El segundo fundamento para inducirnos a retirar de la televisión las interpretaciones en «primera persona» no es otro sino el hecho de que, en un gran porcentaje de situaciones, el ciudadano anónimo puede considerarse desmarcado de los incesantes flujos de apariencias que desfilan en su telepantalla. Sin embargo, esto no nos permite ignorar la gran probabilidad de las situaciones en las cuales las telepantallas envuelven «en primera persona» al ciudadano, anónimo o nominal, que, en consecuencia, habrá de sentirse, por motivos objetivos, afectado

(1) La televisión puede ofrecer verdades de apercepción; y esta afirmación se fundamenta en la tesis, antes defendida, de que la pantalla C(P) no «reproduce» propiamente por sí misma el escenario original C(C) o C(C') (siempre que el montaje S(m) se reduzca a cero). Las imágenes de la pantalla no son tanto reproducción sino las mismas imágenes de la telecámara, que

habrá que considerar, a su vez, como un efecto determinista del escenario original. (Bueno, Gustavo, 2000; pg291)

La posibilidad que la televisión tiene de ofrecer nos apercepciones verdaderas, en el sentido dicho.

(3) Son muy importantes, en cambio, las capacidades de la televisión para constituir, y en primera persona, verdades prácticas del tipo "veruni actum" (capaz de afectar al televidente). Una convocatoria, una orden de la policía, capaz de afectar al televidente, relativa a la perentoria necesidad de desalojar el edificio con amenaza de bomba, una promesa política, constituyen otras tantas incitaciones a la acción que puede llegar a hacerse verdadera.

(4) Consideraciones análogas cabría hacer a propósito de las verdades de resolución abiertas por una televisión que va guiando a un avión o a un barco por medio de mapas de situación. (Bueno, Gustavo, 2000; pg292)

(5) Dudamos, en cambio, de la capacidad de la televisión para demostrar verdades lógico-materiales, ya tengan un carácter abstracto, ya tengan un carácter concreto. La indiscutible virtualidad de la televisión en el campo didáctico no debe confundirse con su estricta capacidad demostrativa.

(6) No debe confundirse tampoco la capacidad de la televisión para establecer verdades predictivas de carácter genérico (astronómicas o sociales), con la capacidad para establecer verdades específicas que sólo a ella conciernen. Acaso las más características en nuestra vida cotidiana nos son deparadas por las predicciones meteorológicas. Casi nunca nos son ofrecidas como verdades, sino como probabilidades. (Bueno, Gustavo, 2000; pg293)

(7) Como verdades soteriológicas, podrán ser interpretadas, por sus seguidores al menos, las intervenciones en la telepantalla del profeta o del telepredicador.



(8) La verdad consenso es una de las modulaciones más frecuentes de la verdad cuando ésta va referida al trasfondo de las ideologías que envuelven a las personas emisoras y a las receptoras que intervienen en el proceso televisivo.

(9) La televisión puede abrir el camino hacia verdades de acuerdo, sobre todo en los debates televisados que versan sobre asuntos de actualidad.

(10) La verdad revelación (o coactiva) puede abrirse camino en televisión a través de las manifestaciones de líderes carismáticos, a través de las cuales el «efecto realidad» toma el aspecto de un «efecto confianza» (en la autoridad de la persona revelante, más que en las escenas apercebidas).

(Bueno, Gustavo, 2000; pg293)

(11) La verdad-coherencia ha ido constituyéndose como una condición de la estructura misma de las secuencias, del proceder sucesivo de los presentadores, de la ausencia de contradicción entre los informadores

Los inmediatistas sostenían que, al abrir los ojos, el Mundo exterior se ofrecía ante ellos de modo inmediato, hasta el punto de, que, por tanto, no hacía falta «demostrar» su existencia. Los mediatistas, «más críticos», sostenían que ese Mundo que se hace presente ante nuestros ojos, como si fuese real, podría ser un mundo aparente, y que sólo mediatamente, mediante una demostración, cabría resolver la duda. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 297)

Porque no se trata de explicar o justificar la «construcción del Mundo» a partir de la inmanencia del ego; se trata de explicar (o de justificar) la constitución de algunas partes de ese Mundo (como pudieran serlo los sucesos que tuvieron lugar en la superficie lunar en las últimas horas del 20 de julio de 1969) en función de los sucesos en otras partes del mismo mundo, por ejemplo en las pantallas de televisión.

Ahora bien: si bien no es posible pasar de las apariencias de la telepantalla F(P) a las apariencias F (C) registradas por la cámara F(s), es posible, en cambio,

pasar de las apariencias F (C, C') a las apariencias en la telepantalla F(p). (Bueno, Gustavo, 2000; pg 300)

La demostración de una verdad no puede basarse en la consideración de algún aspecto parcial o puntual del campo por ella cubierto, sino que requiere recorrer el círculo completo, el «ámbito de presente» de sus componentes. Sólo después de la «justificación» (que incluye, en este caso, las «revelaciones» que los astronautas ofrecieron a su vuelta), el descubrimiento (en este caso: el descubrimiento ofrecido por las pantallas), podrá considerarse tal.

Y en esto, ya no difiere la apercepción televisiva de la apercepción natural. Tampoco las cosas del «Mundo» que me rodean se me hacen presentes en el momento de abrir los ojos. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 303)

Tratar de explicar el surgimiento de la televisión, y su fulgurante expansión, a partir de una supuesta «necesidad social de la televisión» - correspondientemente habría que suponer también una «necesidad social del fútbol», o una «necesidad social del automóvil»- , no tiene más alcance que el que conviene a la explicación de los efectos soporíferos del opio partiendo de su «virtud dormitiva». La televisión, y más aún, el auge de la misma al desarrollarse como institución mediática, no puede ser explicado a partir de una supuesta «necesidad social televisiva».

Y es cuando podemos concluir que, si esta sociedad no tuviese la televisión o el fútbol, tendría que inventarlos, porque efectivamente, de otro modo, esa sociedad ya no sería la sociedad de referencia. Pero en realidad no fue la «necesidad de televisión o de fútbol» las que determinaron la invención de estas instituciones. Fue la invención, y luego el desarrollo, de la televisión o del fútbol mismos, a través de su implicación, cada vez más enraizada con las estructuras económicas, políticas y sociales de la sociedad industrial naciente (que imprimió a esos desarrollos direcciones y morfologías características, indeducibles del «invento original») lo que fue «creando» la «necesidad de televisión», o la

«necesidad del fútbol», pero también la «necesidad del automóvil», o la «necesidad de la radio».

Lo cierto es que en el análisis de las instituciones culturales que designamos como mediáticas (entre ellas, la televisión) la cuestión de la verdad (de los textos, informes o mensajes) se suscita una y otra vez. Más aún, se toma incluso como plataforma desde la cual cabría instaurar los fundamentos de una crítica «ilustrada» a los medios, en general, y a la televisión, en particular («las informaciones de la televisión real tienden a adaptarse a los intereses económicos, políticos o religiosos de la programación, lo que los aleja de la verdad y las convierte, por ello, en instituciones de adoctrinamiento, engaño o entontecimiento de la gente, en una versión del "opio del pueblo"»). (Bueno, Gustavo, 2000;pg 308)

Ahora bien: La asignación de «valores de verdad» a la televisión no puede llevarse a cabo, en general, circunscribiendo esos valores a las instituciones televisivas (como si éstas tuviesen una realidad independiente y exenta). La televisión, si puede tomar contacto con los valores de verdad, lo hace en gran medida, en cuanto se relaciona precisamente con otras instituciones «paralelas» o «convergentes» (Bueno, Gustavo, 2000;pg309)

4. De entre las "ideas de coordinación" más influyentes, a la altura de la época de consolidación de la televisión primeriza, destacaríamos principalmente, la "Idea de progreso". (Bueno, Gustavo, 2000;pg 310).

De otro modo, fue la idea tradicional del Progreso en su versión positivista, la que, en los años de expansión asombrosa de la televisión, durante los últimos años de la Segunda Guerra Mundial y primeros de la post guerra, inspiró los primeros esquemas generales para establecer la inserción teórica de la televisión en el *mapa mundi* la sociedad mundial que parecía abrirse a los vencedores una vez arrojada la bomba atómica. T. Hutchinson, en un libro famoso. Interpretando la televisión en auge a la luz de la Idea de Progreso; cuanto que, más bien, estaba interpretando la Idea de Progreso a la luz de la televisión, entendida como el

«medio transparente» que haría posible -mucho más de lo que pudiera hacerlo cualquier fuerza material- instaurar la paz, la armonía y la convivencia entre todas las partes del Género Humano.(Bueno, Gustavo, 2000;pg312)

De hecho, la estructura mediática de la televisión estaría dando lugar a una homogeneización entre los «Países comunistas» y los «Países democráticos», que se iría abriendo camino saltando por encima de las mismas «diferencias en los contenidos». (Sin embargo, ¿acaso la enorme influencia que la televisión del Berlín-Oeste, durante la «guerra fría», ejerció en el Berlín-Este no se apoyó tanto o más en los contenidos como en la estructura mediática que los transportaba. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 313).

Es suficiente referirnos al mundo de los hombres, a la sociedad planetaria «globalizada» de nuestros días que algunos consideran a punto de alcanzar la condición de «aldea global», gracias a la televisión. (Bueno, Gustavo, 2000;pg314)

5.La ideología ecumenista-armonista-progresista que se vinculó desde el principio a los desarrollos tecnológicos de los nuevos medios de comunicación, en la línea de McLuhan, no puede considerarse como un «perro que hubiera muerto» después de McLuhan, porque, aunque en forma menos explícita, se mantiene hoy en muchas personas afectas a la televisión. De la «Aldea global» se pasa a la idea de la «globalización» (de la economía, de la sociedad y de la política), y en este «proceso de globalización» tanto la televisión como, sobre todo, internet (por su capacidad de interactividad) parecen llevados a desempeñar una función insustituible.

En sus primeros tiempos, la televisión se limitaba a ofrecer actos oficiales o protocolarios; pero a medida en que fue transformándose en un instrumento en manos de empresarios privados, partidos políticos, enfrentados entre sí, o iglesias, o simplemente en instrumento de propaganda del Gobierno en ejercicio, enfrentado a la oposición, sin olvidar la propia dialéctica del enfrentamiento mutuo entre las distintas cadenas de televisión, buscando una audiencia que les

permitiera subsistir y progresar, era imposible mantener la idea idílica de la televisión como instrumento «por sí mismo» orientado a la consecución de la amistad y la paz de los hombres de buena voluntad. (Bueno, Gustavo, 2000;pg315).

Todos los grupos, a través de los grupos competitivos, podrían ver en la televisión enemiga un instrumento de falsificación y de engaño, al servicio de intereses particulares antes que al servicio de la «verdad» y de los «intereses de la humanidad». (Bueno, Gustavo, 2000; pg316)

Se diría que, la «teoría crítica» aplicada a la televisión, asumía las responsabilidades propias que los filósofos ilustrados habían reclamado y, ante todo, la responsabilidad de «descubrir los errores comunes», pero con el objetivo de ilustrar y de mejorar al pueblo (el Prólogo a la Televisión de T. Adorno data de 1953; traducido en Interpretación: nuevo modos de crítica, Monte Avila, 1969).

La «teoría crítica», en estado más o menos difuso, seguirá arraigando y expandiéndose a través de escritores muy diversos cuanto a sus planteamientos, como pueda serlo Bourdieu o de Sartori, que ya hemos citado. El límite más radical de esta teoría podríamos ponerlo en el «escepticismo televisivo», en la defensa de la tesis de la incapacidad práctica de la televisión, como la nueva sofística de la sociedad de masas, para vincularse a los valores de la verdad y del bien, por no hablar también de los valores culturales en general. (La televisión se considerará como uno de los caminos reales para consolidación de la cultura kitsch). La televisión estaría encadenada, por estructura, al mundo de la *doxa*, al mundo de las sombras del mito de la caverna, y no tendría nada que ver con el mundo de la *episteme*, con el mundo de la verdad. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 318).

La «Humanidad» o el «Mundo» no tienen fines prefijados, ni son realidades perfectas; son realidades infectas, realidades haciéndose, como resultado de la confluencia de sus partes, más o menos organizadas, y casi siempre en competencia mutua. Según esto, no cabría hablar de «Progreso» de la humanidad

o del mundo, en general. Y aunque pueda tener sentido hablar de «progresos particulares», de mejoras referidas a líneas determinadas de desarrollo, no está demostrado, ni puede demostrarse, que tenga sentido hablar de un progreso global (o de una «mejora global»), que sea la resultante de la composición, en un peculiar polígono de fuerzas, de todas las líneas de progreso particulares. (Bueno, Gustavo, 2000; pg320)

9. En cualquier caso, la televisión, en su existencia real y en su desarrollo histórico, o en las diversas rutas posibles de su desarrollo futuro, no puede entenderse de un modo que sistemáticamente se sitúe al margen de la verdad. Quiere decirse con esto, ante todo, que si la televisión no hubiera estado determinada, en una gran medida, por los valores de la verdad, no habría llegado a ser lo que es; quiere decirse también que se transformaría en otra cosa (mejor o peor, según criterios dados), de alcances, sociales e históricos, imprevisibles, en el momento en el que se dispusiese a «quedar al margen de la verdad». (Bueno, Gustavo, 2000; pg322)

a) Ante todo, en la teoría de la televisión formal, que pone en clarividencia la característica más específica de la estructura mediática de la televisión. Esta estructura obliga a borrar, como artificiosa y vacía, la distinción entre contenidos semánticos y especificidad tecnológica del medio. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 324)

Ahora bien, la estructura mediática de la televisión tiene rasgos, sin duda, muy distintos a los que son propios de libro impreso, en cuanto estructura mediática elevada al rango supremo de la comunicación por la alianza Lutero-Gutenberg. El mismo McLuhan advertía que la televisión viene a ejercer sobre los músculos del ojo un efecto de agarrotamiento tal que puede impedir que los niños adictos a la televisión lleguen a leer normalmente. Desde este punto de vista, cabría decir que la estructura mediática de la televisión se aproxima notablemente a la estructura mediática del púlpito. Y sin embargo, esta aproximación es sólo abstracta y parcial, porque también forma parte de la estructura mediática de la televisión, en cuanto electrodoméstico, su capacidad distributiva de los contenidos

en las unidades familiares que, obviamente, se verán reforzadas por el medio al margen de los contenidos transportados (incluso cuando en estos «contenidos» se ofrezcan objeciones contra la familia). (Bueno, Gustavo, 2000; pg325)

Pero es justamente en la estructura mediática de la televisión formal en donde se desvanece la distinción (o, si se prefiere, la posibilidad de un uso hipostasiado de los términos de esta distinción) entre *contenidos* y *forma mediática*. La verdad televisiva va ligada a la clarividencia, aunque la recíproca no se cumple necesariamente.

Por consiguiente, podríamos concluir que la cuestión de la verdad en televisión y, por tanto, de las apariencias en función de las cuales aquéllas se establece, no es una cuestión ideológica que pueda afectar a los «contenidos» pero no a la «estructura mediática» del medio. La cuestión de la verdad afecta a la misma estructura mediática específica de la televisión cuando hacemos consistir esta estructura en la clarividencia. Es la clarividencia de la televisión formal lo que hace imposible disociar la forma tecnológica de sus contenidos. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 326)

9. En el momento en el que aceptemos entender la verdad en el sentido expuesto nos veremos obligados a reconocer la imposibilidad práctica de una televisión (implantada socialmente en el grado en el que lo está en las sociedades contemporáneas), que pretenda sistemáticamente mantenerse al margen de toda verdad; de una televisión que crea posible mantenerse e internarse cada vez más en el terreno de las apariencias, de los engaños, de las falsedades, de las ficciones o de las mentiras.

La franja de intersección entre la televisión y el público, es precisamente una franja en la que habrán de figurar muchos valores de verdad objetivos o supraindividuales. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 327)

Incluso puede concederse que la mayor parte del volumen total de apariencias televisivas que fluyen de las telepantallas se mueve al margen de la

disciplina de la verdad, porque no la necesita. Y si es cierto que la verdad de muchos contenidos televisivos implica una televisión formal que los constituya, sin embargo, es tan cierto que la televisión formal no implica la constitución de la verdad del presente complejo que ella promete a veces ofrecer. A una mayor abundancia de instrumentos técnicos, a una mayor abundancia de cámaras, por ejemplo, no corresponde una mayor seguridad en la presentación de las verdades: cien ojos no ven más que dos ojos. Con cien cámaras no aseguramos un panóptico; las posibilidades combinatorias de selección mentirosa de fragmentos de la realidad presente y, por tanto, de ocultación de otros fragmentos de la realidad, son mucho más altas que si sólo se dispusiera de una o de dos cámaras. Pero de aquí no se sigue que la televisión pueda prescindir absolutamente de esa «disciplina de la verdad». La verdad es necesaria en otros muchos frentes, y al menos aunque sea en la forma de las «medias verdades». La constatación continua de las medias verdades en televisión es la mejor demostración de la necesidad que la televisión tiene de mantenerse en contacto con la verdad. (Bueno, Gustavo, 2000; pg328)

La «verdad» no puede predicarse de las apariencias fragmentarias que pueden ofrecernos las telepantallas; pero tampoco sería posible subordinar la verdad a la «concatenación universal de las apariencias», porque siendo utópica una tal concatenación universal, subordinar la construcción de la verdad a esa concatenación («la verdad está en el todo», decía Hegel) es tanto como abrir la puerta al escepticismo. La verdad de la televisión formal, si es que logra constituirse de vez en cuando, no es función de las apariencias fragmentarias (desvinculadas del resto), ni tampoco es función de una concatenación de cada apariencia fragmentaria con la totalidad universal de las apariencias. Las verdades de la televisión formal sólo pueden constituirse en el ámbito de un «sistema limitado» de apariencias que puedan ser vinculadas por la audiencia a referencias extratelevisivas, a contenidos dados desde el exterior de la televisión. Con esto estamos reconociendo que la televisión formal no es autosuficiente como procedimiento para constituir verdades capaces de ofrecer una concatenación firme entre las apariencias. Pero este reconocimiento no tiene por qué hacer



olvidar que muchas verdades, y verdades presentes de primer orden, sólo pueden constituirse a través de la televisión formal.

El espectador de televisión no puede ser considerado inocente como si de un mero espejo o receptor pasivo de verdades y de apariencias se tratase. Si el televidente o la audiencia resulta movido por estímulos o montajes televisivos, él es, en todo caso, quien se mueve; ante todo es él quien conecta su televisor como sujeto operatorio, quien cambia de cadena o apaga el aparato y quien interpreta.(Bueno, Gustavo, 2000;pg329).

Dicho de otro modo: quien se considera «movido» (motivado, emocionado) por una campaña electoral televisada, es porque él mismo participa como concausa de la energía de ese impulso motor; es decir, porque es cómplice de ese impulso y porque él mismo es partícipe de la campaña en la medida en que precisamente en él está siendo manipulado.

Tanto como un opio del pueblo, destinado a adormecerlo, la televisión puede también jugar el papel de un reconstituyente, de un «cordial», de un tónico, y aun de un estimulante, que «el pueblo» se autoadministra algunas veces, o rechaza indignado otras, según de donde proceda. La audiencia, es decir, las audiencias, absorben lo que avanza en la dirección de sus intereses; llamar ingenuas o inconscientes a un tipo de audiencias y conscientes o críticas a otras, es trasladar la distinción a un terreno metafísico, porque tan consciente y crítica (de las alternativas ofrecidas) es la audiencia que se complace con los culebrones, como la audiencia que los aborrece, prefiriendo, por ejemplo, programas económicos, ecológicos, o políticos.( Bueno, Gustavo, 2000;pg330)

Pero cabe afirmar que habría alcanzado el límite de su degradación una audiencia que llevase a experimentar la indiferencia universal ante los valores de verdad que la televisión puede ofrecer y que únicamente se interesase por los efectos, agradables o desagradables, que sus apariencias pudieran depararle. Una audiencia que hubiera perdido la vigilancia crítica, no ya en general (pues pudiera mantenerla siempre en lo que concierne a la discriminación entre las

apariencias agradables o placenteras, o las relajantes o las estimulantes, o en las que no lo son), sino la vigilancia particular en torno a la discriminación de las apariencias veraces y de las falaces; una audiencia semejante sería una audiencia, no ya meramente engañada o adormecida, sino, sobre todo, una audiencia culpable. (Bueno, Gustavo, 2000; pg331)

La audiencia, es decir, su composición, su estructura, su situación, es la causa de la «deriva» de la televisión hacia cursos cada vez más degradados y aun repugnantes desde el punto de vista de la estética, de la verdad, y del futuro de la propia televisión, en cuanto televisión formal. Con esto no queremos decir que la audiencia sea la última causa. Las causas actúan siempre como causas codeterminantes. Las empresas de televisión buscan necesariamente interesar al público, adulándolo si es preciso y, en este sentido, realimentan a la causa principal, que es la audiencia. Con sus preferencias, los programas se alimentan y crecen, y con su desafecto los programas se secan y se consumen.

Cualquiera que sea la variedad del poder de control ejercido por una cadena de televisión, es evidente que este poder ha de adaptarse, de un modo u otro a los comportamientos de su audiencia. En ésta reside el verdadero poder. Y la audiencia seguirá dirigiendo, en gran medida, y aunque sea ciegamente, la orientación de la televisión del futuro. (Bueno, Gustavo, 2000; pg 333)

## CAPITULO V KARL RAIMUND POPPER: TELEVISIÓN, MALA MAESTRA

"Una democracia no puede existir si no se somete a control la televisión", que se ha convertido en un poder político colosal, potencialmente, se podría decir, el más importante de todos, como si fuese Dios mismo quien hablara" (Popper, 1994; pg7).

Yo también puedo equivocarme, -replicaba-, pero creo que mientras no se me pruebe lo contrario, ustedes son quienes no entienden las consecuencias de la televisión porque, inmersos en, ese mundo de imágenes, no se dan cuenta de cuán profundamente modifica las bases de la educación. La televisión cambia radicalmente el ambiente, y de ese ambiente tan brutalmente modificado extraen los niños los modelos que van a imitar. Resultado: estamos haciendo creer un sinnúmero de pequeños criminales. Debemos contener este mecanismo antes de que sea demasiado tarde, incluso porque desde cuando ustedes adultos, periodistas y profesores, objetores de 40 a 50 años de edad eran niñitos hasta hoy, la televisión ha empeorado. En efecto, si no se actúa, tiende inexorablemente a empeorar por una ley interna propia, la de la *audience*, que Popper formulaba más familiarmente como-ley de la "adición de especias". (Popper, 1994; pg10).

"A propósito de censura -me dijo comentando esta situación- ellos, los productores de televisión pueden censurar a placer, sin que nosotros podamos hacer nada" (Popper, 1994; pg 14).

Formar los hábitos de los hijos puede a veces simplemente querer decir apagar el televisor, porque tenemos cosas mejores que hacer, o porque la consideración hacia los demás miembros de la familia así lo reclama, o porque la visión indiscriminada de la televisión puede ser perjudicial. Los padres que se sirven habitualmente y por largo tiempo de la televisión como de una especie de niñera electrónica, abdican de su papel de principales educadores de sus propios hijos. (Popper, 1994; pg20).

Una alusión a las dificultades italianas, a una crisis política en que monopolios de televisión y conflictos de intereses de orden televisivo obstaculizan el camino hacia una vida política más serena.

Descubrimos así que en este mismo periodo ha acontecido una corrección general en la orientación de las valoraciones sobre la función social de la televisión en escala global. Hasta entonces, las cosas iban de lo mejor entre Iglesia y televisión. Wojtyła estaba convencido desde hacía mucho tiempo de la "capacidad de los medios informativos para cambiar la psicología de la gente". Escribía aun antes de 1980:

Se habla de "videodependencia", término que ha entrado ya en el uso común, para indicar el influjo cada vez mayor que los instrumentos de la comunicación social, con su carga de sugestión y modernidad, tienen sobre los jóvenes. Es necesario examinar a fondo este fenómeno, verificar las consecuencias reales sobre aquellos receptores en quienes todavía no ha madurado una suficiente conciencia crítica. En efecto, no sólo es cuestión de un condicionamiento del tiempo libre, o sea de una restricción de los espacios que se han de reservar cotidianamente a otras actividades intelectuales y recreativas, sino también de un condicionamiento de la psicología misma, de la cultura, de los comportamientos de la juventud. (Popper, 1994; pg22).

Al enfrentar el problema capital de la transformación psicológica del espectador televisivo, escribe De Kerckhove, Juan Pablo II demuestra haberlo percibido mejor que la mayoría de los educadores. El reconoce que la televisión está plasmando de nuevo nuestra sensibilidad. Es consciente de que ésta tiende a privar a quien la ve de toda actitud crítica racional. Por otra parte, subrayando el poder del asedio televisivo para facilitar la tarea de evangelización, demuestra estar consciente de cómo la televisión puede ser llevada hacia las dimensiones míticas del pensamiento y de la sensibilidad. Mientras que muchos condenarían la televisión como terreno favorable al materialismo y, por medio de la publicidad, precursora de un consumismo irreflexivo, Juan Pablo II ve en ella un potencial de comunicación espiritual. (Popper, 1994; pg23).

Los medios masivos de comunicación no solo no ponen obstáculos, sino que tienden a estimular la parte opuesta, a alimentar "la corrupción moral y decadencia cultural" (Popper, 1994; pg 28).

El resultado es que la televisión occidental cada vez esta más inclinada a lo sensual, a lo sexual y a lo sensacional" (Popper, 1994; pg29).

No quiero decir que los medios de comunicación de masas sean responsables de todo. Mas su presencia en la cultura política comporta un cambio estructura. Hoy el hombre político añade Geremek; puede hablar a millones de personas, mientras en las campañas electorales tradicionales podía hablar sólo a millares de personas. Al mismo tiempo, el hombre político, sujeto a las reglas de la cultura de los medios, olvida toda referencia a la moral política y a la calidad del argumento utilizado. De hecho, he aquí la verdadera enfermedad: el deseo de agradar al oyente, al elector, al pueblo. Es una enfermedad incurable . (Popper, 1994; pg 35).

Desde el papa a Popper, pasando por los "profetas" de la cultura digital, incluido el más radical de ellos, o sea George Gilder, según el cual la televisión es "estructuralmente estúpida", desde el momento en que la audiencia por lo general se basa en el "denominador común" de los telespectadores, el cual está fatalmente a la baja. (Popper, 1994; pg 36).

## **5.1 UNA PATENTE PARA PRODUCIR TELEVISIÓN**

EL articulo de John Condry que se adjunta en esta obra muestra la inmensa influencia de la televisión sobre los niños y la gran cantidad de tiempo que pasan delante de ella, dos cosas que están obviamente ligadas entre si. Llega a la conclusión -afirmándolo por primera vez al final de su ensayo- que no hay que reconvenir a los niños por el tiempo pasado frente a la televisión. y que no es culpa de ellos si a través de la televisión reciben una información distorsionada, Y

explica su razón de manera que nos quita toda esperanza, diciendo que "la televisión no desaparecerá en el futuro", a la vez que "es improbable que cambie hasta el punto de convertirse en un ambiente razonablemente aceptable para la socialización de los niños". (Popper, 1994; pg 41).

Es potencialmente evidente que la televisión, así como es una tremenda fuerza para el mal, podría ser una tremenda fuerza para el bien. Podría, pero es bastante improbable que esto suceda. La razón es que la tarea de volverse una fuerza cultural para el bien es terriblemente difícil. Para decirlo del modo más sencillo, no tenemos gente capaz de realizar, durante más o menos 20 horas al día, temas buenos, programas de valor. Es mucho más fácil encontrar gente que produzca durante esas mismas horas al día material regular y malo, que obtener una buena calidad durante una o dos horas al día. (Popper, 1994; pg 42).

El nivel ha descendido porque las estaciones televisivas, para conservar su audiencia, debían producir cada vez más material de mala calidad, ordinario y sensacionalista. El punto esencial es que el material sensacionalista difícilmente es también bueno.

Creo, sin embargo, que la persona realmente responsable y dotada de intelecto sabe qué entender por "bien" y "mal" en este campo.

No falta, pues, quien sea capaz de distinguir que está bien o qué no lo está desde el punto de vista educativo, por lo cual es posible aplicar este género de competencia para realizar una producción televisiva mejor, aun cuando debemos estar conscientes de que no será fácil y que la tarea de realizar cosas interesantes y buenas es para personas de talento.

Éste es el problema fundamental, pero existe un segundo, no menos importante: la frecuencia de demasiadas estaciones emisoras en competencia.

¿Por qué compiten Obviamente, por ganarse a los telespectadores y no, permítaseme decirlo así, por un fin educativo. No compiten para producir progra-

mas de sólida calidad moral, para producir transmisiones que enseñen a los niños algún género de ética. Este aspecto es importante y delicado, porque la ética se puede enseñar a los niños sólo ofreciéndoles un ambiente atractivo y bueno y dándoles, sobre todo, buenos ejemplos. (Popper, 1994; pg 43)

La televisión, veremos que, en sus primeros años, era bastante buena. No había las cosas malas que llegaron después; ofrecía buenas películas y otras cosas discretas. La razón de esto está, en parte, en el hecho de que en sus inicios no había competencia o ésta era escasa, y la demanda aún no se había extendido. Por eso la producción podía ser más selectiva.

El jefe de dicha televisión, no podrá saber que cosa escogería la gente si recibiese propuestas distintas de las suyas. El hecho es que él cree verdaderamente que la elección sólo es posible en el ámbito de la oferta- así como es, y no ve alternativas. Por las "razones de la democracia", y se consideraba obligado a ir en la dirección que sentía como la única que se hallaba en posibilidad de comprender, en la dirección que creía "la más popular". ahora bien, no hay nada en la democracia que justifique las tesis de ese jefe de la televisión, según el cual el hecho hace crecer transmisiones a niveles cada vez peores desde el punto de vista educativo correspondía a los principios de la democracia "porque la gente lo quiere". De esta manera, nos veríamos obligados a ir todos al diablo.

Las ideas de ese señor no corresponden para nada a la idea de democracia, que ha sido y es la de acrecentar la educación general, ofreciendo a todos oportunidades cada vez mejores. En cambio; los principios que me expuso tienen por consecuencia el ofrecer al público niveles de producción cada vez peores, y que el público los acepta siempre que se le añadan pimienta, condimentos, sabores fuertes, que por lo demás están representados por la violencia, el sexo y el sensacionalismo. El hecho es que cuanto más se emplea este género "picoso", más se educa a la gente a exigirlo. (Popper, 1994; pg45)

En Gran Bretaña, han sido tan numerosas y obvias las evidencias en cuanto la enorme cantidad de violencia y de crímenes presentados en programas de televisión (vistos también por los niños) que ha habido al menos una sensible interrupción del deterioro que hasta entonces había sido constante. (Popper, 1994; pg47)

Los niños vienen a este mundo estructurados para una tarea, la de adaptarse al ambiente. (Popper, 1994; pg 48).

Como generación anterior, tenemos la responsabilidad de crear las mejores condiciones ambientales posibles. Ahora bien, el hecho es que la televisión es parte del ambiente de los niños, parte de la cual nosotros somos obviamente responsables, porque se trata de una parte del ambiente hecha por el hombre (*man-made*). (Popper, 1994; pg49)

Ahora, la violencia en casa es sustituida y ampliada por la que aparece en la pantalla del televisor. A través de este medio, se expone la violencia a los niños durante varias horas cada día. La televisión produce violencia y la lleva a casas donde la violencia se desconocería si no fuera por este medio.

Ilustraré ahora brevemente propuesta, para la cual he adoptado el modelo que nos dan los médicos y la forma de control generalmente instituida por su disciplina. Los médicos son controlados por sus propias organizaciones, según un método sumamente democrático. Los médicos tienen, en efecto, gran poder sobre la vida y la muerte de sus pacientes, que por fuerza debe quedar sometido a un control. Y en todos los países civilizados existe una organización por la cual los médicos se controlan a sí mismos y existe también, naturalmente, una ley del Estado que define las funciones de esta organización. Yo propongo que una organización semejante sea creada por el Estado para quienes intervienen en la producción de televisión. Cualquiera que esté ligado a la producción televisiva debe tener una patente, una licencia, una cédula profesional, que le pueda ser retirada de por vida cuando actúe en contravención de ciertos principios. (Popper, 1994; pg 50).



El organismo que tenga la facultad de retirar la patente será una especie de tribunal. Por esto, en un sistema televisivo que operase según mi propuesta, todos se sentirían bajo la constante supervisión de este organismo y deberían sentirse constantemente en la situación de quien, si comete un error (siempre con base en las reglas fijadas por la organización), puede perder la licencia. Esta supervisión constante es algo mucho más eficaz que la censura, porque la patente, en mi propuesta, debe ser concedida sólo después de un curso de adiestramiento, al término del cual habrá un examen. (Popper, 1994; pg 51)

Uno de los fines principales del curso será enseñar a aquel que aspira a producir televisión, que de hecho, le guste o no, participará en la educación de masas, en un tipo de educación que es terriblemente poderoso e importante. De esto se deberán dar cuenta, quiéranlo o no, todos los que participan en hacer televisión: actúan como educadores, dado que la televisión presenta sus imágenes tanto ante los niños y jóvenes como ante los adultos. Quien realice televisión debe saber tomar parte en la educación de unos y de otros.

Lo que deben aprender es que la educación es necesaria en toda sociedad civilizada, que los ciudadanos de una sociedad civilizada,

Y, ¿En qué consiste fundamentalmente un modo civilizado de comportarse? Consiste en reducir la violencia. Es ésta la función principal de la civilización. (Popper, 1994; pg 52)

En el curso se deberá enseñar cómo los niños reciben las imágenes, cómo absorben lo que la televisión ofrece y cómo tratan de adaptarse al ambiente influido por la televisión. Se deberán enseñar los mecanismos mentales a través de los cuales tanto los niños como los adultos no siempre son capaces de distinguir lo que es ficción de lo que es realidad.

Los procesos mentales que distinguen o sobreponen realidad y ficción deben ser conocidos por los trabajadores de la televisión, porque para muchos de ellos son una novedad. Muchos de ellos ignoran las consecuencias

subconscientes que su trabajo tiene tanto sobre los niños como sobre los adultos. Es evidente que este género de efectos de la televisión depende del nivel de inteligencia de los televidentes y de otros factores: todo esto deberá ser objeto de los cursos: (Popper, 1994; pg53)

Y la concesión de la patente deberá estar supeditada a un examen, en el cual los candidatos demuestren no sólo el haber aprendido la materia, sino también estar conscientes de su responsabilidad educativa en lo que respecta a la audiencia. Y deberán prometer mantenerse fieles a esta responsabilidad, obrando en consecuencia. Quien realice televisión deberá saber bien cuáles son las cosas que se han de evitar y cómo impedir que su actividad tenga consecuencias antieducativas.

La institución de la patente no deberá corresponder sólo a los productores de televisión que tienen la más elevada responsabilidad en las decisiones sobre programas, sino a todos los trabajadores

La propuesta que yo he hecho aquí no sólo es muy urgente, sino que desde el punto de vista de la democracia es también absolutamente necesaria. (Popper, 1994; pg54)

Ha sucedido que la televisión se ha convertido en un poder político colosal, potencialmente, se podría decir, el más importante de todos, como si fuese Dios mismo el que hablara. Y así será si seguimos permitiendo el abuso. Se ha vuelto un poder demasiado grande para la democracia.

Creo que un nuevo Hitler adquiriría, con la televisión, un poder infinito. Una democracia no puede existir si no se somete a control la televisión, o más precisamente, no puede existir por largo tiempo en tanto el poder de la televisión no se haya descubierto plenamente. (Popper, 1994; pg 55)

## 5.2 LA POTENCIA DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN

Es innegable el valor de los *mass media*. Bien utilizados, pueden ofrecer un servicio inestimable a la cultura, a la libertad y a la solidaridad. (Popper, 1994; pg57)

### LA NIÑERA ELECTRÓNICA

La televisión puede enriquecer la vida familiar; puede unir más estrechamente a los miembros de la familia y promover su solidaridad con otras familias y con la comunidad humana en general; puede asimismo acrecentar en ellos no sólo la palabra de Dios, sino reforzar la propia densidad religiosa y nutrir su vida moral y espiritual.

La televisión puede asimismo perjudicar la vida familiar, difundiendo valores y modelos de comportamiento falsos y degradantes, transmitiendo pornografía e imágenes brutales de violencia; inculcando el relativismo moral y el escepticismo religioso; difundiendo información distorsionada o manipulada sobre los hechos y los problemas de actualidad, transmitiendo publicidad utilitaria, sustentada en los más bajos instintos; exaltando falsas visiones de la vida que obstaculizan la proyección del mutuo respeto, de la justicia y de la paz. (Popper, 1994; pg 60)

La televisión también puede acarrear efectos negativos en la familia, aun cuando los programas televisivos no sean de por sí moralmente criticables: puede alentar a los miembros de la familia a aislarse en sus mundos privados, relegándolos de las auténticas relaciones interpersonales, y también dividir la familia, distanciando a los padres de los hijos y a los hijos de los padres.

Dios ha investido a los padres además de ser espectadores capaces de discernir por sí mismos, los padres deberán contribuir activamente a formar en sus hijos hábitos para ver la televisión que conduzcan a un sano desarrollo humano,

moral y religioso. Los padres deberán informar anticipadamente a los propios hijos del contenido de los programas y hacer, en consecuencia, la elección consciente para el bien de la familia en cuanto a ver o no determinado programa. (Popper, 1994; pg 60).

Los padres también deberán discutir sobre la televisión con los propios hijos, estableciendo las condiciones de regular la cantidad y calidad de los programas que ven y de percibir y juzgar los valores éticos que se hallan en la base de determinados programas. puesto que la familia es "el vehículo privilegiado para la transmisión de aquellos valores religiosos y culturales que ayudan a la persona a adquirir la propia identidad".

Formar los hábitos de los hijos puede a veces simplemente querer decir apagar el televisor, porque tenemos cosas mejores que hacer, o porque la consideración hacia los demás miembros de la familia así lo reclama, o porque la visión indiscriminada de la televisión puede ser perjudicial. Los padres que se sirven habitualmente y por largo tiempo de la televisión como de una especie de niñera electrónica abdican de su papel de principales educadores de sus propios hijos. Este depender de la televisión puede privar a los miembros de la familia de la oportunidad de interactuar unos con otros por medio de la conversación, la actividad y la oración en común. Los padres sabios además están conscientes de que los buenos programas también deben estar integrados por otras fuentes de información, entretenimiento, educación y cultura.

Para garantizar que la industria televisiva proteja los derechos de las familias, los padres deberán expresar sus legítimas preocupaciones a los productores y a los responsables de los medios de comunicación social.

(Popper, 1994; pg60)

En su vida profesional y personal, quienes trabajan en el ámbito televisivo deberán poner todo su empeño en respetar la familia en cuanto fundamental comunidad social de vida, amor y solidaridad. Reconociendo la capacidad de persuasión de la estructura en la cual trabajan, deberán convertirse en promotores

de auténticos valores espirituales y morales y evitar "todo aquello que puede lesionar la familia en su existencia, en su estabilidad, en su equilibrio y en su felicidad [...] que se trate de erotismo o violencia, de apología del divorcio o de actitudes antisociales entre los jóvenes". (Popper, 1994; pg 62).

En el cumplimiento de las propias responsabilidades, la industria televisiva deberá desarrollar y observar un código ético que incluya el compromiso de satisfacer las necesidades de las familias y promover los valores que sustentan la vida familiar.

Los canales de la televisión, administrados por la industria televisiva pública o por la privada, son un instrumento público al servicio del bien común; no son solamente un "terreno" privado para intereses comerciales ni un instrumento de poder o de propaganda para determinados grupos sociales, económicos o políticos; existen para servir al bienestar de la totalidad de la sociedad. (Popper, 1994; pg 63)

Los organismos religiosos, por su parte, pueden rendir un excelente servicio a las familias instruyéndolas sobre los medios de comunicación social y ofreciendo sus juicios sobre filmes y programas. (Popper, 1994; pg 64).

La televisión y los otros medios de comunicación social tienen un poder inmenso para sostener y reforzar tal comunión (el matrimonio) en el interior de la familia, así como la solidaridad hacia las otras familias y el espíritu de servicio para con la sociedad. (Popper, 1994; pg 65).

Hasta hace cerca de doscientos años, la mayor parte de los niños veía transcurrir el tiempo en las comunidades y en las aldeas en que había nacido, observando a los adultos en sus actividades de trabajo y de juego. (Popper, 1994; pg68).

En parte, la situación comenzó a cambiar con la revolución industrial.

Las escuelas se inventaron precisamente para integrar las oportunidades de aprendizaje ofrecidas por la observación cotidiana.

Se sabe que en la semana-tipo, los niños estadounidenses pasan cerca de 40 horas frente a la televisión y distrayéndose con videojuegos. Si a este tiempo se añaden las 40 horas de escuela, incluido el tiempo necesario para ir y regresar, así como para hacer la tarea, les quedan sólo 32 horas para departir con sus compañeros y familiares. (Popper, 1994; pg69).

### 5.3 ¿POR QUÉ SE VE LA TELEVISIÓN?

La mayor parte de los niños, aun encontrándola divertida, ve la televisión porque trata de entender el mundo. Muchos adultos consideran que la televisión es poco significativa, y la ven con lo que suele definirse como "suspensión de la incredulidad". Además de divertirse, aceptan el alejamiento de la configuración realista y, de acuerdo con las premisas del programa, comprenden perfectamente por qué un personaje dado vuela por el aire, se vuelve invisible o realiza actos sobrehumanos. Por definición, un espectáculo de *fiction* no tiene por fuerza que ser posible, real o verdadero.

En cambio, los niños, aun apreciando los aspectos de entretenimiento de la televisión tienen más dificultad a causa de su limitada comprensión del mundo para discernir los hechos de la ficción. Son más vulnerables que los adultos. Los influjos primarios que los niños experimentan -la familia, los compañeros, la escuela y la televisión- operan juntos. Los niños no son muy capaces de separar lo que aprenden en estos diversos contextos. Más bien, la utilidad de la información obtenida en uno de ellos depende en parte de lo que aprende en los otros. Sin el apoyo de la familia, gran parte de lo que sucede en la escuela perderla importancia. Si la escuela fuera más eficiente, la televisión no sería tan poderosa. Los compañeros ejercen su influjo y su poder en la medida en que la familia y la escuela no ejercen el suyo. (Popper, 1994; pg 70)

## LA EXPOSICIÓN Y EL CONTENIDO

La influencia de la televisión depende de dos factores: la exposición al contenido. Cuanto mayor es la exposición del espectador al espectáculo televisivo, tanto mayor es en general, la influencia ejercida por el medio.

En los Estados Unidos, la televisión nació en la década de 1950. En el primer año de dicha década, cerca de 10% de las familias estadounidenses tenía un televisor; en 1960, el porcentaje había aumentado a 90% y casi todos los que poseían un aparato, veían regularmente la televisión. (Popper, 1994; pg71).

A, partir de 1950, el tiempo que la Familia media estadounidense destina al aparato televisivo -en la actualidad más de siete horas diarias -ha aumentado constantemente: el estadounidense medio antes de ese año veía la televisión cerca de cuatro horas al día y un poco más poco más durante el fin de semana. En la década de 1980, cuando se volvieron ampliamente disponibles la televisión Por cable y las videograbadoras la cuota de audiencia de las tres principales redes estadounidenses ha comenzado a descender, pasando de cerca de 90% de las Familias estadounidenses a 60% de hoy.

En todo caso, el tiempo destinado a ver la televisión ha permanecido relativamente constante, solo que ahora esta subdividido entre más emisoras. Estos datos estadísticos corresponden tanto a niños como a los adultos. El niño promedio estadounidense ve la televisión entre cuatro y cinco horas al día durante la semana y cerca de siete a nueve horas el fin de semana, para un total aproximado de 40 horas a la semana; en ellas se incluyen los filmes en videocasetes, los videojuegos y la televisión por cable.

Independientemente de lo que se les proyecta, los niños que ven mucho la televisión tienden a leer menos, a jugar menos y a ser obesos. Estos son los "efectos indirectos" de ver continuamente la televisión. (Popper, 1994; pg 72)

Una ocupación pasiva en el aspecto físico, como ver la televisión, a menudo se acompaña con la toma de alimentos, y los estudios muestran un decrecimiento de la tasa metabólica entre los telespectadores, especialmente entre aquellos niños ya obesos. Es posible que los alimentos anunciados en la pantalla chica estimulen al espectador a tomar el alimento y el producto más anunciados.

La televisión es una ladrona de tiempo. Cuando la ven tan ininterrumpidamente durante horas, no hacen muchas cosas, que, a largo plazo, podrían ser bastante más importantes desde el punto de vista de su desarrollo. Pero no sólo esto: el contenido de los programas, de la publicidad de la tela televisión influye profundamente en las actitudes, creencias y acciones de los niños. (Popper, 1994; pg 73).

En general, los niños comienzan a ver los dibujos animados desde alrededor de los dos años de edad. A medida que crecen, entre los seis y los 11, cada vez más conquistan su favor las comedias de enredo, esto es, las escenificaciones cómicas.

Los niños pequeños ven los dibujos animados porque están bien "marcados", o sea, cada acción está subrayada por características capaces de atraer la atención. Esta "marcación" sustituye la atención y la comprensión. Dado que la atención del niño es discontinua, los efectos sonoros de la televisión contribuyen a mantenerlo frente al aparato. (Popper, 1994; pg 73)

No son capaces de sacar deducciones de una acción que no presencien directamente, o sea, de una acción sobreentendida pero no explícitamente mostrada.

Una idea que sin más comprenden es que si uno quiere una cosa y tiene más poder que otro, la consigue.



Por ejemplo, un estudio reciente ha demostrado que en los programas para niños figura un promedio de 25 actos de violencia por hora, contra los cinco por hora en los programas de *prime time* para adultos. Los dibujos animados de "acción-aventura" son "vicisitudes de poder". (Popper, 1994; pg74)

Los niños y niñas que ven mucho la televisión son más agresivos que quienes no la ven con la misma frecuencia.

El contenido de la televisión destinada a los niños presenta personajes masculinos y femeninos en papeles estereotipados; quien ve mucho a televisión muestra en las actitudes propias de sus papeles sexuales, el influjo de lo que ya ha visto en televisión. (Popper, 1994; pg75)

En el curso de los años, las comedias de enredo se han convertido en una de las formas predominantes y más populares de entretenimiento televisivo. No son violentas. La risa grabada indica al niño que sucedió algo importante, y esto a su vez sirve para introducirlo en usos y valores específicos por lo que respecta, en particular, a las costumbres sexuales. (Popper, 1994; pg 76)

Sí, los niños hacen lo que siempre han hecho, con menor ayuda que nunca antes por parte de los adultos; no, la televisión no le informa acerca del mundo, más bien con frecuencia lo desinforma. La televisión no está concebida para dar a los niños información sobre el mundo real. Cuando se le utiliza con esta finalidad hace un pésimo trabajo. La televisión moderna, especialmente como viene siendo utilizada actualmente en los Estados Unidos, tiene un único objetivo: vender mercancías. La televisión es fundamentalmente un instrumento comercial. Sus valores son los valores del mercado; su estructura y su contenido responden a este objetivo.

Para conquistar nuestra atención, la televisión se ve obligada a transformarse de continuo. Se interesa exclusivamente por el presente inmediato; no tiene ningún interés por detenerse en problemas que no admiten una solución a corto plazo. (Popper, 1994; pg 77)

De ahí que sea aceptable decir que la televisión es el espejo de la memoria de los espectadores.

La dramatización. Televisiva no tiene ningún motivo para ocuparse de la realidad. Si lo que atrae la atención requiere distorsionar la realidad, habrá distorsión. La finalidad primaria de la televisión, incluso de la parte que se devine como "instructiva". es conquistar una audiencia. Si bien la televisión instructiva por lo general no se ocupa de vender productos, si compite con la televisión comercial por la atención del público.

La televisión vive en el presente, no tiene respeto al pasado y muestra escaso interés por el futuro. (Popper, 1994; pg 78).

Ni la televisión ni la escuela promueven el interés hacia as materias de estudio más allá de lo que permite el reloj; hecho que trivializa el interés por el sabe. (Popper, 1994; pg 79).

Si los niños de hoy son crueles con sus semejantes, como lo sostienen algunos; si desconocen la solidaridad, si se ríen de los débiles y desprecian a quienes tienen necesidad de ayuda, ¿no serán estas actitudes atribuibles a lo que se ve en 'la pantalla chica? A los pobres y a los menos afortunados rara vez se les presenta en televisión, y cuando esto acontece son por lo general objeto de mofa.

En televisión, la riqueza es la clave para pasársela bien; los más admirados son ricos, viven en mansiones suntuosas y transitan a bordo de limusinas largas como trenes.

Lo que resulta en verdad absurdo es que la televisión jamás muestra que alguien intente trabajar para alcanzar las riquezas que ostenta. No existe ningún vinculo entre el trabajo y la vida. (Popper, 1994; pg 80).

Como lo ha señalado alguna vez Vichotas Johnson, ex jefe de la Federal Communications Commission (FCC) entidad federal de los Estados Unidos para las comunicaciones, la televisión es totalmente instructiva: pero la pregunta es: ¿qué es lo que enseña?

En el marco de la iniciativa, diversos organismos, entre éstos la Partnership for a Drug-Free America, han patrocinado breves anuncios publicitarios televisivos, con duración de 30 segundos, que exhortan a los espectadores, en particular a los jóvenes, a evitar el uso de drogas. Para verificar la afirmación citada, Cynthia Scheibe, Tim Chrisensen y yo llevamos a cabo un estudio sobre mensajes televisivos en pro y en contra de las drogas. (Popper, 1994; pg 81).

Durante las 36 horas de transmisión tomadas como muestra, sobre dos jornadas-tipo, los mensajes relativos al tema de la droga, dieron 149. De éstos, 121 eran pro droga, o sea 81.2%; 22 antidroga, esto es, 14.8, y seis eran ambiguos. En suma, por cada mensaje antidroga había seis favorables. Para ciertos tipos de droga, la relación era todavía más alta; sólo para el alcohol, por ejemplo, hubo 10 mensajes favorables por cada uno en contra.

Por cada mensaje televisivo que dice: "Digan no a las drogas", existen, pues, seis que dicen: "Si no te sientes bien, toma una droga o un fármaco para superar tu estado".; ¿No logras dormir? Toma algo. (Popper, 1994; pg 82)

La mayor parte de los mensajes televisivos configura un mundo en que el uso del alcohol y de las drogas se difunde de manera alarmante. ¿Qué enseña esto a los jóvenes a propósito del uso y del abuso de sustancias? : Acaso no dice en el fondo, que las drogas son legítimas, forman parte de la cultura general, excepto, naturalmente, las pocas que no pertenecen a las admitidas?

Muy semejante situación presenta lo concerniente al sexo en televisión. Muchos preadolescentes y adolescentes ven la televisión y descubren en ella una fuente de información sobre el comportamiento sexual. Tal información -que no es fácilmente accesible de otra manera, visto que muchos padres tienen dificultad

para hablar de sexo con los hijos- es de importancia crucial para muchos. Según los resultados de un sondeo efectuado en 1,969, las principales fuentes de información sobre la sexualidad eran los padres y los compañeros; la televisión no figuraba entre ellas. En una investigación efectuada en 1987, dos terceras partes de los adultos interpelados declararon estar convencidos de que la televisión fomenta la actividad sexual entre los adolescentes, así como que no describe la sexualidad de manera que se pueda considerar realista. (Popper, 1994; pg 83)

La mayor parte de las referencias a la sexualidad eran verbales y no visuales. La relación sexual en general era entre parejas no casadas. Los programas en que el sexo era representado más comúnmente eran las telenovelas de la tarde. En las series, el comportamiento sexual era ampliamente representado en forma humorística, mientras las configuraciones en tono serio estaban circunscritas a los programas de va entrada la noche.

El espectador televisivo adolescente quedaba, pues, expuesto en promedio a cerca de 2,500 referencias al sexo en un año.

¿Cabe sorprenderse de que hoy día los niños tengan problemas de intimidad? El comportamiento sexual no se puede aprender de la televisión, y esto por dos motivos: primero, las representaciones son generalmente falsas y distorsionadas; segundo, nada se dice sobre lo que podremos preferir en la Gama de posibilidades existente. (Popper, 1994; pg 84).

#### **5.4 LA ESTRUCTURA DE LOS VALORES TELEVISIVOS**

El "trabajo intenso" constituye un valor instrumental y la "seguridad económica", un valor terminal. Cuando aplicarnos esta escala, los más importantes valores instrumentales citados son: ser honrado, ayudar a los demás, ser responsable y tener criterio amplio. Entre los valores terminales típicos están: la igualdad, la paz y un mundo de belleza.

Los valores instrumentales citados más frecuentemente en los anuncios publicitarios fueron: "ser capaces", "ayudar a los demás", "ser astutos"; los menos, "ser valerosos" -y "saber perdonar". Entre los valores referentes al aspecto exterior de la persona, los más citados han sido "ser bellos" y "ser juveniles". "Ser sexy" es un valor citado relativamente raras veces, en 6%, de todos los anuncios analizados. (Popper, 1994; pg 85)

Por contraste con estos valores instrumentales, un solo valor terminal domina todos los demás: "la felicidad". El valor "felicidad" es subrayado en casi de todos los anuncios publicitarios, y se le menciona más del doble de veces que ningún otro. El segundo de los valores terminales mas mencionados fue el "reconocimiento por parte de la sociedad". Los valores terminales egoístas u orientados a uno mismo (por ejemplo, la felicidad personal, una vida intensa o el reconocimiento social) se registran con mayor frecuencia que otros valores más altruistas, como "la igualdad" o "la amistad".

Los anuncios concebidos expresamente para los niños hacían menos referencia, en relación con el resto de la muestra, en cuanto a casi todos los llamados valores altruistas, mientras tendían a subrayar elementos como jugar mucho, divertirse y ser felices. Rara vez, en cambio, los anuncios publicitarios insertados en los programas destinados a la infancia subrayaban la importancia de ayudar a los demás o de ser obedientes; asimismo figuraba raramente el valor de la salud física. Los valores destacados por la publicidad que exaltan el egoísmo y el sólo pensar en si mismo por encima de los valores altruistas deben inducir a la reflexión. (Popper, 1994; pg86)

¿De dónde proceden nuestras ideas sobre la criminalidad y su represión, si los hechos son tan distintos de la opinión difundida entre la gente? La respuesta acaso sea que esta última opinión es precisamente la situación que describen los espectáculos televisivos, en general como recurso dramático. En la televisión los criminales en general son atrapados por la policía mas a menudo se sustraen al castigo gracias a la indulgencia y a la tolerancia de los jueces. En televisión, la

policía no comete errores o los comete rara vez, y sabe quién es el culpable desde antes de capturarlo. (Popper, 1994; pg 87).

La estructura de los valores morales de la televisión está estrechamente entrelazada con el modo de representar los personajes.

Comprobamos que la moral de una acción específica depende de quien la realiza. Lo correcto incorrecto del comportamiento moral, como es presentado por la televisión, depende de que la acción sea realizada por un personaje simpático y admirado o bien por uno antipático y que inspira desconfianza. Muchos comportamientos que normalmente serían juzgados "inmorales" -la extorsión, el homicidio, etc-, son aceptables si los adopta alguien que goza del favor del público. (Popper, 1994; pg88).

El hecho de que algo sea justo o injusto depende -por lo menos en televisión- del. De quién lo hace, no del hecho en sí. Los valores de la televisión se relacionan con los personajes, Hay buenos y malos: los buenos no pueden hacer nada malo, los malos no pueden hacer nada bueno. Ésta es la concepción moral de un niño de cinco años.

La televisión no puede ser una fuente útil de información para los niños, y que más bien puede ser una fuente de información peligrosa. Presenta ideas falsas e irreales; no posee un sistema de valores coherente, de no ser el consumismo; aporta escasa información útil al yo del espectador. Todo esto hace de la televisión un instrumento de socialización pésimo.

Pero los que comparten esta opinión deberían hablar con sus hijos sobre los espectáculos televisivos que ven, comentando aquellas partes que encuentran particularmente falsas e ilusorias. Esto puede, sin duda, ser útil.

Si aceptamos que los niños ven un poco de televisión, debemos hacer lo que podamos por mejorar los espectáculos televisivos dirigidos a ellos. Es esencial que sean adecuadamente respaldados.

Con buenos programas instructivos, muchos más de los que existen actualmente. Es necesario que se produzca un mayor número de programas útiles para los niños. No existe razón por la que no puedan ser divertidos. (Popper, 1994; pg 90)

Antes que ignorar la televisión, la escuela debería alentar a los niños a discutir los programas y las ideas -buenas y malas- que comunica. La escuela debería elaborar programas pedagógicos que enseñaran a los niños a ser telespectadores críticos, y ello a una edad bastante precoz,. Dejemos que los niños utilicen equipos de vídeo y que lean ellos mismos quienes realicen pequeños espectáculos y anuncios publicitarios: que entiendan , por si solos cuán fácil es para una cámara de televisión distorsionar la realidad.

(Popper, 1994; pg91).

#### KARL POPPER LLEGA A CIERTAS CONCLUSIONES

Mas la televisión no es sólo ladrona: es también mentirosa. Viendo la televisión, los niños perciben en ella una fuente considerable de información sobre el mundo. Esta no es verdadera, pero ellos no tienen modo de comprenderlo. A cambio de La pequeña dosis de verdad que la televisión comunica, transmite mucho de falso y distorsionado, tanto en materia de valores o de hechos reales

Los niños reaccionan a lo que ven comportandose de manera más violenta, mostrándose insensibles a la violencia, adquiriendo creencias y valores que les señala que el mundo es un lugar "malvado y peligroso" en el que se deberán esperar actos violentos, dignos de ser admirados. (Popper, 1994; pg92)

El tiempo que el niño dedica a ver la televisión se lo resta al destinado a la lectura; la capacidad de leer es escasamente desarrollada, y el valor de la lectura desatendido. Los niños son abandonados a una criada infiel que los expone a "narraciones incoherentes relatadas por personas incoherentes".

En muchos aspectos, la televisión refleja los problemas de la escuela. La curiosidad disminuye y no se requiere participar: por lo menos en este punto concuerdan escuela y productores televisivos. (Popper, 1994; pg93)

En los Estados Unidos la televisión es una institución que sirve a los intereses de las empresas las que la patrocinan sin velar por los intereses del público.

Podemos modificar los contenidos, mejorar la calidad de los programas a disposición de los niños, pero la exigencia más importante es inducir a los niños a utilizar la televisión como fuente de información sobre el mundo.

Los niños necesitan más experiencia y menos televisión.

La televisión no puede enseñar a los niños lo que deben saber a medida que crecen y se vuelven adolescentes y luego adultos. La televisión es un medio publicitario; en cuanto tal, tiene un lugar que le corresponde legítimamente. Puede divertir; el entretenimiento no encierra nada intrínsecamente malo. La televisión puede ser informativa, y esto es bueno. Sin embargo como instrumento de socialización, es pobre; es necesario entender este hecho y comenzar a actuar. (Popper, 1994; pg 95)

## **5.5 LA VIOLENCIA EN TELEVISIÓN**

CHART -S S. CLARK

Gracias a la televisión, un niño estadounidense presencia un promedio de 8000 homicidios y 100000 actos de violencia antes de haber terminado la escuela primaria.

Sin embargo no hace mucho tiempo las principales redes de los Estados Unidos firmaron la primera declaración conjunta de su historia, en que proponían medidas destinadas a reducir la violencia. Y también las industrias de la televisión por cable, las de video casetes y del cine están dando señales de querer -



colaborar. Algunos miembros del congreso han valorado positivamente la iniciativa, augurándose que sea necesario recurrir a una reglamentación federal. contra la violencia en televisión y los expertos en televisión acusan a la industria de no tener ninguna intención de enfrentarse al problema de manera concreta.

Según las estimaciones de la American Psychological Association (APA) (Popper, 1994; pg 96)

Los programas de 1992 establecieron un récord absoluto de escenas brutales en las transmisiones para niños: 32 actos de violencia cada hora, más de cinco veces, según los investigadores de la Universidad de Pennsylvania, en contraposición con los seis hechos de violencia presentados en el horario de máxima audiencia de la noche. Con base en estos datos reunidos por la American Academy of Pediatrics, en el curso de la década de 1980 se triplicó la cantidad de hechos sangrientos, estupro, incidentes callejeros y víctimas que pedían auxilio a gritos, presentada cada noche por la pantalla chica. ( Popper, 1994; pg98)

Otro elemento nuevo son los filmes para la televisión "inspirados en hechos realmente acontecidos" y los rotograbados televisivos y las transmisiones basadas en noticias de la crónica policíaca, en muchos de los cuales se transmiten las reconstrucciones de verdaderos delitos, y directamente las grabaciones de los delitos captadas en la cinta por teleoperadores aficionados. Otras imágenes de violencia llegan, además, con los anuncios de promoción de filmes distribuidos en las salas, muchos de los cuales son desaconsejables para menores. (Popper, 1994; pg100)

Una investigación nacional entre los maestros de escuela primaria reveló que el popular *Tortugas ninja mutantes* provoca confusión entre fantasía y realidad. "Muchos niños creen en serio que está bien ser violentos con los compañeros, visto que [las tortugas] lo hacen", señala una maestra. Los niños que viven en las zonas marginadas del centro metropolitano son los más influenciados por la cultura de la violencia televisiva, afirma Leonard Eron, profesor de psicología en la universidad de Michigan, dedicado desde hace tiempo a investigaciones sobre el tema. "Un niño que ha seguido las transmisiones de contenido

agresivo adquiere la impresión de que el mundo es una jungla erizada de peligros y que el único modo de sobrevivir es estar siempre en posición de ataque."

Pero el impacto potencial sobre los jóvenes telespectadores, según Ronald G. Slaby, psicólogo del desarrollo en Harvard, va más allá del llamado "efectoagresor" ( el aumento de la probabilidad de tener un comportamiento violento) Los más jóvenes experimentan también un "efectovíctima" (aumento al temor de ser víctima de la violencia) y un "efectoespectador" (el aumento de la indiferencia hacia la violencia sufrida por otros). (Popper, 1994; Pg100).

Los dirigentes televisivos de mayor experiencia sostienen, además, que el contenido de los programas está y permanecerá siempre bajo el control de los telespectadores. "La televisión y el cine están condicionados por el mercado", afirma Del Reisman, presidente de la sección occidental de la Writers Guild of America (Asociación Nacional de Escritores). "Si la gente no fuera a verlos, los filmes no se harían." (Popper, 1994; pg104).

Finalmente, los defensores de los programas actuales señalan que la violencia desempeña desde hace siglos un papel central en el drama humano.

Hay sangre en las fábulas, violencia en la mitología y delitos en Shakespeare -replica Gerbner-. Este es un mundo violento. Pero la violencia histonzada, imitada, elaborada caso por caso, utilizada selectivamente y a menudo trágicamente simbólica, ha sido avasallada por una especie de "violencia alegre", producida al por mayor por la cadena de montaje de la industria del espectáculo e inmersa en el núcleo central de nuestra cultura. La violencia alegre no provoca dolor y no tiene consecuencias trágicas. Es la solución fácil y rápida de muchos problemas, a la cual recurren tanto los buenos como los malos y que conduce siempre a un final feliz.

Hacia la mitad de la década de 1940, Juan Valdez, muchacho de 13 años, de Manteca, California, confesó haber matado al padre de un amigo. Se le preguntó cómo después de haber pateado, apuñalado, golpeado y estrangulado al

hombre con una cadena para perros, le había regado sal en las heridas. "Oh, no lo sé -respondió-, lo he visto en la televisión."(Popper, 1994; pg105).

Los investigadores estudiaron el aumento en la tasa de homicidios después de la transmisión de encuentros de boxeo y el aumento de suicidios después de la programación de escenas televisivas sobre suicidio. Se examinaron los cambios verificados en el interior de comunidades en que se había introducido de golpe la televisión. (Popper, 1994; pg 106).

El Psiquiatra Brandon S. Centerwall, de la Universidad de Washington, en un artículo publicado en junio de 1997 en el *Journal of the American Medical Association*, refiere que la llegada de la televisión a Sudáfrica coincidió con un incremento de la tasa de homicidios. Durante el "periodo crítico" de la preadolescencia, explica el estudioso, la exposición a la violencia televisiva tiene un impacto particularmente profundo. "Si bien los niños tienen un deseo instintivo de imitar los comportamientos observados, no poseen un instinto para valorar a priori si un determinado comportamiento se deba imitar o no. Imitan cualquier cosa.". Leonard Eron, de la universidad de Michigan, que preside la comisión del sobre jóvenes y violencia, ha pasado 36 años estudiando la violencia en televisión. (Popper, 1994; pg107)

"Lo que se aprende en la pantalla chica parece transmitirse a la generación siguiente", afirma Eron, (Popper, 1994; pg 108).

Robin Crews, docente de la Universidad de Colorado, que dirige un grupo de académicos políticamente comprometidos denominado Peace Studies Association, declara:

"No conozco a nadie que trabaje en el sector de los estudios sobre la paz que no considere que la publicidad, la televisión y los filmes tienen una profunda influencia sobre la violencia contra las mujeres y la violencia de pandillas. El peso de la prueba no debería recaer sobre los que buscan mostrar la existencia de un vínculo, sino sobre quien sigue promoviendo la violencia, utilizándola como forma de espectáculo. (Popper, 1994; pg109).

Por su parte, los dirigentes televisivos continúan expresando dudas respecto a la validez de las investigaciones sobre la violencia. "El problema es muy complejo -dice el expresidente de la 20th Century Fox Film Corporation, Barry Diller- dijo, es posible enfrentarlo de manera superficial. No creo que sepamos todavía lo suficiente."

Las redes citan un estudio de 1982 patrocinado por la NBC que no encontró ninguna correlación entre violencia televisiva y violencia real (aunque algunos científicos afirman que los datos fueron mal interpretados). Las tres grandes redes estadounidenses señalan el trabajo del psicólogo Jonathan L. Freedman, de la Universidad de Toronto, quien sostiene que la inmensa cantidad de investigaciones sobre la violencia no ha producido resultados convincentes. (Popper, 1994; pg109).

En 1990, una encuesta Gallup reveló que sólo 1% de los entrevistados estaban convencidos de que la televisión fuese la principal responsable de la criminalidad, mientras 60% atribuía la culpa a la droga y 6% a la degradación de los valores familiares. Los psicólogos Jerome y Dorothy Singer de la universidad de Yale, que se ocupan desde hace tiempo de las transmisiones para niños, han observado que son las mismas redes las que contradicen la tesis de que la televisión no influye en los comportamientos. Un dirigente televisivo, señalan, una vez habló ante la Federal Communications Commission (Fcc) para elogiar a un niño que, habiendo presenciado en televisión la demostración de la maniobra Heimlich<sup>10</sup>, la había puesto en práctica para salvar a una persona.

"Si la televisión no tiene algún efecto sobre los espectadores -cuestionó el diputado demócrata del estado de Nueva York, Charles E. Schumer, en las audiencias que presidió en diciembre de 1992-, ¿cómo se explican los miles de millones de dólares gastados cada año en publicidad televisiva?". (Popper, 1994; pg 111).

## **CAPITULO VI LA INDUSTRIA CULTURAL. PERSPECTIVA SOCIOLÓGICO Y FILOSÓFICA ALEMANA.**

Comprar y vender, se ha convertido en una ley, vemos publicidad aquí, allá, pero en televisión se invierten millones de pesos en publicidad.. y porque?, pues simple, porque la televisión atrae gente con sus programas sensacionalistas , con contenidos banales, morbosos que influyen en el deterioro del raciocinio humano, pero incrementan las ventas, tanto de espacios como de productos patrocinadores; todo es comercialización e industria, que es precisamente de lo que trata este capitulo, de lo que La Escuela de Frankfurt acertadamente aporta teóricamente al mundo de la comercialización mediática. La industria cultural es un concepto perfectamente empleado para nuestra situación con respecto a la televisión abierta en México; que además pretende crear y moldear conciencias y personalidades. Para demostrar la teoría en este mismo capitulo hacemos aplicación de caso: Big Brother, Chabelo y algunos datos sobre horas de televisión dedicados al ocio y no a la información o educación social, también cabe el entretenimiento sano.

### **6.I- LA ESCUELA DE FRANKFURT.**

La teoría crítica ocupa un lugar destacado entre los diversos intentos emprendidos por el marxismo, en el periodo entre guerras, para desarrollar un marxismo teóricamente productivo, ajeno tanto al reduccionismo economisista- que sostenía que todos los hechos políticos y culturales debían explicarse como meros reflejos de la economía-<sup>10</sup> como al dogmatismo que intentaba responder a las enormes transformaciones del Siglo XX repitiendo monotona y dogmáticamente frases aisladas de Marx o Engels, incluyendo, de manera creativa en “corpus” marxistas las denostadas disciplinas burguesas( la sociología, la psicología freudiana, etc.)

---

<sup>10</sup> (intervención de urgencia en caso de ahogo por Ingestión)

<sup>11</sup> Nota del autor. Resulta interesante analizar los Gruñidse, compendio de escrito del mismo Karl Marx encontrados en la década de los treinta, en los cuales revisaba críticamente sus principales tesis, incluyendo la primacía de lo económico sobre lo político.

La economía política marxista había demostrado que, racionalmente, las estructuras económicas impulsaban la crisis del capitalismo y su transformación revolucionaria. Si la razón tomaba esta dirección, era necesario investigar y explicar las fuerzas irracionales que frenaban y postergaban la crisis capitalista y la revolución proletariada. Horkheimer lo formulaba en su pregunta ¿" qué mecanismos mentales y sociales generan esto"? . Con base a las investigaciones de Sigmund Freud sobre la dinámica de la psique humana y sus componentes irracionales fueron un atisbo de la respuesta, sin embargo era necesario precisar mediante que tros mecanismos este nivel individual se transformaba en uno más amplio, propiamente social, capaz de comprender el conformismo de la sociedad. El peso de la cultura y la ideología fueron otros de los terrenos en que se desarrolló el materialismo interdisciplinar de la Escuela.

La escuela adopta la forma de crítica, pero su meta última es revelar con mayor precisión la naturaleza de la sociedad. La crítica a la que hace mención su nombre presenta varias vertientes: la primera consiste en la crítica de la sociedad occidental capitalista y consumista contemporánea, y la segunda, en la de las ciencias sociales, especialmente de la sociología norteamericana imperante de tipo empirista y positivista. Y en todos estos ámbitos vive y se desarrolla la Televisión. (Lafforgue.Sanyú,2000,pg 73-77)

El clima de Frankfurt de los años 20 era particularmente propicio: había una riquísima vida intelectual estructurada alrededor de una universidad recién fundada (en la que funcionaría el Instituto de Investigación Social), medios de comunicación abiertos al debate y la experimentación, y el prestigioso y activo Centro Libre de Instrucción Judío y la presencia de una burguesía acaudalada y de mentalidad abierta dispuesta a sostener económicamente dichas instituciones.

El punto de partida de la escuela de Frankfurt para una fundamentación crítica de sociedad fue efectuar una investigación científica, empírica, pero enmarcada en un proyecto filosófico e interdisciplinario, que le permitiera formular una gran crítica global de la sociedad contemporánea. (Lafforgue.Sanyú, 2002, pgs 68-72)

## 6.2-LA INDUSTRIA CULTURAL.

La economía política marxista había demostrado que, racionalmente, las estructuras económicas impulsaban la crisis del capitalismo y su transformación revolucionaria. Si la razón tomaba esta dirección, era necesario investigar y explicar las fuerzas irracionales que frenaban y postergaban la crisis capitalista y la revolución proletariada. Horkheimer lo formulaba en su pregunta ¿" qué mecanismos mentales y sociales generan esto"? . Con base a las investigaciones de Sigmund Freud sobre la dinámica de la psique humana y sus componentes irracionales fueron un atisbo de la respuesta, sin embargo era necesario precisar mediante que otros mecanismos este nivel individual se transformaba en uno más amplio, propiamente social, capaz de comprender el conformismo de la sociedad.

Ciertas estructuras, ideologías están tan marcadas y son tan cotidianas y comunes que no las vemos, las pasamos de largo, por eso mismo Freud demuestra los conformismos, y así como el lo hace, la televisión muestra lo que quiere, lo que le conviene a la sociedad imperante en ella, a los dueños de los medios de comunicación.

La televisión forma parte de la Industria Cultural, un intermedio perfecto para crear y moldear conciencias y personalidades por eso a la maquinaria industrial que media entre la producción y el consumo cultural le aplicaron el concepto de Industria Cultural (las discografías, las editoriales, las productoras cinematográficas y posteriormente la televisión). En ella y en otros sectores de la economía industrial encontraron el dominio de monopolios interesados en la difusión de valores burgueses, cuya supremacía trataba de mantener frente a cualquier construcción alternativa.

En palabras de Adorno, una de las claves de la sociedad contemporánea es que frente a la debilidad de la familia tradicional como lugar de socialización del niño crece el papel de la industria cultural, cuya función es mantener el control social y político cultivando el conformismo y la fuga de la realidad de las clases trabajadoras, alejándola a esta de cualquier alternativa revolucionaria. El sujeto que tomaba esta industria es pasivo, fácil de manipular y controlar, nos dice Adorno y hacen presa de nuestro subconsciente ya que producen conciencia,

negándole al hombre la capacidad de un conocimiento real de su condición de existencia por el goce banal que le oferta esta industria cultural. Para la escuela de Frankfurt, el capitalismo nos ha introducido en un mundo de falsas necesidades estrechamente conectadas con la industria cultural. La libertad se restringe a elegir entre diferentes marcas de lo mismo o entre partidos políticos casi idénticos; pero no hay espacio para la denuncia sistemática de una sociedad injusta o las teorías o formas políticas realmente alternativas. (Lafforgue.Sanyú,2000,pg 73-77). Hemos crecido con las creencias falsas, ahora un producto tiene que ser necesario, pero que pasa cuando todo lo innecesario se vuelve necesario?, nos convertimos en consumistas, parte de un capitalismo flotante que se esta distorsionando cada vez más. En cuanto a la libertad, nosotros vivimos en una sociedad donde tu eliges que marca de ropa compras, que maquillaje utilizas o que chocolate prefieres, existen diversas opciones, incluso marcas extranjeras al alcance de cualquier persona, pero estamos hablando de la televisión y en la Industria cultural, la programaciones mexicana no se vuelve opcional, sino que ves lo que puedes ver “lo que hay”...

Los miembros de la escuela de Frankfurt han tratado de desarrollar una "teoría crítica" de la sociedad y una ciencia social frente a la filosofía idealista alemana. (Lafforgue.Sanyú,2000,pg 73-77)que nos servirá en mucho para comparar la vida misma con la televisión.

En un ensayo de los albores de la era televisiva, Theodor Adorno y Max Horkheimer, cabezas sociológicas de la Escuela de Frankfurt relataban: “La televisión tiende a convertirse en una síntesis de la radio y el cine y sólo le impide alcanzar esa meta el hecho de que las consecuencias de esa tendencia serán descomunales...” (Franco, 2003 [www.magma-net.com](http://www.magma-net.com)). Estos autores tendrían razón en calificar con la palabra “descomunal” porque así nos referimos al impacto que tiene la televisión si nos referimos a la cantidad de público. La televisión ha alcanzado un gran número de auditorio a comparación de los demás medios, aunque la radio sigue llegando más lejos cada día son mas las personas y comunidades que tienen este servicio y por supuesto solo televisión abierta.



La escuela adopta la forma de crítica, pero su meta última es revelar con mayor precisión la naturaleza de la sociedad. La crítica a la que hace mención su nombre presenta varias vertientes: la primera consiste en la crítica de la sociedad occidental capitalista y consumista contemporánea, y la segunda, en la de las ciencias sociales, especialmente de la sociología norteamericana imperante de tipo empirista y positivista. Y en todos estos ámbitos vive y se desarrolla la Televisión. (Lafforgue.Sanyú,2000,pg 73-77). Porque la televisión se ha convertido en proyección de la sociedad, ha adquirido ese papel frente a la población (podríamos hablar de la sociedad del ocio), pero realmente estamos frente a un producto mercadológico, un impulsor del consumismo y de la utopía de la vida, porque nos muestra el lado que le conviene, historias increíbles, donde la fea se vuelve bonita, el pobre, millonario en cuestión de semanas, etc.

La industria de la cultura que produce lo que convencionalmente se ha denominado una "cultura de masas", se define como "una cultura manipulada... falsa, no espontánea y reedificada, opuesta a la verdad ". "En relación con esta industria, lo que más preocupa a los pensadores críticos son dos cuestiones. Primero, les preocupa su falsedad. Piensan que se trata de un conjunto preempaquetado de ideas producidas en masa y divulgadas a las masas por los medios de comunicación. Segundo, a los teóricos críticos les inquieta su efecto apaciguador, represor y entontecedor en la gente". (Lafforgue.Sanyú, 2000, pg 73-77). Esto es muy importante, porque es un postulado muy rico que contribuye eficazmente al presente trabajo, porque ayudara a analizar, investigar si realmente se muestra la realidad en la televisión abierta mexicana o si es algo previsto, planeado y falso, arreglado a favor de los dueños de los medios, de los gobernantes y si nos entontece y apacigua para obtener ganancias con nuestro consumismo desenfrenado.

Esta nueva Teoría crítica creada y desarrollada por la escuela de Frankfurt, le da una visión singular a la Televisión como creador y portador de cultura. (Lafforgue.Sanyú, 2000, pg 73-77). La cultura es de gran trascendencia en nuestra vida, nacemos en ella, crecemos conociéndola, aportamos a ella nuestro

desarrollo y creemos en ella, entonces esa es su importancia en este análisis televisivo.

La industria de la cultura que produce lo que convencionalmente se ha denominado una "cultura de masas", se define como "una cultura manipulada... falsa, no espontánea y reedificada, opuesta a la verdad ". "En relación con esta industria, lo que más preocupa a los pensadores críticos son dos cuestiones. Primero, les preocupa su falsedad. Piensan que se trata de un conjunto preempaquetado de ideas producidas en masa y divulgadas a las masas por los medios de comunicación. Segundo, a los teóricos críticos les inquieta su efecto apaciguador, represor y entontecedor en la gente".

Esta nueva Teoría crítica creada y desarrollada por la escuela de Frankfurt, le da una visión singular a la Televisión como creador y portador de cultura. (Lafforgue.Sanyú,2000,pg 73-77), pero entonces nos enfrentamos a una cultura preparada para gente que tiene que obedecer ante un montón de descerebrados que pretenden manipular y lo logran a través de una programación sin sentido ni calidad.

El consumidor no es rey, como quería la industria cultural; no es sujeto sino el objeto. (Industria cultural; PG: 09). Somos blanco de las peores atrocidades que dos televisoras sin límites realizan en México, blanco de los mensajes de compra, de publicidad y mas publicidad, nos hacen creer que debemos consumir, para eso vinimos al mundo...“Las masas no son la medida, sino la ideología de la industria cultural.” Se basa en el principio de su comercialización y no en su propio contenido y su construcción exacta. (Industria cultural; PG: 10). Por eso se llama industria, porque se crea para vender y lo peor es que juegan con nuestras conciencias y necesidades...

Los productos del espíritu en el estilo de la industria cultural ya no son también mercancías, sino que lo son integralmente.

La industria cultural se mueve en *public relation*, ósea la fabricación de una *good will* a bajo nivel, sin consideración para con los productores o los objetos de

venta particular. Se busca al cliente para venderle un consentimiento total y sin reserva, se hace la reclama para el mundo tal cual es, del mismo modo en que cada producto de la industria cultural es su propia publicidad. (Industria cultural; Pg: 11). La industria cultural tiene su soporte ideológico en el hecho de que se cuida minuciosamente de imprimir en sus productos todas las consecuencias de sus técnicas. (Industria cultural; PG: 03). Y su técnica es llegarnos desde nuestras necesidades primarias, proyectarse en una publicidad desmedida, lo peor con nuestra conciencia puesta en ello, a sabiendas que todo se realiza por querer que compremos, lo admitimos y realizamos la acción. Los hombres, no solo se dejan engañar, con tal de que eso les produzca una satisfacción por fugaz que sea, sino que incluso desean esta postura aún siendo conscientes de ella; se esfuerzan por cerrar y aprueban, en una especie de desprecio por si mismos que soportan, sabiendo por qué se provoca.

Lo que la industria cultural elucubra no son ni reglas para una vida feliz, ni un nuevo poema moral, sino exhortaciones a la conformidad a lo que tiene detrás de él los más grandes intereses. (Industria cultural; PG: 18). Nos exhortan a vivir por ejemplo de la vida de los demás, a ser felices viendo que Niurka ya tiene nuevo novio, a sentirnos satisfechos porque La Banda El Recodo ya gana un nuevo disco de oro, son tonterías, pero vivimos con ellas y nos dan "felicidad" y pasividad, porque preferimos entretenernos en otras cosas, en tonterías, en comichadas, en lugar de pensar en la familia o en los problemas que tenemos como país.

El efecto del conjunto de la industria cultural es el de una anti-desmitificación, el de una anti-Aufklärung, o sea la dominación técnica progresiva se transforma en un engaño de masas, es decir en un medio de oprimir la conciencia. Impide la formación de individuos autónomos, independientes capaces de juzgar y decidir concientemente. (Industria cultural; PG: 20). Esta de moda ser creativos y es una virtud que nos caracteriza y hace originales, pero como vamos a desarrollarnos si la televisión nos da todo procesado, realidades elegidas, productos mentirosos, pero que llaman la atención, y lo que en general

nos da la televisión abierta no son elecciones, sino lo mismo pero con diferente nombre; ¿Cuál capacidad de elegir o de crear?, si ya tenemos mucho que mirar...

## **CAPITULO VII NOAM CHOMSKY. ILUSIONES NECESARIAS.**

En este capítulo, el autor Noam Chomski, expone su teoría de la propaganda, donde destaca una serie de filtros por los que temáticamente la televisión va pasando y con ello perjudicándonos como sus receptores, en cada filtro destacamos un ejemplo, un caso concreto de programación televisiva, donde podremos ver los errores mas grandes de la televisión mexicana, analizada desde esta teoría que nos afirma que la propaganda es una función en sobremanera destacada de los medios y aplicada a la televisión aun mas sobresaliente, con cada uno de sus filtros. Además veremos como nacen las dos grandes corporaciones "Televisa y Tv Azteca" quienes al principio parecían verdaderos rivales, ahora parecen hermanos gemelos, con los mismos defectos...

### **7.1 OBJETIVOS DE LA PROPAGANDA SEGÚN CHOMSKY:**

a) La clase política que abarca aproximadamente el 20% de la población instituida, es la que se expresa en la toma de decisiones y la que debe cumplir un papel en esta. Esta esencia funciona como un grupo de gerentes, de la sociedad así que tienen que ser cuidadosamente adoctrinados. Su acatamiento es importante (Cogswell- Gordon; 1997:80).

b) El 80% restante está supuestamente para cumplir ordenes sin pensar. Y son los que por lo común pagan (Cogswell- Gordon; 1997:80).

Estados unidos perpetra a menudo actos de violencia en el tercer mundo para "restaurar la democracia", lo que de hecho significa apoyar a cualquier régimen, no importa cual brutal, que beneficie al máximo de los inversores norteamericanos.

Dentro de estados unidos hay toda una tradición de derechos humanos que impide el libre ejercicio de la fuerza por parte del gobierno, por lo cual se emplean técnicas mas sutiles: la fabricación del consenso, la manipulación de la opinión publica mediante las "ilusiones necesarias", encubren actividades que el congreso

y los medios de comunicación ignoran hasta que cobra una difusión pública tal que no pueden esconderse más. Entonces se las trata como episodios escandalosos aislados. Se dedica gran parte de la atención a dramas relacionados con la caída de algún personaje elegido, a quien tal vez se le perdona después de onerosos procedimientos oficiales, o se le manda a prisión por un tiempo, mientras tanto pueda retirarse cómodamente y vivir de su jubilación o del soborno. O tal vez como en los casos de Oliver North y G. Gordon Liddy, exploten la notoriedad alcanzada para iniciar una nueva carrera como políticos o figuras de los medios. (Cogswell- Gordon; 1997:81)

Así surge un “escándalo” tras otro que luego abandonan la escena hasta el próximo episodio. A cada uno de estos se les considera una aberración, una “aventura equivocada” que se aparta de la norma de integridad y respeto de los principios constitucionales propios de la mayoría de los funcionarios. Sin embargo, muchos sospechamos que estos escándalos no son más que negocios, y que ellos revelan las verdaderas actividades del gobierno, que de tanto en tanto salen a la superficie a través de la capa de “ilusiones necesarias”

La población, aletargada por tanta información sin sentido, finalmente se cansa. Tal vez sienta que es todo falso pero se siente impotente para hacer algo al respecto. (Cogswell- Gordon; 1997:82)

## **7.2 LA AMENAZA A LA DEMOCRACIA**

En 1975 la Comisión Trilateral norteamericana publicó un estudio titulado “La crisis de la democracia”, acerca de “la gobernabilidad” del sistema. En él se interpretaba que la participación de la población en el proceso decisorio era una amenaza. Los medios, -decía-, son “una gran fuente de poder”, que ha contribuido a que haya un “exceso de democracia” y una consecuente “merma de la autoridad del gobierno”. Si los periodistas no se fijan normas de profesionalismo, continuaba el estudio, “la alternativa bien podría ser que fuese regulada por el estado”. (Cogswell- Gordon; 1997:82)

Los medios son un “sistema de mercado guiado”... por las ganancias y el estado, lo cual a menudo es la misma cosa. Y cuando la información es guiada para adecuarse a cierto plan de acción, se vuelve propaganda.

Aunque la propaganda no es la única función de los medios, si constituye una de las principales. Y, para reiterar lo obvio, en ellos no aparecerá nada que contradiga las finalidades perseguidas por sus dueños. Dicho de otro modo: **la propiedad determina el contenido.** (Cogswell- Gordon; 1997:83)

La cuestión es: ¿Hasta que punto los dueños de los medios “guían” su contenido sin caer en formulas torpemente autoritarias? Si pusieran carteles que dijeran: “quien transmita noticias criticas de nuestra Magnifica Corporación o demasiado favorables a la clase obrera será encarcelado, despedido o fusilado” algunos de nosotros podríamos perder la cabeza y rebelarnos con fuerza, aun en una sociedad tan pasiva como ha llegado a ser la nuestra. (Cogswell- Gordon; 1997:83).

### **7.3 EL MODELO DE LA PROPAGANDA. Y LA APLICACIÓN DE LOS 5 FILTROS DE CHOMSKI**

En la fabricación del consenso, Chomsky y Edwards. Herman esbozan lo que denominan un “modelo de la propaganda”, describiendo las fuerzas “invisibles” capaces de asegurar que los medios cumplan el papel de propagandistas, transmitan la información tendenciosa en lugar de las noticias y obedezcan las ordenes de sus amos, incluso sin que nadie se lo pida. Simplemente los medios “movilizan el apoyo a favor de los intereses especiales que denominan al estado y la actividad privada y sus elecciones, énfasis y omisiones a menudo pueden entenderse mejor si se los analiza en tales términos” (Cogswell- Gordon; 1997: 84)

El núcleo del modelo de la propaganda de chomsky y Herman se compone de los “filtros de las noticias”. Estos son cinco, situados en otros tantos niveles, y van suprimiendo uno por vez todos los “aspectos indeseables” de las noticias.

## **FILTRO 1: El dinero.**

A comienzos del siglo XIX, arraigo en Inglaterra una prensa libre que representaba, como nunca hasta entonces, los intereses y la identidad de la clase obrera, pero hacia mediados del siglo, los pequeños periódicos habían desaparecido en su mayoría, siendo reemplazados por organizaciones mucho más grandes. A medida que fue creciendo el mercado de periódicos y surgieron nuevos requerimientos técnicos para publicarlos, también creció el costo de competir en ese mercado mucho más amplio.

En 1837, para formar un semanario nacional rentable en Inglaterra bastaban mil libras y para que no diera pérdidas era suficiente que tuviera una tirada de 6200 ejemplares. En 1867 se estimaba que el costo de puesta en marcha de un periódico londinense eran 50000 libras. En la década de 1920, las empresas periodísticas norteamericanas se vendían en un precio que oscilaban entre los 6 y los 18 millones de dólares.

En la actualidad el costo para ingresar en los modernos mercados de los medios de comunicación convierten a esas sumas en el estipendio diario de un escolar. El primer "filtro" constituye un enorme obstáculo para cualquiera que desee abrirse camino en este mercado. Solo, los muy ricos pueden postularse.

La centralización de la propiedad de este primer nivel de medios de comunicación aumento en forma sustancial después de la segunda guerra mundial, con el auge de la TV y sus cadenas nacionales. Antes de la TV los mercados de noticias eran locales aunque dependían del primer nivel para las noticias de orden nacional e internacional. Ahora la televisión es la principal fuente de noticias para el público. (Cogswell- Gordon; 1997:88). Y la televisión en México se centra en dos corporaciones llamadas Televisa y Tv Azteca, que es donde más se invierte dinero en nuestro país.



### 7.3.I TELEVISA Y TV AZTECA DOS GRANDES CORPORACIONES INDUSTRIALES Y CULTURALES

La Televisión mexicana de hoy, nos referimos a los principales consorcios privados, Televisa y Tv Azteca solo se mueven por mecanismos comerciales a fin de captar el mayor número de televidentes. Se han convertido en un poder a parte ya que han logrado posicionarse en las conciencias de los públicos al grado de inducir actitudes. En realidad son 6 canales (2,4,5,9,7,13) a los que tiene acceso la mayoría de los públicos de México predominando en estos, programas de entretenimiento sobre los programas de tipo formativo, es decir de orientación informativa para comprender los grandes problemas nacionales. Así tenemos que el 94% de los programas son de tipo comercial y solo el 6% de corte informativo.

Por su parte Televisión Azteca en 93.7% también recurre a programas de entretenimiento y el 6.6% restante corresponde a programas que tratan realmente los asuntos de preocupación nacional. Ahora Televisa y TV Azteca han acelerado la reestructuración del sector televisivo mexicano. Unos cambios que afectan tanto a países vecinos como al mercado hispano de EEUU como a otros sectores, como es el caso de las telecomunicaciones. La alianza política que se trabó en Televisa y el Estado, después de librar una etapa de conflicto, dió como resultado que el Estado propusiera el modelo económico neoliberal y Televisa asumiera la responsabilidad del modelo cultural que había de acompañar al modelo económico y político del Estado.

Televisa, la empresa privada de televisión más importante de habla hispana, se fundó en 1973 y se ha convertido en uno de los centros emisores y de negocios más grande del mundo, en el campo de la comunicación, ya que además de canales y programas de televisión, desarrolla amplias actividades en radio, prensa y ediciones o espectáculos deportivos. La ley prevé las influencias nocivas y perturbadoras de la televisión en los públicos (título 1º, fracción 2, Art. 5); sin embargo la televisión, cotidianamente mostró programas y seriales norteamericanos con alto contenido de violencia, donde la lógica era exhibir la violencia para infundir temor e inseguridad en los públicos. Además, a la violencia se le mostró como algo “natural” que aflora de la misma sociedad civil; y es más,

planteo la necesidad de aprender a convivir con y junto a ella. .A la televisión por cable, que es parte del monopolio de Televisa, la legislación le favorece. En primer lugar, este servicio, a pesar que existía desde 1954, tuvo una regulación propia hasta 1979. En su reglamento de servicio se definió la TV por cable, como un servicio “que se proporcionaba por “Suscripción”, limitando así su explotación al uso comercial. A pesar de las medidas para evitar el acaparamiento de las acciones en este tipo de televisión, Televisa tiene el monopolio. Su programación no esta regulada, ni tampoco le afecta el señalamiento de la Ley Federal de Radio y Televisión que establece como obligatorio el idioma español. En lo único que se le a limitado es en la transmisión de publicidad.

En relación a este tema, el investigador Fernando Mejía Barquera, en el libro las redes de Televisa, señala “Si bien la televisión comercial aporta a la federación cantidades de dinero significativas, especialmente por el cambio de conducción de señales a través de microondas y satélites, esta erogación no es la justa debido a una actitud exageradamente favorable por parte de la Secretaria de Hacienda y Crédito Público que, para dar un ejemplo no le cobra impuestos ni derechos por utilizar el espacio aéreo ni el espectro radioeléctrico. Este hecho, -añade Mejía- orilla a pensar que la televisión goza de un régimen fiscal de excepción que le permite obtener jugosas ganancias.

Televisa no solo es una institución de poder económico, sino también de poder político. Su estrategia consistió en formular una estructura organizativa para la emisión y control de la información. Esto es la estructura programática de Televisa, se circunscribió al proyecto neoliberal que se caracterizó por dos aspectos funcionales: el informativo y el recreativo que a su vez definió el contenido de posibilidades en la programación, fincaron relaciones de poder.

La estructura programática de Televisa puso a disposición de los públicos una serie de representaciones y códigos de comunicación, no necesariamente desligados de vivencias cotidianas, que a parte de tener tendencias manipuladoras, mantuvo vivas las ilusiones y aspiraciones de los públicos. Con

esta acción, Televisa se aseguró tanto de la transmisión ideológica como el transporte de los teleadictos a un mundo simbolizado y simbolizante. Vale decir que , el mantener la ilusión por medio de la televisión, no significa que esa misma ilusión no tenga ninguna relación con la realidad social, al contrario, esa realidad está presente. Este es el trasfondo de poder de Televisa como dice Luhmann, el poder es un medio de comunicación simbolizado y simbolizante.

Televisa no solo promovió la manipulación de la realidad social con la lógica de la integración cultural y la exaltación del individualismo sino a demás, brindó los elementos para disgregar y dividir a partir de difundir el temor y la idea de la violencia en los públicos.

Al respecto Habermas dice: “En la medida que aumenta la circulación de mercancías, también aumenta la publicidad burguesa, esfera en la cual las personas privadas se reúnen en calidad de público”. Así Televisa, consolidó sus estructuras. A la vez, tendió a moverse en la dinámica de la publicidad, encontró en el mundo artístico un arsenal de individuos que utilizó para cumplir con su proyecto de hegemonía cultural de manipulación y control social.

Dentro del neoliberalismo dependiente donde se mueve Televisa, se promociona apologeticamente el individualismo y la sociedad de consumo de la publicidad de artistas y cantantes, por lo que los públicos giran alrededor de estos, creando así la atmósfera perfecta para articularlos, lo que provoca que se conforme como una poderosa industria económica y cultural.

## TV AZTECA

La acción de TV Azteca, una de las más intercambiadas en la Bolsa Mexicana de Valores, sufrió fuertes alzas y bajas después de que Salinas Pliego, quien ha hecho una fortuna penetrando los mercados populares de México que muchos otros empresarios desdeñan, anunciara sus planes de comprar Grupo Iusacell, la tercer empresa de telefonía celular más grande de México, en 10 millones de dólares hace dos semanas.

El Presidente y dueño de esta empresa es Ricardo Salinas Pliego. Televisión Azteca desde el principio de su fundación contó con gran soporte financiero, como muchos sabemos el señor Salinas Pliego proviene de familia rica, y esto contribuyó en gran manera para que una Televisora que estaba casi en la quiebra en manos del gobierno, se convirtiera en el emporio comunicativo que es ahora.

El Contador Ricardo Salinas Pliego supo muy bien donde invertir el dinero y tuvo muy buena visión y esperanza en el montón de cámaras y equipo viejo con lo que contaba Imevisión, gastó, compró, volvió a gastar, volvió a comprar y la compañía empezaba a verse cada vez mas moderna y con mejor calidad de imagen, así nacieron:

De manera rápida y por supuesto con una muy fuerte inversión de dinero estos dos canales ascendieron de los 7 puntos que tenían como máximo en rating a los 22 puntos promedio en algunos programas que se transmiten actualmente.

Tv Azteca se ha convertido en la principal competencia de Televisa, teniendo una gran barra de programación y un numeroso auditorio.

Nace como una nueva propuesta televisiva, sin embargo en manos de un empresario, a lo que es blanco de muchas criticas.

## **FILTRO 2: La publicidad.**

Antes del auge de la publicidad, el precio de un periódico debía cubrir su costo de producción; pero si los anunciantes la financian, una publicación puede venderse a menos del costo de producción. Esto deja fuera a los periódicos que no consiguen anunciantes.

La publicidad deforma las noticias porque hace que la publicación responda a los intereses de sus anunciantes y no a los de sus lectores. Los medios que cuentan con un subsidio publicitario pueden venderse a precios más bajos que los que carecen de dicho subsidio, y así captar también el mercado de los lectores de bajos ingresos. Los mayores recursos financieros de tales medios aumentan su

capacidad para competir, producir y promover. Los publicistas aprendieron muy pronto que puesta también en las publicaciones de los ricos, la publicidad les trae más dinero aun. Las que representan los intereses o sustentan la cosmovisión de la clase obrera están en desventaja en la carrera publicitaria, ya que sus lectores tienen medios modestos.

Los canales de televisión saben que pueden venderles a sus anunciantes y que no, no es preciso de la ciencia para advertir que los programas que cuestionan la manera de operar de esas empresas no convencerán a los auspiciantes. Además, estos objetarán que se discutan cuestiones complejas o inquietantes capaces de perturbar la "mentalidad adquisitiva". Al público de TV no se le considera un conjunto de ciudadanos, sino de consumidores. Los auspiciantes quieren programas de entretenimiento que cuestionen lo menos posible y no causen trastornos. (Cogswell- Gordon; 1997:92).

Con ventas netas por \$5,425 millones de pesos y un crecimiento de 21% en 2000, Ricardo Salinas Pliego estima que la televisora ya remontó el bajón en el cual cayó después de su año de oro, 1997, cuando alcanzó su participación récord en el mercado: 35%, según la empresa especializada en medición de audiencia IBOPE. Después de ello bajó el rating y las ventas de publicidad por malas elecciones en la programación y un fuerte repunte de Televisa.

Con la decisión de escindir el negocio de telecomunicaciones, TV Azteca se concentra, por fin, en la producción de contenidos en español y el desarrollo de sus canales de distribución. El director de Finanzas, Luis Echarte, confía en el crecimiento del mercado de publicidad, todavía atrofiado en comparación con otros países. Tanto Televisa como Azteca subieron los precios de 40% a 65% este año, e intentan desarrollar el mercado local de anunciantes. A diferencia de su rival, esta televisora promociona a su audiencia, si bien más pequeña, como una con mayor poder adquisitivo.

La atención del mercado financiero está puesta en la capacidad de ambas empresas para lograr que los anunciantes gasten más en publicidad. Pero con el actual contexto mundial nadie puede augurar que eso sucederá.

El director de Finanzas también busca diversificar las fuentes de entrada de dinero, a través de mayores ventas internacionales de programación, el portal

TV Azteca tiene una participación de 20% en la nueva cadena hispana y \$70 millones de dólares anuales en ingresos, de ahí gran porcentaje gracias a la publicidad...

Ahora podemos ver como ejemplo mas claro un plan comercial de Televisa:

## **MODALIDADES DE COMPRA**

Televisa te ofrece dos opciones de compra de tiempo comercial dentro su programación:

1. Compra Anual con Tarifas Trimestrales Fijas
2. Compra Libre

### **Tipos de Contratación**

11. El cliente podrá contratar:

a) **Programa:** Indicando la clave del programa\* y el día específico, de tal forma que en caso de que haya un cambio de programación, permanecerá la contratación del programa, siempre y cuando el programa no tenga incremento de tarifa.

b) **Paquete:** Indicando la clave del paquete\* autorizado por Televisa, de tal forma que de manera automática se asignen los spots comerciales que incluya el paquete en la semana indicada. Nota: No podrán contratarse paquetes que pretendan desglosarse por spot, ya que no existe una tarifa desglosada equivalente

c) **Bloque horario:** Indicando la clave del bloque horario\* y el periodo deseado. El sistema de Televisa los colocará automáticamente en cualquier día de la semana y hora/programa correspondientes a dicho bloque. Si se pretende contratar más de un mismo bloque horario por semana, deberá enviarse la especificación en una sola orden y línea, de manera que la distribución de spots se haga proporcional a lo largo de la semana.

## TARIFAS

1. Televisa publicará tarifas trimestrales para el año que venga

Pago Anticipado

- Por bloque horario (rotación a lo largo de la semana y bloque).
- Por programa (compra específica en día y/o programa).

Compra Libre (de referencia, sujeta a cambio sin previo aviso)

- Por programa (no existe posibilidad de compra por bloque horario).

En todos los casos, las tarifas para el canal 9 incluyen las redes de provincia.

2. No aplican descuentos:

Durante todo el año en:

El programa Otro Rollo y las transmisiones de futbol soccer.

Durante el 4to. Trimestre en:

Permanencia Voluntaria, domingo 12:00 a 24:00 hrs. En canal 5; Trilogía del 5, sábados de 16:00 a 24:00 hrs. En canal 5 la barra de las 22:00 a 22:30 hrs. Del canal 2, de lunes a viernes.

3. Las tarifas publicadas aplicarán exclusivamente al spoteo regular dentro de la programación establecida como tal. Televisa publicará, en su momento, tarifas que aplicarán a:

- Eventos especiales y deportivos.
- Programas especiales (que sustituyan, temporal o permanentemente, un programa considerado como regular, y que involucren costos extraordinarios de producción).
- Finales de telenovelas.
- Paquetes especiales.
- Plan frecuencia.
- Planes de integración de producto, inserciones virtuales, súper posiciones, patrocinios, cápsulas o menciones dentro de sus programas.

Estos son solo algunos puntos que se toman en cuenta para comprar algún espacio publicitario en Televisa, y ahora que esta teniendo ratings elevados con programas como Big Brother , otro rollo, entre otros, suben sus tarifas, porque como vimos anteriormente en el plan comercial, estos programas no aplican descuentos, mejor dicho aumentan sus precios por la demanda de espacios publicitarios que tienen.

Asi las dos televisoras se dedican no ha realizar buenos programas con contenidos de calidad, sino a vender productos aun sin calidad en beneficio de su bolsillo.

### **FILTRO 3: La dependencia de la información.**

A fin de cumplir con la cuota diaria de material informativo, las organizaciones de los medios necesitan fuentes permanentes confiables. Los cronistas no pueden estar en todas partes a la vez, a la espera de que surja la noticia, así que se centran en aquellos lugares donde estas suelen producirse por rutina; en Estados Unidos, en la casa blanca, el Pentágono, los pasillos del Congreso. También los directores de las grandes empresas son fuentes consideradas fidedignas, sin necesidad de verificar o respaldar sus palabras: son creídas en virtud de su procedencia.



Esto ahorra mucho de costosas investigaciones y control de los datos. Las burocracias de los medios tienen afinidad con las del estado y las empresas, y se basa en estas para satisfacer su necesidad de un flujo continuo de noticias a bajo costo.

Por otra parte, si uno duda de la "versión oficial", siempre puede consultar a los expertos. Desde luego, estos pueden ser ganados para su causa por las grandes empresas o por los intereses oficiales financiándolos, auspiciándolos o incluyéndolos en su personal.

Un estudio del programa noticioso de MacNeil-Lehrer realizado entre enero de 1985 y enero de 1986, mostró cuales eran las clases de "expertos" a quienes se invitaba a dicho programa. El 40% eran funcionarios del gobierno actual o de alguno anterior, casi un 12% provenían de grupos de estudio conservadores, el 10% eran profesores universitarios, un 2.5% eran asesores y un 4.2% funcionarios de gobiernos extranjeros. Los periodistas solo constituían un 25.8%. Dejando de lado a los periodistas, la proporción de miembros actuales o anteriores del gobierno llegaba al 54%. En otros términos, los "expertos" eran reclutados entre las mismas "fuentes oficiales" que habían dejado "filtrar" la noticia en un principio. (Cogswell- Gordon; 1997:95).

En México podemos ver actualmente la confianza que se le da a la información que sale en el Noticiero de Lopez Doriga, este hombre se ha convertido en un informante, que ha logrado tener buenos e interesantes entrevistados; desde funcionarios públicos, hasta artistas del momento; también tenemos a "Brozo" el payaso noticioso, a este personaje se le han atribuido las cualidades de decir lo que piensa y la gente claro que se identifica con el si sus criticas son en contra del sistema, (aun trabajando en Televisa, pues ya le resta bastante capacidad de libertad de expresarse de su gente aunque se diga lo contrario).

#### **FILTRO 4: La censura.**

La censura se expresa en reacciones negativas ante las declaraciones de los medios, bajo la forma de cartas, llamados telefónicos, petitorios, procesos

judiciales, discursos, proyectos de ley y otras formas de acción punitiva. En ciertas circunstancias la censura puede volverle muy difícil a un órgano de prensa seguir funcionando.

La capacidad de generar una censura verdaderamente peligrosa es proporcional al poder con que se cuenta. Los poderosos pueden generarla de manera directa mediante cartas o llamados realizados desde la casa blanca a los productores o animadores de programas de radio o TV, demandas entabladas por la Comisión Nacional de Comunicaciones ante un cierto programa o amenazas de agencias de publicidad o de los grandes anunciantes de retirar sus avisos o iniciar causas legales. De manera indirecta pueden quejarse del medio en cuestión ante sus empleados o accionistas, publicando notas periodísticas o publicitarias que los denigen, subvencionando a grupos de estudio derechistas que lo ataquen o financiando la campaña política de los candidatos que están a favor de las medidas adoptadas por la empresa y se mostraran duros con los medios que las objetan.

Una de las grandes ironías es que a pesar de que estos “filtros” pro-empresariales, pro-gubernamentales y pro-statu que le confieren a los medios un peligroso sesgo derechista, constantemente se los acusa de izquierdistas. (Cogswell- Gordon; 1997:97).

Este filtro es uno de los cuales no concuerdo, sino de manera diferente, ya que si recordamos en años pasados, en México, la televisión estaba de parte del gobierno, es mas, formaba parte de el, no recuerdo ninguna critica a políticos de gobierno o cuestionamientos que dieran por hecho que el gobierno andaba mal; al contrario siempre se sintió cierto respaldo, sobre todo de la empresa Televisa, pero ahora vemos como las cosas han cambiado, como la televisión manipula cada segmento de nuestra vida, hasta el de la política, la cual antes era intocable, incuestionable, ahora hasta se burla de ella, recientemente tuvimos un caso de censura, pero no un caso de falta de libertad de expresión, al contrario, creo que estas situaciones ocurren por excesivo “libertinaje expresionista” :

Este es el caso de "Facundo" quien es uno de los líderes de opinión más influyentes de su segmento de mercado, un hombre con mucho poder de convocatoria, un provocador de primera, un especialista en trucos publicitarios.

Televisa se hecho la soga al cuello, cancelando su programa "Toma Libre" justo en la semana de Espacio 2004.

Porque Facundo era una de las estrellas invitadas y era lógico que iba a abrir la boca de manera que se entendiera que el cierre de "Toma libre" era un acto de censura.

"Los periodistas de "Noticieros Televisa" hablando de libertad de expresión por un lado y Facundo probando que en Televisa hay todo menos libertad de expresión. ¿Será esta la realidad?, porque también existe la posibilidad de que Televisa valiéndose del valor de la Libertad de Expresión, vuela a sacar al aire el espantoso programa "Toma libre", Y es que, no faltó una fuente autorizada del consorcio de Emilio Azcárraga que dijera que "Toma libre" salía del aire por sus faltas de respeto. Ahora resulta que Televisa es muy respetuosa, Pero lo que si es extraño y nos reafirma cada vez mas la forma tan falsa en la que trabajan estas corporaciones es que están sacando del aire un programa que vendía bastante (y con muy bajo presupuesto de producción) al igual que "Día de perros", "Big Brother VIP 3", "La oreja", "No manches" y "Con todo", entonces ¿Dónde esta la censura de estos casos o las limitaciones o mejor dicho los limites de las televisoras mexicanas para desarrollar el contenido de sus programas?" (<http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/htelevision.htm>)

## **FILTRO 5: El anticomunismo.**

En 1988 cayó la Unión Soviética y ello obligo a Estados Unidos a replantearse su obsesión por el anticomunismo como su causa mas noble y el único valor incuestionado de su cultura mas allá de hacer dinero. Aunque Estados Unidos se creó gracias a una revolución, en nuestra época a la palabra revolución se la identifica con una amenaza malévola. Las revoluciones de Rusia, China y

Cuba fueron muy peligrosas para las elites gobernantes porque el comunismo podía socavar su posición superior como clase.

Cuando cayó la Unión Soviética hubo cierta indecisión entre los expertos de propaganda en cuanto a quien debía ocupar el lugar de Imperio Malvado en calidad de enemigo. Saddam Hussein les sirvió durante un tiempo, pero una imagen mas segura y maleable fue la de los fundamentalistas islámicos, los musulmanes o los habitantes del medio oriente en general, a quienes se describe como si tuvieran como característica principal ser extremistas o terroristas a ultranza. (Cogswell- Gordon; 1997:99)

En la conclusión de Cogswell y Gordón el Estado o cualidad de ser conciso. Concisión es el termino empleado por los profesionales de los medios de comunicación para aludir al principio por lo cual todo se reduce al mínimo a fin de encuadrarlo dentro del formato de una "noticia".

La idea de que todas las noticias deben amoldarse a ese formato, insaturado en los inicios de la televisión norteamericana, es una premisa incuestionada. Se lo estructura tomando como eje los "cortes comerciales" realizados cada tantos minutos, tal como lo exigen los auspiciantes que pagan por el programa.

Los cortes comerciales abarcan un tercio del tiempo total en que se ve TV. Así, es imposible que nadie se explaye en los medios masivos.

El principio de la concisión asegura que solo pasen por los filtros de los medios las ideas convencionales, ya que una idea que la gente conoce de memoria no necesita ser fundamentada.

#### CONCORDAR.

Dentro del sistema de los medios, la pertenencia al rebaño, asegura que se mantenga el punto de vista adecuado. Los cronistas no necesitan distorsionar deliberadamente las noticias: basta con que adopten la perspectiva "correcta" y escribirán lo que se pretende que escriban.

Quien quiera escriba para un periódico debe acatar su línea editorial, lo que se aparte demasiado de ella, será suprimido. Y el que ignore las reglas dejara de ser parte de la institución. Porque no hay duda de que existen reglas en el periodismo y se las cumple mas estrictamente que a la de transito o a las leyes contra el narcotráfico. La prueba esta en la publicación misma.

Un excelente ejemplo del modo en que Chomsky combina la objetividad científica con la simplicidad del sentido común es su medición de la importancia relativa que tiene un asunto para los medios. Es tan sencillo que resulta brillante. Mide la cantidad de espacio dedicado a informar sobre distintos temas.

Este método puede aplicarse de varias maneras: ¿cuál es el asunto que este periódico o revista considera más importante? ¿Hay una pauta en cuanto los asuntos en los que centra el énfasis y los que relega a segundo plano? En este sentido ¿qué comparación puede establecerse entre los periódicos o revistas? Una manera de saber en que publicaciones puede uno confiar es ver si dedican en sus columnas el mayor espacio a los temas que uno estima más importantes.

La técnica funciona también con las noticias televisivas: basta contar los minutos destinados a cada tema ¡Inténtelo y verán con nuevos ojos los valores reales que defienden las cadenas de tv!. Notarán por ejemplo la enorme diferencia del énfasis entre una cadena que pertenece a una empresa fabricante de armas y otra que pertenece a una fabricante de alimentos o de cigarrillos. La noticia es algo muy personal y puede amoldársela a las necesidades de su dueño.

Los que quieren conservar el empleo, mantener el prestigio que les da trabajar en un diario importante o conservar immaculado su foja de servicios se acoplará al sistema.

Comenzamos esta sección sobre los medios advirtiendo sobre esta verdad: la función de los medios no es informar al público sino venderle algo. Esta verdad nos lleva a preguntarnos ¿qué están tratando de vendernos?. Como vivimos, con un trabajo muy sutil nos han vendido la idea de que el pueblo es el que fija los destinos del país, de que en un sentido significativo somos una democracia.

A tal fin nos ha vendido algunas fantasías bastante ridículas:

1.- Nuestro país no le pertenece a un puñado de gente rica, ni es dirigido y controlado por este

2.- Nuestros medios de comunicación no le pertenecen a un puñado de gente rica, ni es dirigido y controlado por este.

3.- (la más peligrosa de todas) Nuestra opinión pública se forma libremente y no es coaccionada, fraguada o fabricada de acuerdo con los designios de un puñado de gente rica.

Pero falta algo, hay otra cosa que los medios se empeñan en vendernos, una historia falsa que excluye a los principales protagonistas y tiene muy poca semejanza con la realidad.

## CAPITULO VIII PIERRE BORDIEU: SOBRE LA TELEVISIÓN

Este capítulo es uno de los más destacados porque hablamos de un estudio sociológico y directo de la televisión, Pierre Bordieu no solo habla de una teoría en general sino que directamente nos habla de los errores de la televisión y de la preponderancia que está teniendo este campo sobre los demás como la política, la religión, la cultura, entre otros. Nos dice como los periodistas se pueden perder al trabajar en este medio que fomenta el ego exagerado a cerca de la presencia o de lo que se sabe o no se sabe (esto es lo peor, no saber y salir a decir tonterías).

Otra observación importante de la teoría de este autor que cabe destacar, es como este medio disfraza la realidad con otra realidad, como tiene la capacidad de distraer a la gente para que no se den cuenta de lo que a veces realmente está ocurriendo a su alrededor. La televisión ha venido teniendo cambios, pero sigue teniendo la misma capacidad de manipular información y gente, por eso para comprobar esta teoría, en este mismo capítulo se hará un análisis de caso contraponiendo el caso de la "matanza del 68" con el caso "Ahumada".

Pierre Bordieu piensa, que la televisión a través de los mecanismos de producción cultural: Literatura, ciencia, filosofía, derecho; hasta los periodistas más concientes de sus responsabilidades, ponen en un peligro no menor la vida política y la democracia (Bordieu, 1997 ;pg: 7,8). A través de muchas esferas podemos tener influencia y los periodistas son personas que tienen cabida en cualquier ámbito, incluso los más importantes y delicados, además pueden inmiscuirse y cambiar el rumbo de una u otra manera. Al aceptar participar en televisión sin preocuparse por saber si se podrá decir alguna cosa, se pone claramente de manifiesto que no se está ahí para decir algo, sino por razones completamente distintas, particularmente para dejarse ver y ser visto. (Bordieu, ; 1997; pg : 17), porque el principal sueño de mucha gente es salir en televisión sin

importar si tienen algo importante que decir o si saben realmente de lo que están hablando, además del valor que le han atribuido a la "fama".

La pantalla del televisor se ha convertido hoy en día en una especie de fuente para que se mire en ella narciso, en un lugar de exhibición narcisista. Se trata por el contrario, de asociarlos a una reflexión orientada a la búsqueda de los medios para superar juntos las amenazas de instrumentalización. Negarse lisa y llanamente a expresarse por medio de la televisión tampoco es lo correcto o lo mejor, porque puede ser incluso que en determinados casos, aparecer en ella puede constituir una especie de deber, a condición de que sea posible hacerlo en condiciones razonables. (Bourdieu, ; 1997;pg : 17), es como cualquier arma blanca, tijeras, cuchillos, navajas, cuando se utilizan para lo que son, tienen un buen servicio y ayudan a que la vida se desarrolle mejor y sea más fácil realizar labores, pero cuando se utilizan para hacer daño o satisfacción propia es cuando vienen los problemas y estamos del otro lado de la moneda, es así como la televisión puede utilizarse para bien o para mal, ya depende de la conciencia y ética de quien la controle y de quien trabaje en ella; aunque también es responsabilidad de quien se cree todo lo que se dice en televisión.

La televisión es un instrumento que, teóricamente, ofrece la posibilidad de llegar a todo el mundo. Lo que plantea una serie de cuestiones previas: ¿esta lo que tengo que decir al alcance de todo el mundo?, ¿estoy dispuesto a hacer lo necesario para que mi discurso, por su forma, pueda ser escuchado por todo el mundo?, ¿merece ser escuchado por todo el mundo?. Se puede ir incluso más lejos: ¿debería ser escuchado por todo el mundo? (Bourdieu, ; 1997; pg :18)

"El acceso a la televisión tiene como contrapartida una formidable censura, una pérdida de autonomía que está ligada, entre otras cosas a que el tema es impuesto, a que las condiciones de la comunicación son impuestas y, sobre todo, a que la limitación del tiempo impone al discurso tantas cortapisas que resulta poco probable que pueda decirse algo" (Bourdieu; 1997; pg: 19). Es verdad que hay intervenciones políticas y un control político, pero también lo es que en una época como la actual la gente se deja llevar por una forma conciente o



inconsciente de autocensura, sin que haga falta efectuar llamadas al orden. Tampoco hay que olvidar las censuras económicas. Bien mirado, podría decirse que, en última instancia lo que pesa sobre la televisión es la coerción económica. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 19). Es de lo que venimos hablando desde el capítulo de La Industria Cultural, de lo que se trata es de vender, tanto productos como personas y en cuanto a la autocensura, creo que últimamente no existe mucha, en televisión hay mucho que ver y la gente decide de entre lo que nos ofrecen, que no siempre es lo mejor...

Corrupción estructural, es la que se ejerce sobre el conjunto del medio, a través de mecanismos tales como la competencia por cuotas de mercado (Bourdieu, 1997; pg: 21).

La violencia simbólica es una violencia que se ejerce con la complicidad tácita de quienes la padecen y también, a menudo de quienes la practican en la medida en que unos y otros no son conscientes de padecerla o practicarla. La sociología al igual que todas las ciencias tiene como misión descubrir cosas ocultas; al hacerlo, puede contribuir a minimizar la violencia simbólica que se ejerce en las relaciones sociales en general y en las de comunicación mediática en particular.

La crónica de sucesos que siempre ha constituido el pasto predilecto de la prensa sensacionalista; la sangre y el sexo, el drama y el crimen siempre se han vendido bien. Pero los sucesos son también elementos de distracción. Los prestidigitadores tienen un principio elemental que consiste en llamar la atención de una cosa distinta de la que están haciendo. Parte de la acción simbólica de la televisión, a nivel de los noticieros, por ejemplo, consiste en llamar la atención sobre unos hechos que por su naturaleza pueden interesar a todo el mundo, cabe decir que son para todos los gustos. Se trata de hechos que, evidentemente, no deben escandalizar a nadie, en los que no se ventila nada, que no divide, que crean consenso, e interesan a todo el mundo, pero que por su propia naturaleza no tocan nada importante. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 22) Esto si es muy común en nuestro país, los noticieros se llenan de temas sensacionalistas que

apartan nuestra atención de lo verdaderamente importante, por ejemplo y no muy lejano el suceso; en 1994, sucesión presidencial, se venía la crisis mas gruesa de nuestros tiempos y de lo que todos hablaban era del famoso “chupacabras”, todos le temían al monstruo inventado para que cuando nos diéramos cuenta de la situación en la que estábamos fuera demasiado tarde para reclamar al culpable...

La crónica de sucesos es una especie de sucedáneo elemental, rudimentario, de la información muy importante porque interesa a todo el mundo, a pesar de su inanidad, pero que ocupa tiempo que podría emplearse para decir otra cosa. Ocurre que el tiempo es un producto que va extremadamente escaso en la televisión. Si se emplean unos minutos tan valiosos para decir unas cosas tan fútiles, tiene que ser porque esas cosas son en realidad muy importantes, en la medida en que ocultan cosas valiosas. (Bourdieu, 1997;pg : 23). La televisión posee una especie de monopolio de hecho sobre la formación de las mentes. Pero al privilegiar los sucesos y llenar ese tiempo tan escaso de vacuidad, de nada o casi nada, se dejan de lado las noticias pertinentes que debería conocer el ciudadano para ejercer sus derechos democráticos. (Bourdieu, ; 1997; pg : 23)

Exponiendo como la televisión puede, paradójicamente ocultar mostrando. Lo hace cuando muestra algo distinto de lo que tendría que mostrar si hiciera lo que se supone que se ha de hacer, es decir, informar y también cuando muestra lo que debe, pero de tal forma que hace que pase inadvertido o que parezca insignificante, o lo elabora de tal modo que toma un sentido que no corresponde en absoluto a la realidad. (Bourdieu, 1997; pg : 24)

El principio de selección consiste en la búsqueda de lo sensacional, de lo espectacular. La televisión incita a la dramatización, en un doble sentido; escenifica en imágenes, un acontecimiento y exagera su importancia, su gravedad, así como su carácter dramático, trágico. De hecho paradójicamente, el mundo de la imagen está dominado por las palabras. Dar nombre como es bien sabido, significa hacer ver, significa crear, significa alumbrar. Y las palabras pueden causar estragos. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 25)

Porque esas palabras hacen cosas, crean fantasmagorías, temores, fobias o, sencillamente representaciones equivocadas. Los periodistas, agrandes rasgos, se interesan por lo excepcional para ellos. Lo que puede ser banal para otros puede ser extraordinario para ellos y al revés. Se interesan por lo extraordinario, por lo que se sale de lo común, por lo que no ocurre a diario.

Pero lo extraordinario es también, y sobre todo lo que no es cotidiano en relación con los demás periódicos. Lo que es diferente de lo cotidiano y lo que se diferencia de lo que los otros periódicos dicen de lo cotidiano o de lo que dicen habitualmente. Se trata de una coerción terrible: la que impone la búsqueda de la primicia informativa, de la exclusiva. Para ser el primero en ver algo, y en mostrarlo, se está dispuesto a lo que sea, por así decirlo, y como todo el mundo se copia mutuamente para adelantarse a los demás, para mostrar algo antes que los demás o para mostrarlo de un modo distinto que los demás, todo el mundo acaba haciendo lo mismo y la búsqueda de la exclusividad que en otros campos, produce originalidad y singularidad, desemboca en éste en la uniformización. (Bourdieu, 1997; pg: 26). Es precisamente lo que ocurre con las dos corporaciones mas poderosas de nuestro país, buscan originalidad, exclusividad, pero siempre terminan diciendo lo mismo, realizando los mismos programas, las mismas novelas y transmitiendo las mismas noticias, solo que de diferente manera y con diferentes nombres.

Los peligros políticos inherentes a la utilización cotidiana de la televisión resultan que la imagen posee la particularidad de producir lo que los críticos literarios llaman el efecto de la realidad, puede mostrar y hacer creer en lo que muestra. Este poder de evocación es capaz de provocar fenómenos de movilización social. Los sucesos, los incidentes o los accidentes cotidianos pueden estar preñados de implicaciones políticas, éticas, etc, susceptibles de despertar sentimientos intensos, a menudo negativos, como el racismo, la xenofobia, el temor-odio al extranjero y la simple información, el hecho de informar too record, de manera periodística, implica siempre una elaboración social de la

realidad, capaz de provocar la movilización (o la desmovilización) social. (Bourdieu, 1997; pg: 27)

De ese modo, la televisión, que pretende ser un instrumento que refleja la realidad, acaba convirtiéndose en instrumento que crea una realidad. Vamos cada vez más hacia universos en que el mundo social está descrito-prescrito por la televisión. La televisión se convierte en árbitro del acceso a la existencia social y política. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 28) La televisión se convierte en ojo informante y a veces crítico de nuestra supuesta realidad y lo mejor “nos crea la realidad que queremos ver”, que fácil no, creer que vivimos algo que no es, pero el golpe viene después, cuando te das cuenta de la farsa y ya es tarde para remediar algo...

Uno de los factores fundamentales de las luchas políticas, tanto a escala de los intercambios cotidianos como a escala global, consiste en la capacidad de imponer unos principios de visión del mundo, de hacer llevar unos lentes que haga que la gente vea el mundo según las divisiones determinadas. Al imponer estas divisiones, se crean grupos, los cuales se movilizan y al hacerlo pueden conseguir convencer de su existencia, presionar y obtener ventajas. En estas luchas hoy en día, la televisión tiene un papel determinante. (Bourdieu, 1997; pg : 29). Las diferencias más evidentes, relacionadas fundamentalmente con los apartados políticos de los periódicos, ocultan profundas similitudes, consecuencia, sobre todo, de los constreñimientos impuestos por las fuentes y por toda una serie de mecanismos, entre los cuales el de mayor importancia es la lógica de la competencia. (Bourdieu; 1997: 30), pero aquí en México la lógica de la competencia termina siendo la de la copia. La producción es colectiva; el colectivo cuyo producto son los mensajes televisados no se reducen al grupo constituido por el conjunto de una redacción; engloba al conjunto de los periodistas. Esto resulta particularmente cierto en unos universos donde los constreñimientos colectivos son muy fuertes, en particular los que imponen la competencia, en la medida en que cada uno de los productores se ve obligado a hacer cosas que no haría si los demás no existieran. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 31). Mucho cuenta la desesperación de cuando una producción esta ganando rating y esta

vendiendo mucho, lo que la competencia hace es en lugar de producir algo bueno y de calidad, produce algo similar a lo que al otro le esta dando ganancias, aunque no tenga ni gramo de calidad. "Esta especie de juego de espejos que se reflejan mutuamente produce un colosal efecto de enclaustramiento, de aislamiento mental. (Bourdieu, 1997;pg : 32)

Tenemos aquí un efecto de campo especialmente típico: se hacen, tonel convencimiento de ajustarse mejor a los deseos de los clientes, cosas que en realidad tienen como referencia a los competidores. Diferencias del todo imperceptibles para el espectador medio, que sólo podría percibir las si viera simultáneamente varias cadenas; así, unas diferencias que pasan totalmente inadvertidas son muy importantes desde el punto de vista de los productores, que parten de la idea de que son advertidas y contribuyen al éxito de los índices de audiencia, el dios oculto de ese universo, el cual reina sobre las conciencias hasta el extremo de que bajar un punto en el índice de audiencia significa la muerte, sin paliativos. (Bourdieu, 1997; pg: 33)

Las consecuencias del mecanismo de circulación circular al que se ha aludido antes brevemente: el que los periodistas que, por lo demás, comparten muchas características comunes por su condición, así como por su procedencia y su formación, se lean mutuamente, se vean mutuamente, se encuentren constantemente en unos debates en los que siempre aparecen las mismas caras, tienen unos efectos de enclaustramiento y, no hay que vacilar en decirlo, de censura tan eficaces -mas eficaces, incluso, porque el principio no esta tan aparente- como los de una burocracia central de una intervención política deliberada. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 34). Además, y a pesar de las diferentes formaciones de los periodistas, en el trabajo, en el desarrollo profesional, muchos suelen ser corrompidos o viciados por alguna conveniencia o situación difícil y esto es contra lo que debemos luchar.

La parte mas determinante de la información, es decir, esa información sobre la información que permite decidir que es importante, que merece ser transmitido, procede en gran parte de otros informadores. Lo que conduce a una

especie de nivelación, de homogeneización de las jerarquías y de su importancia. (Bourdieu, 1997; pg: 34) y como saber que es más importante, si las necesidades y prioridades se han venido creando, contando con el supuesto “es lo que la gente quiere ver”, con la medición de rating o de audiencia... El índice de audiencia es la medición del número de telespectadores que sintonizan cada cadena (hay instrumentos que permiten a algunas cadenas comprobar su índice de audiencia cada cuarto de hora e incluso, se trata de un perfeccionamiento de muy reciente introducción, conocer su variación dentro de los grandes sectores sociales). Se dispone, pues, de un conocimiento muy exacto de lo que funciona y lo que no funciona. Esta medición se ha convertido en el criterio último del periodista.

En todas partes se piensa en términos de éxito comercial. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 36) Porque en primera somos capitalistas y como tales occidentales también nos comportamos y se está creando nuestra ideología consumista y crédula.

Ahora, y cada vez más, el mercado es reconocido como instancia legítima de legitimación. A través de los índices de audiencia la lógica de lo comercial se impone a las producciones culturales. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 37) Los índices de audiencia ejercen un efecto muy particular sobre la televisión: se traducen en una mayor presión de la urgencia. La competencia entre las cadenas de televisión adquiere la forma de una rivalidad temporal por la primacía informativa, por ser el primero. Es decir, hay temas que son impuestos a los telespectadores porque antes lo fueron a los productores, precisamente por la competencia con otros productores. Esta especie de presión simultánea que los periodistas ejercen unos sobre otros tiene una serie de consecuencias que, a su vez se traducen en elecciones, ausencias y presencias.

La televisión no resulta muy favorable para la expresión del pensamiento. Existe un vínculo, negativo, entre la urgencia y el pensamiento. (Bourdieu, 1997; pg : 38) porque precipitarse muchas veces nos lleva a tomar decisiones equivocadas, o nos lleva a realizar acciones destructivas y dañinas también para los demás, en

este caso degradación de la televisión mexicana debido a su comportamiento de copia presionada...

Lo que está claro es que existe un vínculo entre el pensamiento y el tiempo. Y uno de los mayores problemas que plantea la televisión es el de las relaciones entre pensamiento y velocidad. ¿Se puede pensar atenazado por la velocidad? ¿Acaso la televisión, al conceder la palabra a pensadores supuestamente capaces de pensar a toda velocidad, no se está condenando a no contar más que con fast thinkers, con pensadores que piensan más rápido que su sombra...? Hay que preguntarse como son capaces de responder a estas condiciones absolutamente particulares, como consiguen pensar en unas condiciones en las que nadie es capaz de hacerlo. La respuesta, es que piensan mediante ideas, mediante "tópicos". Las ideas preconcebidas de que habla Flaubert son ideas que todo el mundo ha recibido, porque flotan en el ambiente, banales, convencionales, corrientes; por eso, el problema de la recepción no se plantea: no pueden recibirse porque ya han sido recibidas. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 39) O sea que ni siquiera son ideas propias, sino sacadas de los demás de lo que ya hay y a todos interesa, ¡que tristeza!, entonces para que tenemos tanto raciocinio si no vamos a pensar y crear con calidad cultural.

El intercambio de "ideas preconcebidas" es una comunicación sin más contenido que el propio hecho de la comunicación. Las ideas preconcebidas que desempeñan un papel fundamental en la conversación cotidiana, tienen la virtud de que todo el mundo puede recibirlas y además instantáneamente: por su banalidad, son comunes al emisor y receptor. Y por el contrario, el pensamiento es, por definición, subversivo: para empezar ha de desbaratar las ideas preconcebidas. Ahora bien, este despliegue del pensamiento pensante está intrínsecamente vinculado al tiempo.

Si la televisión privilegia a cierto número de fast thinkers que proponen fast food cultural, alimento cultural predigerido, prepensado no es solo porque cada cadena tiene un panel de expertos, siempre los mismos. Hay también serviciales bustos parlantes que exigen de la necesidad de buscar a alguien que tenga

verdaderamente algo que decir. (Bourdieu, 1997; pg: 40). Y no podemos afirmar que no hay nada realmente importante que decir, ¡hay mucho que enseñar, que aportar y que mejorar!.

Ha llegado el momento de hablar de los debates: para empezar, hay debates verdaderamente falsos, que en seguida se reconocen como tales. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 41) En este rango, entran los Talk Shows, muy de moda hace apenas algunos meses... Porque hay debates aparentemente verdaderos, falsamente verdaderos. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 42) y lo pero, gente que aun cree en ellos. Son presentaciones de temas, con gente involucrada y un publico con muchas ganas de opinar y debatir con quien sea para salvar su posición, al igual que hay debates políticos creados para crear conmoción y vender el espacio publicitario.

Ahora Bourdieu nos presenta un ejemplo de serie de operaciones de censura.

Primer nivel: el papel del presentador. Eso siempre llama la atención de los espectadores. No pueden menos que darse cuenta, en efecto, de que hace intervenciones que coaccionan. Es quien impone el tema, quien impone la problemática. Impone el respeto a las reglas del juego. Reglas del juego de geometría variable, pues el rasero con que miden no es el mismo. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 43).

El propio presentador interviene de modo inconsciente por medio de su lenguaje, de su manera de plantear las preguntas, de su entonación.

Todas estas cosas se manifiestan mediante levísimos matices en la entonación, pero el interlocutor lo nota, nota la semántica aparente y la oculta, y al notarlo puede perder la compostura.

El presentador distribuye los tiempos de intervención, fija el tono de las intervenciones, respetuoso o despectivo, atento o impaciente.



El presentador manipula las señales imperceptibles, las más de las veces de forma más inconsciente que conciente. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 44).

Otra estrategia del presentador: manipula la urgencia; utiliza el tiempo, las prisas, el reloj, para cortar la palabra, para apremiar, para interrumpir. Y aún le queda otro recurso, común a todos los presentadores: se rige en portavoz del público.

De hecho, como he podido comprobar, el sector de la audiencia al que pretende representar el presentador cuando ejerce estas funciones de censor suele ser el que mas se enfada con esos cortes.

Ello plantea un problema de máxima importancia desde el punto de vista de la democracia: es evidente que todos los invitados no se comportan igual en el plató. Hay profesionales del plató, verdaderos profesionales de la palabra y del plató, y frente a ellos Aficionados, lo que constituye una desigualdad extraordinaria. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 45) Y para establecer un poquito de igualdad haría falta que el presentador fuera desigual, es decir, que prestara atención a los más desposeídos relativamente.

Se pretende que alguien que no es profesional de la palabra consiga decir algo (y entonces con frecuencia dice cosas extraordinarias, que la gente que se la pasa la vida monopolizando la palabra ni siquiera sería capaz de pensar) hay que llevar a cabo una labor de asistencia a la palabra.

Se trata de ponerse al servicio de alguien cuya palabra es importante, de quien queremos saber que tienen que decir y qué piensa, y por ello le ayudamos a expresarse. Pero no es ni por asomo, lo que hacen los presentadores. No solo ayudan a los desposeídos, sino que los hunden.

Todavía nos movemos en el nivel noménico. Hay que llegar al segundo nivel: la composición del panel de invitados. Es determinante. Se trata de una labor invisible cuyo resultado es la propia composición de ese panel. Hay todo un

trabajo de selección previa: hay personas a las que a uno ni se le ocurriría invitar y las hay que rechazan la invitación. Pero el panel está ahí, y lo que se ve oculta lo que no se ve: cuando se contempla algo acabado, no es posible ver las condiciones sociales de su elaboración. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 46).

La composición del panel de invitados es importante porque es lo que ha de dar la imagen de un equilibrio democrático. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 47).

Hay otro factor invisible: el dispositivo montado previamente, mediante conversaciones preparatorias para sondear a los participantes que puede desembocar en una especie de guión mas o menos rígido, como un molde al que los participantes han de adaptarse. En este guión donde todo esta previsto de antemano la improvisación prácticamente no tiene cabida, ni la palabra libre, sin cortapisas, considerada demasiado arriesgada, incluso peligrosa, para el presentador y su programa.

Este espacio aún tiene otra propiedad invisible: la propia lógica del juego del lenguaje. Este juego que va a desarrollarse tiene unas reglas tácitas, pues cada uno de los invitados sociales por donde circula el discurso posee una estructura tal que hay cosas que pueden decirse y otras que no. Primer presupuesto implícito de este juego del lenguaje: el debate democrático concebido según el modelo la lucha libre; tiene que haber enfrentamientos; no todos los golpes están permitidos; estos han de respetar el molde de la lógica del lenguaje formal erudito. Otras propiedades del espacio: la complicidad entre profesionales a los que he aludido anteriormente. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 48)

Llamó “fast thinkers”, a los especialistas del pensamiento desechable, los profesionales los llaman los “buenos clientes”. Son personas a las que se les puede convidar, se sabe que serán maleables, que no crearán dificultades ni pondrán en apuros y además hablan por los codos, sin problemas. Última cosa invisible, no hay que olvidar el inconsciente de los presentadores. Los periodistas

con sus lentes, con sus categorías de pensamiento, plantean unas preguntas que no tienen que ver con nada. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 49)

La televisión es un instrumento de comunicación muy poco autónomo sobre el que rece una serie de constreñimientos originados por las relaciones sociales entre los periodistas, relaciones de competencia encarnizada, despiadada, hasta el absurdo, pero que son también relaciones de convivencia, de complicidad objetiva, basadas en los intereses comunes vinculados a su posición en el campo de la producción simbólica y en el hecho de que comparten unas estructuras cognitivas y unas categorías de percepción y de valoración ligadas a su origen social y a su formación. De lo que resulta que este instrumento de comunicación aparentemente sin límites que es la televisión está muy controlado. Cuando durante los años sesenta, surgió el fenómeno de la televisión, muchos “sociólogos” se apresuraron a decir que en tanto que “medio de comunicación de masas” iba a “masificar”. La televisión supuestamente iba a nivelar, a homogeneizar más o menos a todos los teleespectadores. Eso significaba subestimar su capacidad de resistencia. Pero sobre todo subestimar la capacidad de la propia televisión para transformar a quienes la producen y, en líneas más generales, a los demás periodistas y a el conjunto de los productores culturales. El fenómeno más importante y que era difícil de prever, es la extensión extraordinaria de la influencia de la televisión sobre el conjunto de las actividades de producción cultural, incluidas las científicas o artísticas. En la actualidad la televisión ha llevado a su extremo, a su límite, una contradicción que atormenta a todos los universos de producción cultural. Me refiero a las contradicciones entre las condiciones económicas y sociales en las que hay que estar situado para poder producir un determinado tipo de obras, (Bourdieu, 1997; pg : 50).

Obras llamadas puras es decir, autónomas en relación con las imposiciones comerciales, y por otra parte las condiciones sociales de transmisión de los productos obtenidos en tales condiciones; es la contradicción entre condiciones en las que hay que estar para poder hacer matemáticas de vanguardia, etc y en las condiciones en las que hay que estar para poder transmitir esas condiciones en todo el mundo. La televisión lleva a su extremo esta contradicción en la medida

es que está más sometida que cualquier otro universo de producción cultural a la presión comercial a través de los índices de audiencia.

Al mismo tiempo, en este microcosmos que es el mundo del periodismo, las tensiones son muy fuertes entre quienes desearían defender los valores de la autonomía, de la libertad respecto de las exigencias de la publicidad, de las presiones, de los jefes, etc y quienes se someten a esas exigencias y son pagados por ello en justa compensación. (Bourdieu, sobre la televisión; 1997: 51).

Es ponerse contra sus propios jefes o su empresa en caso de pensar diferente o emitir juicios de valor contra estas. Las necesidades comerciales se imponen ante necesidades morales o éticas, así que ya sabemos que si vende se queda y si no esta fuera, si atrae publico no importa que no sea totalmente verdadero, al cabo al rato se olvida, con las noticias relámpago son los problemas que se pueden presentar, entre otros...

El periodismo es una de las profesiones insatisfechas, indignadas y en la que es común la náusea o el desánimo ante la realidad de una profesión que se sigue viviendo o reivindicando. Pero estamos lejos de una situación en las que estos despechos y rechazos pudieran convertirse en resistencia individual y colectiva. (Bourdieu, 1997: 52) Y la televisión es un universo en el que se tiene la impresión de que los agentes sociales, por más que aparenten importancia, libertad, autonomía e incluso a veces gocen de un aura extraordinaria, son títeres de unas exigencias que hay que describir, de una estructura que hay que liberar de su ganga y sacar a la luz. (Bourdieu, 1997;pg : 53) Porque tanto empleados como clientes y televidentes somos juguetes con los que se divierten y ganan dinero las televisoras mexicanas y para aplicar esta teoría de Bourdieu, esta el siguiente caso, que no dejara duda de la televisión que estamos viviendo...

## **8.1 INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN**

Dentro del periodismo cabe pensar en alianzas entre periódicos que permitirían neutralizar algunos de los efectos de la competencia, que es la que

provoca la urgencia, que es la que provoca la carrera por la primicia informativa, que es la que hace que se pueda divulgar una información extremadamente peligrosa por el mero hecho de pretender derrotar a un competidor. (Bourdieu, 1997; Pg80).

Actualmente, todos los campos de producción cultural están sometidos a la coerción estructural del campo periodístico. Un campo cada vez más dominado por la lógica comercial impone una creciente coerción sobre los demás universos. A través de la presión de los índices de audiencia, el peso de la economía se ejerce sobre la televisión. Del mismo modo, a través del peso del conjunto del campo periodístico, pesa sobre todos los campos de producción cultural. (Bourdieu, 1997; Pg81)

La heteronomía empieza cuando alguien que no es matemático puede intervenir para dar su parecer sobre los matemáticos.

“Los medios de comunicación pontifican sin cesar”. (Bourdieu, 1997; Pg 83)

Una de las estrategias más corrientes, consiste por ejemplo en incluir a personas que podrían o deberían quedar excluidas, o también en poner en un mismo nivel.

El antiintelectualismo lleva a los periodistas a plantear periódicamente la cuestión de los errores de los intelectuales o a introducir unos debates que solo pueden movilizar a los intelectuales periodistas y que a menudo no tienen razón de ser.

Estas intervenciones exteriores resultan muy amenazadoras, porque pueden engañar a los profanos. (Bourdieu, 1997; 84)

## LA COLABORACIÓN

Escritores para no escritores, filósofos para no filósofos gozarán de un favor televisivo, de un peso periodístico, desproporcionado en relación con su

peso específico en su universo específico. Cada vez más, en determinadas disciplinas, tienen en cuenta la consagración a través de los medios de comunicación. Cuando tal o cual productor de programa de televisión o de radio invita a un investigador, le confiere una forma de reconocimiento. (Bourdieu, 1997; 86)

El arbitraje mediático se vuelve cada vez más importante. Intrusión de poderes mediáticos. La cuestión de saber si uno debe hablar o no por televisión es absolutamente capital. Una complicidad que la sociología permite comprender. (Bourdieu, 1997; 87)

Un campo muy autónomo, el de las matemáticas, por ejemplo, es un campo en el que los productores tienen como únicos clientes a sus competidores, a aquellos que podrían haber hecho en su lugar el descubrimiento que ellos presentan. Para conquistar la autonomía hay que construir una especie de torre de marfil dentro de la cual la gente se juzga, se critica, se combate incluso, pero con conocimiento de causa. (Bourdieu, 1997; 89)

En la televisión, los historiadores no siempre están de acuerdo. No comprende que a menudo, estas discusiones enfrentan a personas que nada tienen en común y que no deberían hablar juntas. Cuanto más autónomo y más rico en capital específico sea un productor cultural, y más orientado este hacia ese mercado restringido en el que como clientes sólo se tiene a los propios competidores, más inclinado se sentirá a la resistencia. Por el contrario cuanto más se destine sus productos al mercado de la gran producción, más tendencia mostrará a colaborar con los poderes externos, Estado, Iglesia, Partido, del periodismo y televisión. (Bourdieu, 1997; 90)

Si los campos científicos, políticos, literarios, están amenazados por el dominio de los medios de comunicación, es porque dentro de ellos hay personas heterónomas.

Si me parece imprescindible combatir a los intelectuales heterónomos, es porque son el caballo de Troya a través del cual la heteronomía, es decir las leyes del mercado, de la economía, se introduce en el campo. (Bordieu, 1997; 91)

A través de los medios de comunicación, que actúan como un instrumento de información movilizadora, puede surgir una forma perversa de democracia directa que hace desaparecer la distancia respecto a la urgencia, a la presión de las pasiones colectivas. Pueden contribuir a crear el acontecimiento, privilegiando un suceso. (Bordieu, 1997; 92)

La televisión produce dos efectos: rebaja el derecho de entrada en un número determinado de campos, filosófico, jurídico, etc. Dispone de los medios para llegar al mayor número posible de personas. Lo que parece difícil de justificar es que se utilice la amplitud de la audiencia para rebajar el derecho de entrada en el campo.

Lo que defiende son las condiciones necesarias para la producción y la difusión de las creaciones más egregias de la humanidad. Para evitar la alternativa del elitismo y la demagogia hay que defender a la vez el mantenimiento e incluso la elevación del derecho de entrada en los campos de producción. (Bordieu, 1997; 94).

Se suele esgrimir la amenaza de la nivelación, puede venir de la intrusión, esta amenaza puede venir de la intrusión de las exigencias mediáticas en los campos de producción cultural. Hay que defender las condiciones de producción necesarias para hacer progresar lo universal y al mismo tiempo obrar para generalizar las condiciones de acceso a lo universal.

Cuanto más compleja es una idea, porque se ha producido en un universo autónomo, más difícil resulta su difusión generalizada. Para superar la dificultad hace falta que los productores que están metidos en su pequeña ciudadela sepan salir de ella y luchar colectivamente para tener unas buenas condiciones de difusión. (Bordieu, 1997; 95).

Se puede y se debe luchar contra los índices de audiencia en nombre de la democracia. Parece una paradoja, porque la gente que defiende el reino de los índices de audiencia pretende que no hay nada más democrático. Los índices de audiencia significan la sanción del mercado, de la economía, de una legalidad externa y puramente comercial, es la demagogia orientada por los sondeos de opinión en materia de política. (Bordieu, 1997;pg 96).

## **8.2 ANEXOS SOBRE EL PERIODISMO**

### LA INFLUENCIA DEL PERIODISMO

La influencia que los mecanismos de un campo periodístico cada vez más sometidos a las exigencias del mercado, ejercen sobre los periodistas y en parte a través de ellos, sobre los diferentes campos de producción cultural. Dos errores opuestos: la ilusión de lo nunca visto y la ilusión del siempre es así. (Bordieu, 1997;pg 101)

Los efectos que el desarrollo de la televisión produce en el campo periodístico, en todos los demás campos, incomparablemente más importantes, en intensidad y amplitud. (Bordieu, 1997;pg 102)

El grado de autonomía del periodista depende del grado de concentración de la prensa, luego de la posición de periódico en el espacio de los periódicos, es decir cerca del polo intelectual o del polo comercial, luego también de su posición en el periódico o en el medio de comunicación. (Bordieu, 1997;pg 103)

El monopolio de la información facilita a las autoridades gubernamentales y a la administración, a la policía, a las autoridades jurídicas, científicas, etc. La prensa trata de manipular a quienes poseen la información para intentar conseguirla y asegurarse su exclusiva.



## PROPIEDADES DEL CAMPO PERIÓDISTICO

El campo periodístico contribuye a reforzar, en el seno de todos los campos, lo “comercial” en detrimento de lo “puro”( Bordieu, 1997;pg 104)

Dos principios de legitimación. El reconocimiento por los colegas, otorgado a aquellos que atacan más completamente los “valores” o los principios internos, y el reconocimiento por el mayor número posible de gente, materializando en el número de entradas, de lectores, de oyentes o de espectadores. (Bordieu, 1997;pg 105)

Se tiende a citar las fuentes, para dotarse de un aura de respetabilidad. El campo periodístico está permanentemente sometido a la prueba de los veredictos del mercado, a través de la sanción, directa, de la clientela o indirecta de los índices de audiencia. (Bordieu, 1997;pg 106)

Los periodistas más jóvenes y menos establecidos son más propensos a oponer los principios y los valores de la profesión a las exigencias más realistas o más cínicas, de sus veteranos.

El bien que son las noticias, la competencia por la clientela tiende a adoptar la forma de una competencia por la prioridad, es decir, por las noticias más nuevas. (Bordieu, 1997;pg 107).

Muchas de esas primicias informativas que se buscan y se valoran en tanto que basadas en la conquista de la clientela, están condenadas a permanecer ignoradas por los lectores o los espectadores y a ser advertidas solo por los competidores. (Bordieu, 1997;pg 108).

Otro efecto de campo: la competencia incita a ejercer una vigilancia permanente de las actividades de los competidores. Temas de números especiales que uno se siente obligado a imitar; temas que hay que cubrir porque otros lo han descubierto. La competencia lejos de ser automáticamente

generadora de originalidad y diversidad, tiende a menudo a favorecer la uniformidad de la oferta. El hecho de que las periódicas listas de mejores programas o artículos mediante las cuales los intelectuales periodistas tratan de imponer su visión del campo. (Bourdieu, 1997;pg 109)

### LOS EFECTOS DE LA INTRUSIÓN

Los periodistas y los periódicos “serios” pierden parte de su prestigio y se encuentran a su vez obligados a hacer concesiones a la lógica del mercado y del marketing, introducida por la televisión comercial. (Bourdieu, 1997;pg 111)

La lógica comercial, tiende a amenazar la autonomía de los diferentes campos de producción cultural. La influencia del campo periodístico sobre los campos de producción cultural se ejerce principalmente a través de la intervención de unos productores culturales situados en un lugar incierto entre el campo periodístico y los campos especializados. Estos intelectuales periodistas que utilizan su doble pertenencia, están en disposición de ejercer dos efectos importantes. Por una parte, introducir formas nuevas de producción cultural, situadas en una zona mal definida entre el esoterismo universitario y el exoterismo periodístico. Por otra parte imponer, en particular a través de sus juicios críticos, unos principios de valoración de las producciones culturales que, al conferir la ratificación de una apariencia de autoridad intelectual a las sanciones del mercado, y al reforzar la propensión espontánea de determinadas categorías de consumidores a la ortodoxia, tienden a reforzar el efecto de los índices de audiencia o de la bestseller list. (Bourdieu, 1997;pg 113).

Escritores del siglo pasado se revelan ante la idea de que el arte pudiera quedar sometido al veredicto de sufragio universal. Ante esta amenaza hay dos estrategias posibles: señalar firmemente los límites del campo y tratar de restaurar sus fronteras. (Bourdieu, 1997;pg 114).

El dominio del campo periodístico refuerza las tendencias de los agentes comprometidos en el campo político a someterse a la presión de las expectativas

y las exigencias del mayor número posible de personas. Salvo cuando hace uso de las libertades y de los poderes críticos que le garantiza su autonomía, la prensa sobre todo televisiva, actúa en el mismo sentido que el sondeo, con el que a su vez también debe contar. El sondeo insta a los electores una relación directa, sin mediación, que deja fuera de juego a todos los agentes individuales o colectivos socialmente designados para elaborar y proponer opiniones constituidas; desposee a todos los mandatarios y a todos los portavoces de su pretensión. (Bourdieu, 1997;pg 116).

### LOS JUEGOS OLÍMPICOS. PROGRAMA PARA UN ANALISIS

El referente oculto es el conjunto de las representaciones de este espectáculo que filman y difunden las televisiones de los diferentes países. Cada telespectador puede tener la ilusión de ver el espectáculo olímpico en su verdad. Los desfiles de apertura y de clausura en tanto que soporte de cuñas publicitarias, se convierten en un producto comercial sometido a la lógica del mercado. (Bourdieu, 1997;pg 120).

El peso relativo de los diferentes deportes en las organizaciones deportivas internacionales tiende a depender cada vez más de su éxito televisivo y de los beneficios económicos subsiguientes. Habría que tomar como objeto el conjunto del campo de producción de los juegos olímpicos en cuanto que espectáculo televisado, o mejor aún en el lenguaje del marketing.

Dominado por una reducida camarilla de dirigentes deportivos y de representantes de las grandes marcas industriales que controla la venta de los derechos de retransmisión. (Bourdieu, 1997;pg 121)

### 8.3 APLICACIÓN DEL CASO 68 CON AHUMADA... AHÍ ESTA LA DIFERENCIA

Pierre Bordieu, manifiesta una preponderancia creciente y constante de la televisión sobre otros campos sociológicos como lo puede ser la religión, la política, lo que antes no era; porque además de la dificultad de los periodistas para desarrollarse éticamente dentro de la televisión, para comprobar toda esta teoría contraponemos el suceso de la matanza de 1998, con lo que actualmente en el 2004 ocurrió con un conocido personaje: Carlos Ahumada...

La terrible matanza de 1968, ha quedado marcada en la memoria de toda una sociedad, de varias generaciones que vivieron y vieron de cerca tal suceso, pero para los que paso desapercibido fue para los medios de comunicación: Jacobo Zabłudowski transmitió noticias sobre las olimpiadas, disfrazando lo que estaba ocurriendo con entretenimiento deportivo; Pero lo que realmente pasaba ese día era que el movimiento estudiantil era reprimido de la forma más sangrienta, cruel y cínica posible en la llamada Matanza de la Plaza de las Tres Culturas. no menos de 700 heridos, un número de muertos que oscila entre 150 y 300, algunos de los cuales probablemente fueron arrojados al océano desde aviones militares, 5.000 estudiantes detenidos, algunos de ellos sometidos a torturas y falsas fusilaciones y 300 de ellos permanecieron en la cárcel hasta la amnistía de 1971. ¿Dónde estaban los medios de comunicación en ese momento?... sirviendo a un gobierno injusto y cruel, desprendiéndose del compromiso que tienen con la gente, de la lealtad que le deben a la verdad y a la ética de la veracidad. Televisa, que ahora es un canal que no deja pasar la oportunidad de transmitir lo que va a atraer a la gente; eso hubiera generado reacciones y tal vez las cosas hubieran sido muy diferentes.

Pero a pesar de ello hay quienes se interesaron por descubrir la verdad, como lo es Mireya Cuellar, periodista del canal 6 de Julio el cual produce, exhibe y distribuye documentales en video, abordando temas y enfoques que la televisión comercial oculta desde 1988. Los videos producidos por el Canal abordan temas

sobre: elecciones, derechos humanos; economía y política; contrainsurgencia y grupos armados.

Mucho se ha hablado de la libertad de expresión en México, Canal 6 de Julio, A.C. no sólo ha luchado por la libertad de expresión, sino además ha sido actor y al mismo tiempo cronista de la lucha por lograr el derecho a la información, desentrañando los acontecimientos a través de imágenes censuradas o negadas por otros actores.

Su misión es realizar una tarea de información y «contrainformación», frente a los medios oficiales y privados, buscando dar voz a los sectores que no tienen acceso a los medios de información, en temas políticos, sociales, de derechos humanos y debate en la economía. De instituciones como esta deberían aprender nuestras queridas televisoras ¿no?... Además así nos ayudarían a desarrollar un sentido común y social.

"La matanza del 2 de octubre de 1968, organizada desde el gobierno para cortar de tajo el movimiento estudiantil, oscureció la mañana de cientos de jóvenes y se convirtió en "una especie de mal viaje para mucha gente; gente que tiró el ancla en la Plaza de las Tres Culturas porque cree que ahí se perdió o se ganó todo". Carlos Mendoza, realizador de Tlatelolco, (el documental donde están recopiladas muchas verdades de este suceso) propone entonces cerrar esa herida social con la única cura posible: saber qué pasó, conocer la verdad. Por eso mismo cuestiona el tratamiento que los medios de comunicación han dado al tema en años anteriores; que es a lo que nos referimos al exponer este tema en este trabajo de investigación y porque ahora que ya no podemos hacer nada por esa gente que tanto sufrió solo por defender sus ideales, es cuando los medios hablan de lo ocurrido, la televisión le da cabida al tema cada que la fecha conmemorativa llega y hace alarde de la injusticia que se cometió (y que gracias a ellos la población no supo la verdadera trascendencia de esta brutal matanza que el gobierno sin remordimiento cometió y luego con su gran poder acallo) La apertura reciente de los archivos permitió que el 68 entrara a la televisión y a los periódicos, pero "en una especie de círculo vicioso, pues con tal de presentar una

aparente primicia o exclusiva están dejando de ver el bosque. Así sean imágenes inéditas, fotos o testimonios, aparecen de tal manera desordenados o descontextualizados que no contribuyen a avanzar en el conocimiento colectivo de lo ocurrido". Porque si salen como sucedieron con concordancia y organización entonces la gente se daría cuenta que en el 68 el campo simbólico que prevalecía era el de la política de gobierno, sobre todos los demás y en especial sobre los medios.

Pero ahora las cosas cambian y los medios han desarrollado un inmenso poder, hasta el grado de recibir el nombre, junto con otros medios de comunicación "el cuarto poder", esto nos evoca a la teoría de Bordieu, el campo de la televisión esta sobre otros, ahora hasta sobre el de la política, la televisión controla, satiriza, burla a los políticos, al gobierno y a quien se le ponga en frente.

Tenemos el caso Ahumada, Presidente de la compañía constructora "Grupo Quart" y dueño de los equipos de foot ball: León y Santos Laguna de primera división, así como presidente del periódico Independiente. Este hombre que acaparo todos los medios de comunicación desde principios de Marzo hasta finales del mismo. Un seguimiento constante a la noticia que se desato con unos video escándalo donde este personaje Carlos Ahumada le daba dinero "chueco" a Rene Bejarano, miembro del PRD, dinero ilícito que los comprometía en actos corruptos, ahí comenzó todo. En este tema los medios hicieron y deshicieron, muchos periódicos manejaban esta nota solo diciendo o publicando lo que tenía fuentes verificadas; sin embargo también existe la situación de que los medios impresos se basaban en el medio televisivo, debido a que López Doriga tenía el control de la información, las entrevistas y en sus manos el video que comprometía a estos dos personajes. Televisa tenia todas las notas y las primeras noticias, en TV Azteca la noticia de Ahumada si era primordial, le dieron bastante auge, jugaron con los personajes y la televisión manipulo la noticia, los principales noticieros; a diferencia de la matanza del 68, este caso si fue seguido, con el afán de decir que la televisión y por medio de un video (técnica visual) se proyecta la verdad, la corrupción al descubierto...

El caso Ahumada fue seguido a lo largo de su proceso, se recopiló información desde sus primeros fraudes, y cuando se va del país y lo encuentran, toda la atención de los medios se centra en él, en sus declaraciones y aun después de que ya ha sido condenado socialmente se le da la oportunidad de decir su verdad....

Con estos ejemplos contrapuestos, nos damos cuenta de cómo el poder de la televisión ha crecido en sobremanera y como aunque se pretendan nuevos periodistas con visiones e ideas diferentes, el tema preponderante es uno y todos deben acoplarse.

## CAPITULO IX GILLES LIPOVESTKY. ¿HAY QUE QUEMAR A LOS MEDIOS?

Los medios de comunicación de masas no tardaron en ser acusados de constituir instrumentos de manipulación y de alienación.

La escuela de Frankfurt estigmatizó las industrias culturales en lugar de obras de arte en productos de consumo; fabrica de estereotipos cuyo papel consiste en consolidar el conformismo, justificar el orden establecido, desarrollar "la falsa conciencia". Control y manipulación de la opinión, estandarización de las ideas y los gustos: omnipotencia. (Lipovestky, 1998 pg:99)

La causa son las horas pasadas delante de la pantalla, así como cretinismo de los programas. Los medios con programas de variedades transforman la política en espectáculo. Demonio responsable de todos nuestros males: los medios. (Lipovestky, 1998 pg:pg:100)

La publicidad se ha esforzado por destruir las costumbres locales y los comportamientos tradicionales, para inculcar las normas modernas del consumismo; juventud y novedades. "felicidad conformista", uniformización de los gustos y las actitudes.

Cada día millones y millones de personas escuchan los mismos discos, ven las mismas series televisivas, contemplan los mismos anuncios publicitarios. (Lipovestky, 1998 pg:pg:101)

Algunos hablan de una "tiranía" de la belleza ejercida por los medios contemporáneos, pretenden la normalización obsesiva del aspecto físico.

De ahí las innumerables puestas en guardia contra las amenazas del conformismo y de despersonalización engendradas por los medios. La tesis de la masificación. (Lipovestky, 1998 pg:102). Los gustos y las costumbres son



ampliamente determinados por las culturas de clase y las luchas por las señas distintivas.

El advenimiento histórico de una nueva cultura individualista.

La prensa, el cine, la televisión y la publicidad han difundido en todo el cuerpo social las normas de la felicidad y el consumo privados, de la libertad individual, del ocio y los viajes, del goce erótico.

Los medios se han convertido en agentes disolventes de la fuerza de las tradiciones y de las antiguas estanquidades de clase, de las morales rigoristas y de las grandes ideologías políticas. (Lipovestky, 1998 pg:pg:103)

Los medios han desencadenado una dinámica de emancipación de los individuos con respecto a las autoridades institucionalizadas y las obligaciones de pertenencia.

Segunda revolución individualista, marcada por el fracaso de los grandes sistemas ideológicos, por la cultura del cuerpo, del hedonismo y del psicologismo, por el culto a la autonomía subjetiva.

El imperio del consumo y de la comunicación de masas ha desembocado en un individuo deinstitutionalizado y opcional, que reivindica en todos los planos el derecho de autogobernarse.

Las técnicas de comunicación de masas han favorecido los nuevos modos de vida individualistas de un modo más "mecánico". (Lipovestky, 1998 pg:104)

La televisión ha puesto fin a la frecuentación regular del bar de barrio por parte de los hombres, cada vez se sigue más el deporte en la pequeña pantalla. Los lugares tradicionales de sociabilidad ceden por doquier terreno al universo privatizado del consumo de objetos, de imágenes y de sonidos. (Lipovestky, 1998 pg:105)

“El medio constituye el mensaje”, muy acertado, los medios en las sociedades democráticas trabajan por privatizar los comportamientos, por individualizar las costumbres, por privilegiar lo individual en detrimento de lo colectivo. (Lipovestky, 1998 pg:106)

Se acusa de embrutecer a los individuos, de infantilizar al público, de atrofiar sus facultades intelectuales con una ola de informaciones superficiales, fragmentarias, puestas en escena para divertirnos. Los medios y la tv en particular no están ahí para educarnos sino para distraernos y obtener máxima audiencia. (Lipovestky, 1998 pg:106)

Las cuestiones relativas a la vida política, a los problemas sociales, a la cultura, a la salud se pone al alcance de todos, los individuos se hallan en condiciones de establecer comparaciones, los medios se esfuerzan en que los individuos pierdan la confianza en los partidos políticos y las iglesias, a emanciparlos respecto de ideologías monolíticas. (Lipovestky, 1998 pg:107)

Los medios distan mucho de cumplir las promesas de una plena democratización de la cultura. Los gustos del público se orientan masivamente hacia las películas y los espectáculos de deportes o variedades. La tasa de lectura ha dejado de progresar desde hace años. (Lipovestky, 1998 pg:108)

Cada vez más, los libros son objeto de uso utilitario, ya sea en relación con la actividad profesional o con la vida cotidiana.

No es la pasión por el pensamiento lo que triunfa, sino la exigencia de saberes y de información inmediatamente operacionales.

Estancamiento de la lectura: son sinónimo de fracaso del pensamiento, los medios no son en absoluto ajenos a tales evoluciones. (Lipovestky, 1998 pg:110).

Individualismo paradójico, acompaña al universo contemporáneo de los medios. La cultura postmoderna ensalza la calidad de vida, pero al mismo tiempo

los individuos permanecen “pegados” a la pantalla del televisor. El consumo televisivo más como una costumbre que como la expresión de una elección individual deliberada. (Lipovestky, 1998 pg:111)

Los medios han favorecido el auge de la autonomía de los individuos. Si bien los medios funcionan como instrumentos de estimulación y de legitimación hedonista contribuyen a destilar un estado de inseguridad, a amplificar los medios cotidianos. Los medios se encaminan hacia el ludismo y hacia la ligereza recreativa, no se cansan de intensificar las imágenes de un mundo rebotante de catástrofes y peligros (sensacionalismo). (Lipovestky, 1998 pg:112).

Los medios vuelven pasivos a los ciudadanos, crean una situación que permite a los individuos replantearse lo existente, tomar partido, exigir mayores controles, tomar partido exigir mayores controles. (pg:113)

La televisión es comunicación sin respuesta. (Lipovestky, 1998 pg:114)

¿Los medios destruyen las experiencias afectivas comunes y el placer de las vastas concentraciones?. No han impedido que se multipliquen nuevas formas de emoción o de efervescencia colectiva.

Los medios no han logrado desintegrar los deseos de jerga y las exuberancias que ésta conlleva, las diversas agregaciones sociales de índole gozosa o triste. (Lipovestky, 1998 pg:116)

Las nuevas exteriorizaciones colectivas de los sentimientos están ligadas, de cerca o lejos, al impacto de los medios. Los medios no se reducen a instrumentos de enclaustramiento doméstico. (Lipovestky, 1998 pg:117).

Complejo mediático-individualista, son la expresión colectiva de una cultura que magnifica el libre autogobierno, la experiencia íntima, los placeres del presente. La cultura mediática es una cultura mosaico, el poder emocional de los medios es profundo, superficial, no mecánico. (Lipovestky, 1998 pg:118)

Los medios no consiguen controlar ni fabricar totalmente los gustos y las reacciones del público, los favorece, mas no los rige. (Lipovestky, 1998 pg:119).

La televisión pervierte la democracia y degrada el espacio público; simplifica de manera ultrajante el debate político, el show sustituye a la ideología, la imagen a las ideas, los latiguillos a la argumentación. La televisión se esforzaría por despolitizar la política.

Sustituye al militante un ciudadano-televidente distraído y pasivo, menos interesado por los problemas de fondo que por los espectáculos de todas clases, incluidos los político-mediáticos. (Lipovestky, 1998 pg:119).

Con la televisión, el espacio político está dominado por las figuras mediáticas capaces de controlar las técnicas de comunicación. Se forma la opinión a partir de informaciones menos “marcadas” políticamente y presentadas a todos de manera idéntica. (Lipovestky, 1998 pg:120).

Los medios mas que alienar al ciudadano, lo han hecho autónomo en relación con los partidos políticos, lo han transformado en elector capaz de formular juicios, se ha pasado de una “democracia de partidos” a una “democracia del público”, sin embargo no todo es positivo, en las sociedades político-mediáticas, a la mayoría de los ciudadanos la vida política no les afecta demasiado, ya no creen en los grandes proyectos colectivos, tienden a desinteresarse. En época de elecciones, los partidos de foot ball captan más telespectadores que los debates políticos. Aparece el escepticismo, el descrédito a la política. Los medios acentúan la pérdida de confianza en la clase política, el sentimiento de “todos son corruptos”. (Lipovestky, 1998 pg:121).

Por primera vez desde finales del siglo XVIII, las sociedades liberales ya no tienen otro proyecto político que la democracia. (Lipovestky, 1998 pg:122).

Los medios son agentes de consolidación de las democracias, se esfuerzan por descalificar el autoritarismo, los llamamientos históricos a la

violencia y a las cruzadas: están del lado de la moderación, no de la excomuni3n. Los medios funcionan como amplificadores de pacificaci3n colectiva y de desdramatizaci3n de la vida social. (Lipovestky, 1998 pg:125).

Popper veía en la televisi3n una terrible amenaza para la democracia, pero me he esforzado por combatir esa satanizaci3n, pues la televisi3n es m3s un instrumento de una vida polític3 democrática de masas que una nueva barbarie. Ningún estudio ha conseguido establecer una causalidad directa entre violencia televisiva y criminalidad real. (Lipovestky, 1998 pg:126).

La televisi3n desempeña un papel crucial en el proceso de socializaci3n de los jóvenes. En algunos medios, la tele representa la fuente esencial de conocimiento de los jóvenes. La pequeña pantalla no carga por sí sola con la responsabilidad del “malestar en socializaci3n”, otras instancias, sociales, familiares, escolares, est3n directamente implicadas.

## CAPITULO X CONCLUSIONES

La televisión data de 1873, por el inglés W. Smith May. El primer dispositivo fue el llamado disco Nipkow, patentado por el inventor alemán Paúl Gottlieb Nipkow en 1884, pero hasta 1906 fue patentado el primer sistema de televisión. Las primeras emisiones las llevó acabo la BBC de Inglaterra y la NBC en Estados Unidos; poco tiempo después el Ingeniero mexicano González Camarena crea la televisión a color, el 19 de agosto de 1940.

A continuación un cuadro donde destacamos los postulados de cada uno de nuestros autores concluyendo con esto que cada una de las premisas se aplican a la televisión mexicana y que aquí se marca facilmente en que coinciden las criticas y las propias ideas de cada uno.

<b>Marshall Mc Luhan</b>	Importancia del medio sobre el mensaje, al grado de incluso supeditarlo este (el mensaje) al medio (la televisión). El medio transforma nuestra propia forma de percibir la realidad, al confeccionar y condicionar cualquier mensaje al medio que se empleé para transmitirlo.
--------------------------	--

**Giovanni Sartori**

El medio puede transformar profundamente nuestra forma de percibir y de interpretar la realidad, al grado de transformar al “homo sapiens” en “homo videns”, en detrimento de sus capacidades de análisis, reflexión, etc.

Consumidor de imágenes impactantes, pasivo, sin capacidad de interpretarlas, mucho menos de comprenderlas.

Subordinando su visión del mundo a un compendio de imágenes deshilvanadas e inconexas que lo hacen un sujeto manipulable fácil y efectivamente en el ámbito de la toma de decisiones políticas y de la mercadotecnia y parafernalia de las grandes campañas de elección política, en detrimento total de la democracia.

## Umberto Eco

El problema de la prensa radica en la objetividad, ya que hay una diferencia borrosa entre noticia y comentario. Los medios son instrumento de poder controlado por partidos políticos y grupos económicos.

Cuando no habla de otro medio de comunicación habla de si misma, la televisión se mira como en un espejo.

Existencia dos grupos sociales: los apocalípticos (desconfianza hacia el igualitarismo, el asenso democrático de las multitudes, el razonamiento hecho por los débiles) y los integrados (la cultura de masas que acerca manifestaciones artísticas a gente que no tenía acceso a ellas).

Cultura de masas: "irrupción de las multitudes en la vida social, se transformo en un fenómeno evidente y perdurable.

Todo el contenido es homogeneizado, la cultura ha venido provocando lo que actualmente conocemos como globalización, esto provoca la destrucción de las características culturales de grupos sociales y étnicos, pero al mismo tiempo le permite a cualquier persona acercarse más a la cultura, de intentar borrar cualquier desigualdad.

El medio no es el mensaje sino que este depende del código, mismo que depende de las costumbres y cultura 265



**Gustavo Bueno**

La manipulación que ejerce la televisión es por medio de la realidad, de su transformación y manejo.

“Lo que no esta en el mundo, tampoco está en Televisión”

“Lo que no esta ( o aparece) en la pantalla tampoco está en el mundo”

“Lo que esta en la pantalla, esta en el mundo y lo que esta en el mundo está en la pantalla”

“Ni la televisión es una parte del mundo, ni el mundo es un “mundo entorno” de la televisión”

“La formación de las verdades y de las apariencias en televisión”.

Hay algunos que solo dan credibilidad a lo que en su mundo observa, sin embargo, podemos ser engañados en aspectos importantes de la vida.

El hombre esta acostumbrado a las apariencias y sombras, es difícil que crea en aquellos que salieron de la caverna y vieron la realidad del mundo.

Hablar de «verdad», en televisión, sólo será posible cuando se haga intervenir un sujeto operatorio a través del cual la realidad se hace presente no ya directamente ante el sujeto, sino a través de las apariencias, en este caso televisadas.

## Escuela de Frankfurt

Televisión en México es un producto de la industria Cultural: "caja idiota". Se interpreta el contenido de los programas como medio para difundir valores burgueses, mantener el control social y político cultivando el conformismo y la fuga de la realidad de las clases trabajadoras, alejándola de cualquier alternativa revolucionaria. Niegan al hombre la capacidad de conocer realmente lo que es su existencia, a causa del goce banal de la industria cultural.

En televisión la libertad se restringe en elegir un producto u otro.

Postura crítica ante el consumismo descomunal, ante la falsa proyección de la sociedad y así mismo ante una "cultura de masas" manipulada y falsa.

**Noam Chomsky**

El dinero, provoca que haya una centralización de los medios y que solo unos pocos (los ricos) tengan acceso a escribir, hablar o producir en televisión. Con la publicidad, se deforman las noticias, porque estas deben responder a los intereses de los anunciantes, ya no existe un conjunto de ciudadanos, sino de consumidores. Con la dependencia de la información, el flujo de noticias a bajo costo responde a sistemas sociales, donde en su mayoría funcionarios de gobierno facilitan la información. La censura, provoca reacciones negativas frente a declaraciones de los medios. Prohibido el anticomunismo, porque nos debemos a un sistema capitalista impuesto por la máxima potencia del mundo.

**Pierre Bordieu**

La televisión ha ganado, simbólicamente hablando, un capital mayor, al grado de subsumir y denigrar otros campos simbólicos.

La gente esta en televisión no porque tenga algo importante que decir, sino para ser vista, para dejarse ver.

La televisión es un instrumento que ofrece la posibilidad de llegar a todo el mundo, lamentablemente el tema y las condiciones son impuestas.

Lo que pesa sobre la televisión es la coerción económica.

La televisión puede ocultar mostrando, es decir atrae la atención en banalidades para evitar que salga a la luz lo realmente importante.

Lo que pretende ser un instrumento que refleja la realidad, acaba convirtiéndose en instrumento que crea una realidad.

**Guilles Lipovetsky**

Advenimiento de una cultura individualista de manera mecánica y subjetiva.

La televisión esta, no para informarnos, sino para entretenernos.

Si bien los medios funcionan como instrumentos de estimulación y de legitimación hedonista, contribuyen a destilar un estado de inseguridad, a magnificar los medios cotidianos, sin embargo los individuos permanecen "pegados" a la pantalla del televisor.

## Karl Popper

La televisión es un ente que influencia en 100% nuestra sociedad, más aún a los niños, cambia las bases de la educación.

Los niños ven televisión porque tratan de entender el mundo, pero la pantalla desinforma.

La televisión vive en el presente, no tiene respeto al pasado y muestra escaso interés por el futuro, esta cada vez más orientada a lo sexual y sensacional, y aunque tiene tremenda fuerza para el mal, también la tiene para el bien, solo que hay que saber que y como hacerlo.

Propuesta: crear una patente; que cualquiera que esté ligado a la producción televisiva deba tener, una licencia, una cédula profesional, que le pueda ser retirada de por vida cuando actúe en contravención de ciertos principios, y en el momento que se afecte al televidente.

La televisión produce basura, produce violencia y la lleva a casas donde la violencia se desconocería si no fuera por este medio. Tiene un poder político colosal, tratan este medio como si fuese Dios el que hablara.

## BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez José Luis. Como hacer investigación cualitativa, Fundamentos y Metodología. Edit paidos Educador. México 2004. 213pp.
- Baudrillard Jean Cultura y Simulacro Edit Keirós, Barcelona, 1978. 184 pp.
- Bordieu, Pierre Sobre la Televisión Titulo original Dur la television, suivi de Lémprise du Journalisme Traducción Thomas Kauf. edit Anagrama, Tercera edición enero 2000, Barcelona.
- Bueno Gustavo. Televisión: Apariencia y Verdad Ed. Gedisa. España 2000. 333pp.
- De Fleur Melvin y Ball-Rokeach Sandra Teorias de la comunicación de masas Titulo original Theories of mass communication\_por Longman, Nueva Cork y Londres 1982. Traducción Homero Alsina Thevenet. Edit Paídos ibérica. Sexta reimpresión 1991 México, 346 pp.
- Eco Umberto apocalípticos e Integrados Titulo original Apocalittici e integrati, Valentino Bonpiani 1965. Traducción Andrés Boglar Edit Lumen. Tercera reimpresión junio 2003. México, 366pp.
- Eco Umberto La estrategia de la ilusión Titulo original Semiología cotidiana, traducción: Edgardo oviedo. Segunda edición 1996, España.
- Eco Umberto, Cinco escritos morales Titulo Original Cinque scritti morali. Traducción Helena Lozano Miralles. Editorial Lumen S.A Bompiani 1997, Barcelona España, 140 pp.
- Eco, Humberto Tratados de Semiotica General Edit. Nueva Imagen, 1978, España
- Eco, Umberto. Cómo se hace una tesis. Título original Come si fa una tesi di laurea. Tascabili Bompiani, 1977. traducción Lucía Baranda y Alberto Clavería Ibáñez. Edit. Gedisa. S. A. Sexta reimpresión. Enero 2005. Barcelona, España. 233 pp.
- Ética, medios de comunicación, empresa. Trad. de Juanan Bignozzi, y Rosa Alapont. Anagrama. Colección Argumentos.2002

- Fernández Claudia, Paxman Andrew El Tigre Emilio Azcarraga y su imperio Televisa Edit Grijalbo 2001 México. 670 pp.
- Flick Uwe. Introducción a la investigación cualitativa. Título original Qualitative Sozialforschung by Rowohlt, Taschenbuch Verlag, Gmbtl, Reinbek bei Hamburg 2002. Traducción Tomas del Amo Edit, Morata SL y Paidea Galicia "Colección pedagogía" Educación Crítica. Director Jurjo Torres Santote 2004 España. 322pp.
- Giddens, Anthony. Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas. Runaway World trad. de Pedro Cifuentes. Taurus. Pensamiento. México. 2001.
- Gonzalez Treviño Jorge Enrique Televisión y comunicación, un enfoque teórico práctico Edit Addison Wesley Longman. Primera edición 1994 México. 280 pp.
- Horkheimer Max y Adorno Teodor W. La Industria Cultural, Dialectica del Iluminismo. Sur, B.s. A.s. , 1969, 146-200 pp.  
José L. López Cano. Metodo e Hipótesis Científica, el analisis y la sintesis
- Lafforgue Martín y Sanyú. Sociología para Principiantes. Era naciente SRL. Buenos Aires Argentina 2002 176 pp.
- Lipovestky Guilles. Metamorfosis de la cultura liberal. Trad. de Juanan Bignozzi, y Rosa Alapont. Anagrama. Colección Argumentos. 1998
- Lipovestky, Gillles La era del vacío. Ensayos sobre el individualismo contemporáneo. Trad. de Juanan Bignozzi, y Rosa Alapont. Anagrama. Colección Argumentos. 1994
- Lipovestky, Gillles. El crepúsculo del deber. LA ética indolora de los nuevos tiempos democráticos. Trad. de Juanan Bignozzi, y Rosa Alapont. Anagrama. Colección Argumentos.
- Lozano José Carlos Teoría e investigación de la comunicación de masas Edit Alambra, Mexicana, primera edición 1996 México. 233 pp.
- M. Petit Cristina etal Televisión: la caja que socializa Edit Brujas, Segunda edición 2002 Cordoba Argentina. 213 pp.
- Magnus Enzensberg Hans Elementos para una teoría de los medios de comunicación Título Original Baukasten Sur Theorie der Medien Kurabuch,



1971. Traducción Michael Feber-Kaiser. Edit Anagrama. Tercera edición, septiembre 1981. Barcelona 74 pp.
- Mc Luhan Escritos Esenciales Ed. Paidós 1998, México, 276 pg.
  - Mc Luhan La comprensión de los medios como las extensiones del hombre Ed. Diana, tercera edición 1989 México. 109 pp.
  - Mc Luhan Marshall y Eric Leyes de los medios la nueva ciencia Titulo original Laws of media, the new science 1988. Traducción Juan José Utrilla. Edit Patria S.A de C. V, primera edición 1990 México, 269 pp.
  - Mc Quail Denis La acción de los medios Amorrourtu editores, Buenos Aires Argentina 1998 270 pp.
  - Mejia Fernando, Toussaint Florence etal Televisa: El quinto poder Edit Claves Latinoamericanas. Segunda edición marzo 1987 México. 237 pp.
  - Mejia Prieto Jorge Historia de la Radio y la Televisión en México Colección México vivo. México 1972. 200pp.
  - Pérez Negrón, Heron En pos del signo Colegio de Michoacan Edit Paidós Zamora 1978
  - Popper Kart/John Condry "Televisión, Mala maestra", Titulo original Cattiva maestra televisione 1994. Traducción Isidro Rosas Alvarado. Colección Popular, Fondo de Cultura Económica. Segunda reimpresión 2002, México 117 pp.
  - Quijada Soto, Miguel Angel La televisión, analisis y práctica de la producción de programas Ed. Trillas. Segunda reimpresión junio 1994 México. 109 pp.
  - Rodríguez Gomez Gregorio etal. Metodología de la investigación cualitativa. Ediciones Aljibe. México, 1996
  - Rojas Soriano, Raúl Guía para realizar investigaciones sociales Ed. Plaza y Valdés. 10ª edición, marzo de 1993. Méxicó, 286pp.
  - Sartori, Giovanni Homo Videns La sociedad Teledirigida. Titulo Original Homo Videns 1997. Traducción Ana Díaz Soler, Ed. Taurus. España 1998, quinta impresión junio de 1999 México. 159 pp

- Septien Crespo, Jaime La industria de la Radio y la Televisión Tomo 1 (1921-1950) Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. 1999. México, 200pp.
- Subirats Eduardo Cinco Tesis sobre las vanguardias, El final de las vanguardias Edit Anthropos, Barcelona 1989. 185 pp.
- Terence Gordon W, Willmarth Susan Mc Luhan para principiantes Titulo original Mc Luhan for Beginners. Traducción Guillermo Sabanes. Edit Era Naciente SRL. Buenos Aires Argentina, 1997. 160 pp.
- Villamil Jenaro La Televisión que nos Gobierna. Modelo y Estructura de sus Origenes Edit Grijalbo México 2005. 239 pp.
- Walter Benjamín pequeña historia de la fotografía edit Taurus, Madrid 1972 61-85 pp.
- Walter Benjamín, La obra de arte en la época de la reproductividad técnica, Discursos Interrumpidos I Edit Taurus, Madrid, 1972, 15-59 pp.
- Wimmer Roger, Joseph Dominick Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación Titulo original Mass Media Reseca, an Introduction por Wadsworth publishing Company. Traducción Carlos Arenas Monreal. Internacional Thomson Editores. Sexta edición 2000, México, 500pp.
- Wolf , Mauro. La Investigación de la comunicación de Masas. Titulo original Teorie delle comunicación di masa, publicado en italiano por Bompiani Milán, Traducción Carmen Artal. Edit Paidos. Reimpresión 1999. Buenos Aires, 318 pp.

## TESIS

“La televisión y las Disputas Políticas por el modelo ideológico- cultural Neoliberal en México”.

David Parra, Yazmin Isabel “Crítica de la difusión cultural en la Tv de Morelia 2001”

La Televisión dentro del Contexto educativo, consideraciones Teóricas”

Maria Vanessa Rico Pérez “Los efectos de la televisión como medio de comunicación masiva en el proceso de transculturación de los jóvenes de la UNLA” Morelia Michoacán 2001.

Mavil Valdespino Tello “Televisión, familia en crisis y violencia, un paisaje cotidiano”. Abril, 1998, Morelia Michoacán.

Wendy Cecilia Chavez Garibay “La televisión como medio de comunicación y su influencia como factor de deformación cultural en Tzintzunzan Michoacán” 1999 Morelia Michoacán

## REVISTAS

Esquivel Jesús Medios amordazados pg 16-20 Proceso 23 de marzo del 2003, México.

Esquivel Jesús y Scherer Ibarra María El tigrillo: ambición sin fronteras pg 52-53 proceso 13 de julio del 2003

Fernández Christlieb Fátima Alto al “todo o nada” pg28 Proceso 5 de diciembre 2004.

Florence Toussaint Azteca vs CNI acuerdo o requisa pg 70 Proceso 12 de Enero del 2003.

Florence Toussaint Dramatizaciones de la vida pg 69 Proceso 17 de marzo del 2002, México.

Florence Toussaint Finanzas del grupo de Televisa pg 87 Proceso 25 de mayo del 2003.

Florence Toussaint Las olimpiadas y alguien más pg 76 Proceso 15 de Agosto del 2004.

Florence Toussaint mas noticias en CNI 40 pg 68 Proceso 23 de diciembre 2001  
Jáquez Antonio, Scherer Ibarra María La Televisión somete, enjuicia, condena pg 6-12 Proceso 18 de abril 2004.

Marquina Gilberto "La televisión cultural debe ser rentable y no sólo para la élite" pg 75-76 Proceso 16 de diciembre 2001.

Munguia Jacinto Presidencia y televisión: aliados de siempre pg 29-30 Proceso 6 de Julio del 2003.

Tello Díaz Carlos La Fascinación por la guerra pg 70-71 proceso 30 de marzo 2003.

Toussaint Florence La publicidad Política. Pg 70 Proceso 20 de Abril del 2003.

Toussaint Florence Crece Televisa pg 87 Proceso 5 de diciembre del 2004.

Toussaint Florence El poder de la Televisión pg 71 Proceso 14 de marzo del 2004.

Toussaint Florence La guerra en imágenes virtuales pg 87 30 de marzo del 2003.

Toussaint Florence la segunda guerra de las televisoras pg 68 Proceso 23 de Febrero del 2003

- Toussaint Florence La Telecracia pg 84 proceso 28 de noviembre 2004.
- Toussaint Florence La TV, foro de derecha pg 68 Proceso 27 de Junio del 2004.
- Toussaint Florence Los partidos políticos en los noticiarios pg 69 Proceso 6 de Julio del 2003.
- Toussaint Florence Miscelánea pg 90 Proceso 30 de Junio del 2002.
- Toussaint Florence Olvido de las elecciones pg 85 Proceso 6 de abril del 2003.
- Toussaint Florence Periodismo televisivo pg68-69 Proceso 20 de enero 2002.
- Toussaint Florence Se acabó "Big Brother" pg 72-73 Proceso 23 de julio 2002.
- Vértiz Columba "Big Brother" llega tres años tarde a México pg 72-75 Proceso 30 de diciembre 2001:
- Vértiz Columba Demanda Jorge Saldaña a TV Azteca pg 74 Proceso 12 de Enero del 2003.
- Villamil Jenaro Concesionarios: ni un peso menos pg 26-29 Proceso 5 de diciembre 2004.
- Villamil Jenaro Radio y Televisión, concentración y privilegios pg28-35 Proceso 19 de Septiembre del 2004.
- Villanueva Ernesto El papel de los medios pg 55 Proceso 6 de Julio del 2003.
- Villanueva Ernesto El papel de los medios pg 55 Proceso 6 de julio del 2003.

Villanueva Ernesto Medios, juicios paralelos y poder pg 8 Proceso 18 de abril 2004.

Villanueva Ernesto Medios, transparencia y corrupción pg58-59 proceso 7 de Marzo 2004.

Villanueva Ernesto Por una cultura mediática pg 59 Proceso 17 de marzo del 2002.

Villanueva Ernesto Premios Periodísticos pg 68 Proceso 17 de Febrero de 2002.

## **SITIOS DE INTERNET**

Encarta 2002

<http://www.derechos.org/nizkor/la/libros/soalC/cap13.html>

[http://es.wikipedia.org/wiki/Cadenas\\_y\\_canales\\_de\\_televisi%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Cadenas_y_canales_de_televisi%C3%B3n)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Instituto\\_Mexicano\\_de\\_la\\_Televisi%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Instituto_Mexicano_de_la_Televisi%C3%B3n)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n\\_Espa%C3%B1ola](http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n_Espa%C3%B1ola)

[http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n\\_por\\_cable](http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n_por_cable)

<http://etcetera.com.mx/pag25ane51.asp>

<http://iris.cnice.mecd.es/media/television/bloque1/pag6.html>

[http://lainsignia.org/2002/enero/cul\\_064.htm](http://lainsignia.org/2002/enero/cul_064.htm)

<http://mx.geocities.com/rpgaby/tvazteca.htm>

<http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/htelevision.htm>

<http://webs.sinectis.com.ar/mcagliani/htelevision.htm>

[http://www.blog.com.mx/archives/cat\\_tv.php](http://www.blog.com.mx/archives/cat_tv.php)

[http://www.blog.com.mx/archives/tv/la\\_television\\_de\\_juguete.php](http://www.blog.com.mx/archives/tv/la_television_de_juguete.php)

[http://www.campusred.net/telos/anteriores/suplementos/supl\\_41/ponencias/ponencias\\_01.htm](http://www.campusred.net/telos/anteriores/suplementos/supl_41/ponencias/ponencias_01.htm)

<http://www.cirt.com.mx/historiadelatv.html>

[http://www.el\\_diario\\_de\\_Coahuila.com.mx](http://www.el_diario_de_Coahuila.com.mx)

<http://www.esi2.us.es/~mbilbao/videns.htm>

<http://www.esmas.com/televisahome/nuestrasfiliales/304985.html>

<http://www.infoamerica.org/teoria/eco2.htm>

<http://www.institutodesemiotica.com/umbertoeco%20precursor.htm>

<http://www.lapaginadefinitiva.com/television/biblioteca/sartori1.htm>

<http://www.magma-net.com.ar/escuela.htm>

<http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/FMB/foromex/minima.html>

<http://www.monografias.com/trabajos13/televis/televis.shtml#BREVE>

<http://www.puebla.televisa.com.mx/historia.htm>

<http://www.tvazteca.com/corporativo/cultura/deportv.shtml>

<http://www.ufasta.edu.ar/areopago/ediciones/edicion8/cultura.htm>

[http://www.unam.mx/iisunam/Foren%20\(sic\)%20III/Bloque tercero/amlo/medios/Garrido%20L-medios.htm](http://www.unam.mx/iisunam/Foren%20(sic)%20III/Bloque%20tercero/amlo/medios/Garrido%20L-medios.htm)

[http://www.video.com.mx/articulos/historia de la television.htm](http://www.video.com.mx/articulos/historia_de_la_television.htm)

[www.conajeva.com/censo/2002.html](http://www.conajeva.com/censo/2002.html)