

Podere y límites de un medio de comunicación

El invento se titulaba, si mal no recuerdo, «*El televisor*», e iba de historias para no dormir. Ibáñez Serrador nos contaba el extraño caso de una familia asesinada por la televisión. Después de varios días de encierro frente al aparato, en el cuarto de estar, la policía había tenido que derribar la puerta. Allí estaban los cuatro cadáveres: el padre, la madre, la hija y el hijo. Pero lo curioso del asunto comenzó cuando se puso en marcha la investigación policial en busca de los asesinos. Porque las huellas, de todo punto evidentes, eran, por otra parte, de lo más desconcertante. La paredes de la habitación estaban acribilladas a balazos. Por el suelo aparecían casquillos de munición correspondientes a todas las marcas utilizadas por los gángsteres de los telefilms, los caza-recompensas del Oeste, los hombres de Harrelson y el resto de las bandas parapoliciales que ejercieron alguna vez su furia justiciera desde la pequeña pantalla. Había señales de cascos de caballos, frenazos de ruedas lanzadas a velocidad vertiginosa, radiaciones provenientes de extrañas presencias «alienígenas» y toda clase de huellas de una fauna inclasificable y violenta. El televisor continuaba encendido. No había emisión, o acaso el aparato se había vaciado misteriosamente de sus habitantes.

JOSE LUIS BLANCO VEGA

TV. ¿peligro de muerte?

Ignoro si esta ha sido la primera vez que Televisión Española se permitió el raro lujo de autocriticarse porque, en cierto modo, de autocritica se trataba. Leyendo entre líneas (entre las 625 líneas de las imágenes del vídeo), cualquier espectador podría haber captado un aviso inquietante: La televisión, consumida en grandes dosis, asesina al personal. Cuelgue usted de su aparato el cartelito de «Peligro de muerte».

Ahora bien, lo que ocurría con «El televisor» era que los alcances de la denuncia se amortiguaban automáticamente en su propia truculencia, y lo que había partido de un planteamiento reconocible — la obsesión de una familia por la televisión — se iba por la tangente en las conclusiones al tirar por el camino de un realismo, valga la paradoja, «inverosímil». De ahí que el propio medio autocriticado, la televisión, no necesitara ensanchar todavía más sus tragaderas para digerir el producto. El producto se digería por sí solo.

Por supuesto, la terminología sociológica con que los expertos se han pronunciado sobre la peligrosidad del medio, no habla de muerte (salvo en el caso de Jerry Mander, ya citado en el primer artículo de esta serie, para quien situarse ante la pequeña pantalla es disponerse a ingurgitar oleadas masivas de luz potencialmente cancerígena. Vaya usted a saber. Pero siguen flotando en torno al tema conceptos como el de «alienación colectiva», «masificación», «inculturación de consumo», «desalfabetización televisiva»... es decir, términos que no denotan ningún atentado contra la salud física pero sí contra la sanidad mental y moral del espectador.

Una especie de muerte «limpia», como la que auguraba al espectador español, en términos de amenaza a su identidad, un alto directivo de la televisión francesa. Visitaba éste Prado del Rey en compañía del que entonces era director de RTVE, quien, mostrándole orgullosamente nuestro cuadro de programación, se jactó de que en España emitíamos más horas semanales que en la ORTF.

«*Si, c'est vrai, mon cher ami!*», respondió el aludido con un suspiro en el que se adivinaba la ironía. Y añadió: «Pero si usted y nosotros continuamos con nuestras respectivas políticas televisuales, dentro de unos años mis espectadores seguirán siendo franceses, pero los suyos... serán norteamericanos». (La cita está tomada de la revista *Fotogramas* y del artículo «*21 años de TV. en España*»).

Llegados a este punto, cabría que nos hiciéramos una pregunta ingenua: ¿pero es para tanto?

Partimos, por supuesto, de que el influjo de los medios de comunicación, la televisión en concreto, es algo que está fuera de discusión. La configuración de la sociedad en que vivimos o la sociedad que somos, o la sociedad que padecemos, no se explicaría sin la intervención de tales medios. Fue McLuhan, autor hoy fuertemente contravertido, quien viene a decir que el sistema de comunicaciones es el que determina para lo esencial el orden de valores de una civilización. Según Jean Cazeneuve, sociólogo y experto en los medios, eso es, en suma, lo que quiere decir McLuhan cuando afirma, con una frase que se ha hecho célebre, que «*el mensaje es el medio*». En otros términos, la técnica de difusión será la que moldee la sociedad propagada por ella. En la evolución

de nuestras sociedades modernas, lo que cuenta, lo que condiciona todo lo demás, son, por consiguiente, las comunicaciones de masa y, entre ellas, más que las otras, la televisión. Este factor, según McLuhan, es determinante, como lo fue la imprenta en la fase precedente. Desde entonces bastará con analizar las propiedades intrínsecas de ese sistema de difusión para encontrar en ellas la explicación de los cambios que se producen en nuestro sistema de valores. (Véase el libro de Jean Cazeneuve *«El hombre telespectador»*, col. «Punto y Línea»).

Sin embargo, la fulguración inicial de esta teoría fue cediendo ante la sospecha de que en el fondo se trataba de una simplificación, de que el problema era más complejo. No es esta la ocasión de extendernos sobre este punto (véase, por ejemplo, el libro de Raymond Rosenthal, *«McLuhan: Pro / Contra»*, Col. Prisma) y si lo recordamos aquí es porque, en su formulación («el medio es el mensaje» o, como luego se ha dicho, «el medio es el *masaje»*) se expresa con suficiente contundencia el hecho que ahora nos ocupa: el poder de influjo del medio sobre el telespectador.

Una vez propuestas en sus líneas más generales las teorías que podemos llamar «de alarma», los textos que citaremos a continuación introducen en el tema una matización: ¿se basta la televisión a sí misma para producir los efectos a que nos hemos referido más arriba? ¿Se trata de un tópico alarmista, de un a priori revisable, de un sí - pero - no - tanto, de un hecho relativizado por circunstancias globales con las que hay que contar para otorgarle su volumen exacto?

Interrogante a McLuhan

«(...) El éxito de tales teorías se debe, probablemente, a la simplificación que aportan en el enunciado del problema crucial, *reduciéndolo a la intervención de un solo factor*. En eso, McLuhan se mantiene fiel a un método de explicación muy antiguo y muy clásico, puesto al día. En lugar de buscar, como hacen otros pensadores, el elemento determinante de la evolución humana en el sistema económico, en las técnicas y las relaciones de producción, o en los desequilibrios demográficos, o incluso en las vicisitudes del complejo de Edipo, lo reduce todo a los efectos de los sistemas de comunicación. Pero podemos preguntarnos si esa reducción no ejerce una violencia sobre la realidad...»

(*«El hombre telespectador»*,
Cazeneuve, Pág. 59)

¿Televisión = Masificación?

«Es conveniente reflexionar sobre el valor que a la televisión confiere Cooley, cuando la subraya como determinante de uno de los fenómenos más decisivos de la época actual: la masificación social. *No puede admitirse, sin embargo, que la televisión sea la única causa de la masificación*. La sociedad de masas se fundamenta, principalmente, como fenómeno cuantitativo, en el crecimiento demográfico de los últimos años, la incensante concentración de los grupos sociales, producto de las aglomeraciones industriales y urbanas, y el crecimiento de las organizaciones.»

(*«Televisión y Pastoral»*, Desclee de Brouwer, *«La televisión, fenómeno social»*, Jesús M. Vázquez).

«En aquella época en que Chakotin reflexionaba sobre las causas del éxito de la propaganda hitleriana en Alemania, se tendía a pensar que las multitudes podían quedar condicionadas por la acción poderosa y simplista de los modernos órganos de difusión.»

Más adelante, por impulso de Lazarsfeld, varias investigaciones más meticulosas vinieron a demostrar que esos efectos sólo se obtenían *dentro de un contexto totalitario*. En un sistema de libre discusión, los *mass - media* no parecen modificar inmediata y ampliamente la opinión pública.»

(*«El hombre telespectador»*, Pág. 42)

La contextualización del medio

«La televisión hay que situarla en un contexto dentro del cual se preste la debida atención a los otros medios de comunicación y a otras instituciones (la familia, la escuela), de las que cabe sospechar que contribuyen a la formación de determinadas conductas... La televisión constituye una fuerza, en algunos casos importante, con la que hay que contar. Pero, por lo general, es sólo una fuerza entre otras varias que ejercen una compleja interacción en el desarrollo del niño... Raras veces, por no decir nunca, actúa la televisión aisladamente... Cuando (los niños) contemplan la televisión, lo hacen a través de un sistema filtrante que, en términos generales, está formado por toda una red de experiencias pasadas, de relaciones y afiliaciones actuales y de expectativas ante el futuro. Por consiguiente, el problema no es tanto lo que la televisión ofrece a los niños como lo que éstos hacen con lo que la televisión les ofrece.»

Lo que los niños hacen con lo que les ponen ante ellos, el uso que hacen del contenido que les presentan los medios de comunicación y las consecuencias que ese uso tiene para ellos, para los demás y para la sociedad en general, depende de una gran variedad de factores ajenos a esos medios y que se relacionan con la edad, con las experiencias de otro tipo, las relaciones, las situaciones y las instituciones...»

(*«El Correo de la UNESCO»*,
Marzo 1979).

«Lo que los medios hacen de los hombres es menos importante que lo que los hombres hacen de los medios. Esta fórmula célebre es, tal vez y en definitiva, más chocante que clara, pero tiene el mérito de circunscribir, de manera relativamente precisa, el campo al que prestamos atención. El

AUDIOVISUALES

claret

Lauria, 5 - Teléf. 301 08 87
BARCELONA



Pensada principalmente para aquellos cursos tanto de EGB como de BUP en los que se imparte esta materia y para cualquier aficionado a la geografía en general.

Consta de cinco partes: I-El relieve, II-Las aguas, III-Clima, suelo, vegetación y Fauna, IV-La población, V-Recursos económicos. Trescientas diapositivas, dos cassettes y un libro guía.

Autor: Josep Lorman

PEDID CATALOGO DE NUESTRAS PUBLICACIONES

verdadero poder de los medios, su acción auténtica, aparecen aquí confrontados con las actitudes y los comportamientos reales de las personas.»

(Louis Porcher en «L' Education», núm. 350-351)

Refiriendo directamente el problema al ámbito familiar:

«El sistema de valores transmitido por la familia es el principal responsable de la aceptación o el rechazo de un programa televisivo (por parte del niño).»

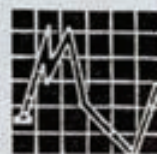
(II Conversaciones nacionales de TV, infantil y juvenil.

«La TV y su influencia en los niños y adolescentes». María Dolores de Asís).

Martín Serrano («La mediación social», Ed. Akal), en una revisión crítica de las teorías de McLuhan, está de acuerdo en que los contenidos transmitidos por los medios no determinan básicamente la actitud de los receptores. «La televisión media tal como de hecho lo hace y no como tecnológicamente podrá llegar a hacerlo, porque *quien impone la forma de mediación es la sociedad* con sus valores y no el televisor con sus tubos catódicos.» ■

Actividades PM

(Escuelas de Padres y Grupos de Alumnos)



08.—ENCUESTA

0.—Vamos a hacer una ENCUESTA abierta entre los componentes del Grupo de la Escuela de Padres o de Alumnos con los que trabaja el Consejero en sus actividades de Orientación Educativa. Para ello escogemos una serie de frases sobre las que pediremos o encuestaremos la opinión de cada uno. Primero, por escrito; luego, comentándolo entre todos.

1.—Copia el primer párrafo con que comienza el artículo, desde «El invento se titulaba... hasta ...el aparato se había vaciado misteriosamente de sus habitantes» y entrégalo a cada componente del grupo. Cada uno debe puntuarlo en silencio, escribiendo una de estas frases o inventando otra entre ().

—totalmente irreal —pura imaginación —()
—un poco exagerado —totalmente real

2.—Opina sobre la frase que un alto directivo de la Televisión francesa pronunciaba cuando en Televisión Española le decían que les superábamos en horas de programación: «Si usted y nosotros continuamos con nuestras respectivas políticas televisuales, dentro de unos años mis espectadores seguirán siendo franceses. Los suyos, norteamericanos».

—totalmente irreal —muy probable —()
—un poco exagerado —cierto

3.—«En la evolución de nuestras sociedades modernas, lo que cuenta, lo que condiciona todo lo demás, lo que determina esencialmente el orden de valores de una civilización, son los medios de comunicación de masas y, especialmente, la Televisión».

—totalmente irreal —muy probable —()
—un poco exagerado —cierto

4.—«El sistema de valores transmitido por la familia es el principal responsable de la aceptación o el rechazo de un programa televisivo».

—totalmente irreal —muy probable —()
—un poco exagerado —cierto

5.—Hagamos una Encuesta directa sobre algún programa que está pasándose ahora mismo, por ejemplo, DALLAS. Califica, con un adjetivo, cada uno de los personajes que allí salen:

—JOCK () —JR () —BOBBY () —GARY —RAY
— () —SUE ELLEN () —PAMELA () —VAL —CLIFF
—LUCY —LOS EWING

6.—Poned en común lo escrito por cada uno, llevando luego a un terreno más vivencial en directo la opinión y reacción que cada uno tiene ante un programa de TV. De ahí podrá deducirse también, de alguna forma, la influencia real / irreal que la TV ejerce sobre nosotros y se confirmará o no lo expuesto en el párrafo del número uno.