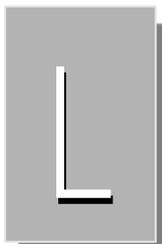


Educación en televisión

José Manuel Pérez Tornero



La existencia de una *telealfabetización* casi universal –es decir, la «competencia en el lenguaje y en el contenido de la televisión» (Bianculli, 1992: 7)– es, probablemente, el mejor índice de impacto de un medio que, en menos de cincuenta años, se ha convertido en hegemónico en la vida planetaria. Hoy día, en cualquier país del mundo, los ciudadanos conocen los programas y las estrellas de su propia televisión –y de aquélla que más circula internacionalmente–, reciben su racionamiento de información diario de esa misma televisión e, incluso, llegan a desarrollar sus propios sueños en los términos que les proponen las pantallas. Hasta las ciudades se han convertido en *telépolis* (Echeverría, 1994), o sea, en espacios desterritorializados donde la única plaza pública está constituida por la conexión televisiva. Y el poder, como hacía ver una entrega de la película «Batman», hoy día tiene mucho que ver con la absorción de la inteligencia que de cada uno de nosotros realiza ese ente centralizado y abstracto que es la televisión. «Si a alguien se le permitiera escribir todas las canciones –dijo André Fletcher–, no tendría que preocuparse de quién hiciese las leyes de la nación»¹... y hoy es la televisión la que escribe todas las canciones. De aquí justamente la importan-

cia que tiene la educación sobre televisión y, en general, el desarrollo de una conciencia crítica sobre el medio.

La educación en medios o alfabetización mediática comprende la capacidad de analizar críticamente los medios y de expresarse y producir mensajes con ellos. Referida con precisión a la televisión, se trata de la capacidad de comprender –no sólo de asimilar– su lenguaje, sus estructuras y su tecnología y de tener, por tanto, la posibilidad de criticar sus mensajes. Se trata también de la capacidad de usar la televisión como medio expresivo y de comunicación.

Lo que Bianculli llama «telealfabetización» es otra cosa. Es justamente el conocimiento impuesto y difundido por la misma televisión. Un conjunto de tópicos, temas, personajes e historias que han calado acríticamente en la conciencia pública y que forman una especie de «sentido común» general de la audiencia.

La educación sobre televisión tiene que distanciarse, precisamente, de ella para poner de relieve su prepotencia, su acriticidad, y su carácter ideológico. Más allá de la telealfabetización –tal vez, contra ella– empieza el saber consciente sobre la televisión, y éste es el objetivo de una tarea educativa sobre el medio.

1. Las dimensiones de la educación en televisión

Educar en la televisión debe afrontar las siguientes tareas:

- La comprensión intelectual del medio.
- La lectura crítica de sus mensajes.
- La capacitación para la utilización libre y creativa del medio.

La primera tarea tiene que partir de la desmitificación sistemática de la televisión, o sea, del distanciamiento con respecto a un medio que ha sido asumido por nuestra cultura de un modo reverencial, como un objeto sacralizado (Pérez Tornero, 1994: 142).

A continuación, la comprensión del medio incluye la dimensión tecnológica, lingüística y discursiva.

Desde el punto de vista tecnológico, la cuestión central radica en la actualidad en conocer y evaluar la potencialidad de un desarrollo tecnológico que ha creado –desde los años cuarenta– un medio de comunicación en continua evolución. Lo que llamamos televisión ha ido pasando, de ser un sistema de transmisión de imágenes a través de las ondas hertzianas, a ser un sistema de tratamiento digital de dichas imágenes –y del sonido– y que utiliza como elementos de transmisión desde los satélites de difusión directa hasta la fibra

óptica. Tenemos delante, pues, no un medio masivo –como nos aparece en su forma más habitual–, sino un complejísimo sistema de comunicación que se desarrolla –o puede desarrollarse– como medio individualizado de comunicación, exploración y almacenamiento de información, como medio útil para pequeñas comunidades –televisión comunitaria, TV local– o de sociedades de gran tamaño –TV nacional e internacional– y, finalmente, como un depósito socializable de memoria colectiva. Un medio, además, que constantemente altera sus posibilidades y recursos y que tenemos que comprender en su misma evolución.

«La lectura crítica –explica Kaplún (1995: 3)– debe partir de la comprensión del medio dentro de la lógica de la vida cotidiana de las personas. Una lectura crítica que se traduce en una recepción mediatizada por diversas facetas que le dan significado al mensaje». Desde nuestro punto de vista, la lectura crítica es aquella que busca aprovechar la propuesta de sentido de la televisión como una oportunidad para la recreación, para la reinterpretación, para el juego inteligente de sentido. Es aquella que «lucha contra la univocidad y el monolitismo en la interpretación. La que no acepta la pretendida transparencia de su mensaje y se cuestiona, en cambio, la influencia en él de la mediación, es decir, del punto de vista del emisor» (1994: 148). El objetivo, como indica Martín Barbero (1987: 240), es reconocer los «conflictos que articulan la cultura, los mestizajes que la tejen y las anacronías que la sostienen, y, finalmente, el modo en que trabaja, la hegemonía y las resistencias que la movilizan».

La lectura crítica es una operación que se inicia con el conocimiento de la finalidad pragmática del programa, discierne después su estructura temática y narrativa, alcanza posteriormente a comprender los niveles formales y concluye manifestando el conjunto de relaciones que se dan entre el texto y su entorno textual inmediato. A partir de aquí, es posible ya concebir propuestas de sentido alternativas al mensaje en cuestión.

En lo que se refiere al *uso creativo y libre del medio*, la educación sobre la televisión debe plantearse como mínimo en los siguientes niveles:

- El uso de las posibilidades expresivas de la tecnología televisiva.
- La posibilidad de acceso y participación al sistema televisivo consolidado en una sociedad determinada.
- La capacidad para orientar una política global de televisión.

Vemos, pues, cómo el problema del uso se extiende desde el ejercicio personal e individual de una libertad, hasta la concreción de unas libertades y derechos comunitarios y sociales.

En realidad, un uso consciente de la televisión incluye el acceso público a la televisión. Lo que Jéssica María Ross y Bárbara Osborne defienden como la

exigencia de «democratizar los medios permitiendo a los miembros de la comunidad realizar sus propios programas de televisión libres de condicionamientos y de restricciones inherentes a la programación comercial» (*Media Literacy and Public Access TV Training*, en Internet). Se podrían, aquí, incluir las restricciones de tipo político y se nos presenta, entonces, un horizonte de libertades relacionadas con el uso de la televisión.

Finalmente, en lo que se refiere a política general de televisión, la educación mediática defendería la posibilidad de orientar esta política hacia los fines generales de la sociedad, o sea, la felicidad y libertad de sus miembros, la solidaridad y la cooperación.

Quienes han defendido la necesidad de una política de comunicación y televisión frente a la libre lógica de los mercados, son críticos con respecto a los efectos de una televisión puramente comercial (Senado, 1995). Los más, ante el rumbo de una televisión puramente consumista y comercial, han hablado de *distorsión de la democracia*. «Esta distorsión del proceso democrático distrae la atención de las necesidades, problemas y aspiraciones de la gente». Y propicia el camino para acciones que perjudican la vida social, el medio ambiente, las desigualdades, el consumismo y la crisis de la educación... (CEM, *Carta de la libre mirada*). «Las fórmulas globales, que el marketing impone a los trabajadores y propone a los niños de todo el mundo colonizan, monopolizan y hegemonizan las culturas de todas partes. Las fantasías tecnocráticas enmascaran las realidades sociales que establecen latentemente diferencias entre información rica e información pobre» (id.).

En este sentido, la política de comunicación que inspira una educación mediática pretende elevar los valores personales de libertad y de participación al plano de la estructura global del sistema de medios y de televisión en particular.

2. Finalidades y contextos de la educación sobre televisión

La educación sobre televisión puede plantear, pues, muy distintas finalidades, según sea el nivel que se considere, pero todo ello dentro de una orientación global hacia el uso libre y democrático del medio.

Si consideramos la perspectiva del sujeto individual, la educación en la televisión tiene que tender a:

a) Poner de relieve que el mensaje de la televisión es una mediación que representa intencionalmente la realidad y que puede ser, por tanto, sometido a crítica.

b) Que el sujeto debe ser libre en el uso de la televisión, y que no tiene, en ningún modo, que renunciar a su autonomía frente al medio o subordinarse a sus propuestas: la televisión es, ante todo, un servicio al usuario.

c) Que la televisión ofrece posibilidades expresivas y comunicativas que enriquecen la comunicación y el pensamiento humanos.

Si lo que consideramos es la perspectiva social, queda claro que la educación sobre televisión se funda en los siguientes principios:

a) La autonomía de una comunidad para organizar libremente la televisión al servicio de los legítimos intereses del grupo.

b) La garantía de las libertades básicas de la comunicación: expresión y derecho a la información y, también, a la expresión de las diferencias.

c) La democratización del sistema televisivo que tiene que permitir el acceso y la participación de los ciudadanos.

Por lo que respecta a los contextos de la educación sobre televisión, señalaremos tres esenciales: la formación general de los ciudadanos a través del sistema formal. En este terreno es básico extender la formación lingüística hacia una formación semiológica que considere las posibilidades expresivas del lenguaje audiovisual propio de la TV. Aquí debe darse prioridad a una transformación de los currícula que incluya no sólo la educación sobre televisión entre sus prioridades, sino el aprovechamiento del medio televisión como fuente de conocimiento para cualquier materia.

La propia televisión debe amparar, si es democrática, el enriquecimiento de la comprensión del lenguaje de la misma televisión por parte del usuario. Se trata de fomentar la competencia televisiva, no tanto como una telealfabetización –que sería plegarse a la hegemonía del medio–, sino como una mejora de las capacidades comunicativas, expresivas y críticas del propio usuario.

Finalmente, el debate social: un ejercicio crítico constante ante las propuestas de los medios. Una esfera pública democrática que ayude a la creación de una racionalidad social crítica, que discuta las orientaciones del grupo y estimule la participación de los ciudadanos en las mismas. En este sentido, y si desarrollan estas posibilidades, estaremos más cerca de una alternativa posible. Un esfuerzo de mayor libertad que, como pregona el CEM, estimule la participación ciudadana independiente en la política, la libertad en la creación y un entorno diverso, leal y responsable para todos nosotros. ■

Notas

¹Cita recogida en la *Carta por una mirada independiente* de la Fundación por un Entorno Cultural (FEM), inspirado por Georges Gerbner.

Referencias bibliográficas

- BIANCULLI, D. (1992) : *Teleliteracy. Taking Television Seriously*. Nueva York, Continuum.
- ECHEVERRÍA, J. (1994): *Telépolis*. Barcelona, Destino.
- KAPLÚN, M. (1995): «Ni impuesta ni armada: la recepción televisiva y sus tierras incógnitas», en *Comunicación: Estudios venezolanos de Comunicación*, 91. Caracas, Centro Gumila; pp. 46-55.
- MARTÍN BARBERO, J. (1987): *De los medios a las mediaciones*. Barcelona, Gustavo Gili.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío educativo de la televisión*. Barcelona, Paidós.
- ROSS, J. y OSBORNE, B.: «Media Literacy and Public Access TV Training», en Internet.
- SENADO (1995): *Informe de la comisión especial sobre contenidos televisivos*. Madrid, Senado.

○ **José Manuel Pérez Tornero** es director del Gabinete de Comunicación y Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona.

