

## LO ESPECTACULAR DE LA TELEVISION

*Delia María Crovi Druetta*

Uno de los propósitos que nos reunió un buen número de viernes de 1984 en el seminario de COSNET "La aplicación didáctica de las técnicas y nuevas tecnologías de comunicación en la educación mexicana: balance y perspectivas", fue analizar el empleo de la televisión con fines didácticos. Dentro de dicho seminario, nuestro trabajo se centró en torno a uno de los dos temas planteados: "Lo audiovisual en los métodos de educación y pedagogía, y en los campos de la tecnología y la cultura en México".

Con este objetivo, discutimos ponencias, consultamos alguna bibliografía y revisamos, inclusive, un modelo para la evaluación de los mensajes televisivos. Como parte de ese proceso de confrontación teórica y de experiencias se exhibieron materiales de televisión educativa para público infantil. Cuando los vimos, fue tomando fuerza la idea de encontrarnos ante programas carentes de atractivo, carentes de ese "encanto" que puede hacer que un niño permanezca frente a la pantalla chica consumiendo sus horas libres.

A partir de esa idea inicial se originó la presente reflexión sobre lo espectacular en la T.V. que podríamos resumir en una pregunta: ¿qué pasa con la televisión, diva actual de los medios masivos de comunicación que a todos atrapa y subyuga, o que cuando se la emplea en educación se torna lenta o pesada?

Esta contradicción, difícil de comprender para algunos, constituye la frontera entre la Televisión comercial, espectacular, llamativa, seductora y la Televisión educativa, austera, poco atractiva, y por qué no, aburrida.

Pero antes de avanzar, conviene que nos detengamos a definir lo espectacular.

El camino más corto nos conduce al diccionario que, bajo la palabra "espectáculo", traza dos rumbos: "función o diversión pública celebrada en un lugar en que se congrega la gente para presenciarla", y "aquello

que se ofrece a la vista y a la contemplación intelectual, y es capaz de atraer la atención”.

La televisión conjuga ambas acepciones: constituye, realmente, una función o diversión pública que, gracias a la magia de los **mass media** electrónicos ya no necesita como el teatro griego congregarse a la gente porque disgrega por el mundo sus señales conductoras de imagen y sonido en un discurso que todos comparten como perceptores.

Por otra parte, ¿quién puede negar que la Televisión se ofrece a la vista y a la contemplación y es capaz de atraer la atención? Si dudamos de ello, basta recordar el número de horas que pasa un receptor común frente al televisor (casi dos diarias), en esas largas horas libres del fin de semana o de la noche, dedica a “distraerse viendo tele”.

Alejándonos un poco del corto camino al diccionario, es necesario destacar que la televisión es un medio de representación, un medio que representa y reproduce una realidad: la realidad televisiva donde convive lo imaginario, lo simbólico y lo real.

Ficción-realidad-ficción es más que un juego de palabras. En efecto, en el discurso televisivo convive un noticiero donde se informa sobre un accidente ecológico en la India, la visita del presidente de Colombia a México, un deslizamiento mayor del peso mexicano frente al dólar, los últimos acontecimientos del deporte y de algunas de las tantas guerras que se libran en el mundo. Esta realidad presentada a la masa y que forma parte de su cultura, precede a la última serie norteamericana, a la telenovela de moda, o simplemente, a alguno de esos inefables programas de entrevistas. Con algunas variantes menores, ese tipo de programación es la que reina en la Televisión comercial de Caracas, México, Buenos Aires, Bogotá o Tegucigalpa.

La diversión pública, ofrecida a la vista y contemplación intelectual, que es capaz de atraer la atención, es la que llamamos “lo espectacular de la Televisión. Y es espectacular porque no produce mitos a partir de la realidad, como se ha dicho tantas veces, sino que produce, a manera de espectáculo o diversión, la realidad misma. Es un medio de producción de otra realidad: la realidad televisiva, es el gran real social producido por la cultura de masas, es la realidad-ficción que todos vemos y conocemos a diario.

### ¿Por qué realidad transformada en ficción?

Porque, además de la reconocida selección de noticias que realizan las agencias internacionales de acuerdo a sus intereses, existe otra forma de recortar los hechos (dolorosos para muchos) transformándolos a través de: imágenes de apoyo, imágenes de archivo, cortes, ediciones, conteos de tiempo, de la voz, presencia y estilo del conductor, etcétera. Estos “retoques”

subordinan la realidad a la representación del espectáculo del hombre, de la guerra, de la solidaridad internacional, de las discrepancias entre naciones. Un noticiero o un programa informativo entonces, se aparta de la realidad que le dio vida, transformándose en espectáculo, en algo que se muestra para la contemplación y deleite.

### ¿Por qué la ficción transformada en realidad?

Porque a través de otras estructuras y formatos (series telenovelas, teleteatros, etcétera), la televisión presenta a la ficción como una posibilidad de la vida real, como las metas y objetivos no ya de un personaje, sino de una persona: la pobre muchacha provinciana: a que conquista la capital, el niño que recupera a sus padres perdidos quién sabe en qué intersticios del destino; el héroe solitario que vence el mal; la maldad que todo lo puede. Son los sueños de muchos. La ficción los presenta como algo posible, realizable y real, que ocurre todos los días, a la vuelta de la esquina.

La Televisión educativa no usa estos recursos, no es espectacular, grandilocuente y atractiva. Pero, ¿cuáles son los condicionantes que hacen que la "Televisión espectacular" a la hora de educar, se transforma en algo aburrido, lento?

Convengamos, de inicio, que no se trata de allanar el camino con el fácil recurso de culpar a los "magros presupuestos educativos". Aunque éstos no sean muy generosos, no debemos perder de vista a la Televisión comercial que se maneja, generalmente, con presupuestos también mínimos dentro de su estilo: formatos probados y aceptados, estructuras baratas, conductores "de nombre", optimización de todos los recursos materiales y humanos con el fin de maximizar ganancias.

A nuestro juicio hay tres elementos que enmarcan la diferencia entre lo espectacular de la Televisión comercial y la educativa:

1. Contenidos y objetivo de los mensajes.
2. Los modos de ver una y otra Televisión.
3. Su propia situación histórica, que coloca a la televisión como vehículo privilegiado de la cultura de masa como tal: fragmentaria y a veces, espectacular.

Analicemos uno por uno estos elementos:

#### 1. Contenido y objetivo de los mensajes

Frente a la posibilidad que tiene la televisión comercial de resemantizar la realidad y de manejar por vía de la selección de sus mensajes y la manipula-

ción técnica de producción y realización; se presenta la realidad escueta, sin matices de la televisión educativa que tiene que mostrar un proceso y no otro, que quiere enseñar aquéllo y no esto, que se ha trazado objetivos de aprendizaje en relación a un grupo bien definido de alumnos y no "a la gran masa" como lo hace la otra televisión.

En contraposición a este juego real-imaginario, la educación debe trabajar con contenidos concretos, con objetivos trazados de antemano que igual pueden indicar al productor del programa que muestra un proceso químico que uno histórico-social. En otras palabras: la T.V. comercial maneja sus mensajes con entera libertad, la educativa no.

Se puede objetar que hay hechos culturales que interesan a la T.V. comercial-espectacular, por ejemplo, una fiesta popular, un evento artístico o cultural, etcétera. Y es verdad, pero para que ese mensaje tenga cabida, debe estar de acuerdo con sus fines de reproducción del capital, deben ser "comercializables". Para ello, si es necesario, descontextualiza los mensajes, los presenta como "espectaculares", sujetos a cortes, ediciones, tomas, conductores, etcétera; y el mensaje original vuelve a sus actores transformado en otra cosa, en un imaginario, en una representación de la realidad que le dio vida.

Esos mensajes, aun cuando pretendan ser documentales, nunca tendrán el sentido de la realidad de donde fueron tomados: la televisión ejerció su intermediación.

La televisión educativa tampoco es una "copia sin intermediación de la realidad", pero debe manejarse con un rango mucho menor de recursos al elaborar sus mensajes, porque, como dijimos, sus objetivos son claros y concretos.

Estamos, por lo tanto, hablando de dos tipos de contenidos y objetivos que merecen y reciben tratamientos distintos. La televisión educativa no acepta elementos distractorios, la comercial se nutre de ellos ofreciendo más que lo que quiere mostrar, un espectáculo de lo que muestra. En cambio, la T.V. educativa necesita imágenes limpias, austeras, donde no haya ruptura con sus objetivos pedagógicos.

Estas diferencias en mensajes y objetivos nos hace preguntar: ¿cómo acostumbrarse a ver unas cuantas horas de una televisión simple, sin artificios, pero que nos está mostrando algo concreto: un contenido del color, del movimiento, y de repente, se nos presenta un programa carente de todo eso, un programa "aburrido".

## 2. Los modos de ver una y otra T.V.

También una y otra televisión tienen miedo de verse, de ser percibidas, ya que son muy diferentes.

El clásico señor de pantuflas o bata, o la señora en ropa de dormir dispuestos a ver "tele", tienen muy poco que ver con el alumno de un sistema escolarizado o abierto, o de un programa de educación informal.

El señor de las pantuflas o la dama del camisón "se entregan" a la T.V. y aceptan todo lo que ella les ofrece a la hora de la distracción personal, íntima. Es el momento de disfrutar de un noticiero espectacular, de una telenovela real, de una serie espectacular-real, o de una entrevista armada cuidadosamente como espectáculo televisivo. Estos señores, además, reciben la T.V. en su domicilio y pueden interrumpir la entrega de su tiempo libre cuando crean conveniente.

La T.V. educativa, en cambio, se encierra en las aulas cuando se le emplea como apoyo didáctico dentro de un sistema escolarizado o cuando la acompaña un monitor o instructor como parte de un sistema abierto, a distancia. En el mejor de los casos, cuando la televisión cultural es casi espectacular, nos entrega algún programa apto para sumarse a los conocimientos parcializados que legitiman a la industria cultural a través de la excelencia de su mejor representante: la T.V.

El alumno necesita estar presente, entregarse pero no incondicionalmente, sino entregarse a la elaboración de su propio conocimiento, necesita alcanzar su propio objetivo de aprendizaje, muchas veces debe participar de una evaluación que mide el logro de ese objetivo. Todo esto lo hace desde una situación de "obligación", en un tiempo que no puede compararse con aquel del ocio, dedicado al entretenimiento televisivo, porque es el tiempo destinado a una tarea de alto valor social: la educación.

Habría que agregar todavía algo sobre la situación del público, de los perceptores de una y otra T.V. Conviene recordar para ello a Sánchez Vázquez<sup>1</sup> cuando dice: "La masa y el pueblo se diferencian radicalmente como lo cuantitativo y lo cualitativo, lo deshumanizado y lo humano, lo inerte y lo vivo, lo pasivo y lo activo o creador. Cuando decimos pueblo, nos referimos al elemento vivo, fecundo y fecundante de la historia, a la fuerza motriz y creadora del desenvolvimiento histórico y por ello no podemos identificarlo en modo alguno —en la sociedad divina en clases— con el sector más hueco e inerte de ella: las masas cosificadas y despersonalizadas".

La T.V., como medio de difusión masiva, trabaja para un público heterogéneo, cuantitativo, que carece para el emisor de un perfil claro, inidentificable.

La educación orienta sus fines hacia el pueblo, hacia ese elemento fecundo y fecundante de la historia. Por ello, cuando emplea la T.V., lo hace

1. Sánchez Vázquez, Adolfo. "Las ideas estéticas de Marx". Siglo XXI, México, 1976.

a partir de un perfil muy claro, individualizado, personalizado de sus perceptores y de los objetivos que se pretende alcanzar en esa interacción educativa.

### 3. Situación histórica

La T.V., como los demás medios masivos, es un reproductor ampliado del capital, ya que acelera el proceso de circulación y consumo de mercancías. Es también reproductor de la ideología dominante. En ese discurso y en ese objetivo económico fue delimitando su propio lenguaje, fisonomía y los formatos que emplea.

Siempre las razones de orden económico (menor costo en las producciones, formatos ya probados, conductores con experiencia y aceptación, etcétera), determinaron los aspectos formales y de contenido. Así, este medio "democratizador de la cultura de masas por excelencia", se fue perfeccionando en sus años de vida, para ofrecer a bajos costos productivos y con altas ganancias, ese espectáculo continuo de imaginario-real.

En el devenir histórico y en la constante búsqueda de nuevas formas para atraer consumidores de mensajes y mercancías, dio el gran salto, llegó a su propio momento "Hollywoodesco": el que está viviendo ahora con sus difundidos videos. La video música, la música que se ve; la que está revolucionando el mundo musical-televisivo, las reuniones sociales y la vida familiar, llega acompañada de sofisticados adelantos técnicos para atrapar con la imagen a más espectadores.

Cuando Hollywood se coloca en la cresta de la ola de la industria cinematográfica invierte todo lo que tiene: dinero, estrellas, talento, infraestructura y muchas vidas. La televisión parece estar en su momento: es innegable la calidad visual de la video música, el enorme despliegue de recursos técnicos y humanos empleados. Hasta podría afirmarse que se está revolucionado el lenguaje de la televisión.

Todos quieren estar en el escaparate de cristal televisivo: directores de cine, músicos, compositores, productores. Pero a nadie parece importarles el contenido, la imagen asume su espectacularidad total sin saber qué dice, pero mostrándose, exhibiéndose. ¿Qué puede hacer la educación frente a este fenómeno? Hasta el momento, como hemos visto, la brecha entre televisión comercial-espectacular y educativa-austera, era grande, y parece ensancharse más. Parece también que a la dicotomía escuela-vida, se viene a sumar (cuando se usa la T.V.) la dicotomía T.V.-espectacular-T.V.-educativa.

## ¿Esclavos de la televisión espectacular?

Así planteadas las cosas llegamos a pensar si realmente somos esclavos de la televisión espectacular que nos determina e invade.

No se trata de considerar perdida la batalla, sino de apuntar hacia los recursos y soluciones que permitan acortar la brecha entre una y otra T.V.

En principio recordemos que aunque la T.V. espectacular nos parezca todo poderosa, existe una realidad inmediata que es contestataria, con sus hechos de la gran ficción-realidad televisiva. Además, se trata de centrarnos específicamente en la T.V. educativa, trabajándola como un instrumento, un apoyo más de la educación para sus fines. Es en este sentido que, a manera de conclusión, planteamos algunas líneas de trabajo para futuras discusiones, que tienen que ver con una mejor producción de la T.V. educativa:

1. Diseño y puesta en marcha de proyectos solventes. Esto, más que referirse a los aspectos puramente económicos, se orienta a la necesidad de estructurar proyectos solventes a través del tiempo, que puedan ser evaluados y enriquecidos por la propia experiencia de su desarrollo.
2. Metodología para la producción de T.V. como medio educativo. Hasta el momento la televisión con todos sus aspectos (comunicación, producción, contribución, etcétera), parece marchar separadamente de la ciencia de la educación y de la pedagogía. Es necesario juntar los caminos, creando una metodología para la producción televisiva que parta de la concepción misma de la educación, hasta llegar a su punto final de evaluación y retroalimentación.
3. Formación de personal especializado. Otro de los vacíos que hasta ahora ha presentado la producción de T.V. educativa, es la falta de personal calificado que conozca no sólo aspectos productivos o técnicos, sino que pueda conjugarlos con los educativos. Es imprescindible, entonces, capacitar a pedagogos en el manejo de la televisión o a comunicólogos en el campo de la pedagogía.
4. Reducir la brecha existente entre una y otra televisión. Esto se puede hacer por dos vías simultáneas: enseñando a "ver" T.V. y empezando a incorporar paulatinamente algunos elementos espectaculares en la educativa sin que eso signifique la modificación de sus objetivos ni la tergiversación de sus mensajes. Al enseñar a ver, estaríamos poniendo a los percetores-alumnos en situación de diferenciar uno y otro tipo de mensajes, y agudizando su capacidad crítica, en especial, respecto a los fines y objetivos de una y otra T.V. porque incorporar algunos elementos espectaculares, significa acercar el manejo visual de la televisión edu-

cativa a la comercial, pero sin hacer del juego imaginario-real la razón de ser de la televisión empleada en educación.

Finalmente, y a manera de cierre, nos parece muy oportuno citar a Federico Fellini<sup>2</sup> que, al referirse a su nuevo film "Ginger y Fred", que se desarrolla en un estudio de T.V., expresó: "Cómo se puede crear una parodia de algo que es una parodia de sí misma? La televisión es parte de nuestra vida, no menos que el fuego o la electricidad. ¿Por qué combatirla? Debemos tratar de dominarla como a un fenómeno natural". Y agrega que la moraleja de su película será que debemos aprender a usar de una manera diferente a la televisión: sin mirar al mundo a través de ese embudo.

México, febrero de 1985

2. **El Día**, 17 de febrero de 1985.