

LA TELEVISIÓN A FINALES DEL SIGLO XX

Víctor Manuel Muñoz Patraca*

Una de las grandes inquietudes que provoca el proceso de globalización en marcha es el futuro de la cultura. El sentimiento de que nos encaminamos hacia un mundo masificado, monótono, sin relieves es compartido por intelectuales de los más diversos orígenes. Para estos autores, la tendencia a la uniformización cultural estaría impulsada por los símbolos universales de la sociedad de consumo y alimentada por las redes técnicas de la información. Desde esta perspectiva, la televisión estaría jugando un papel fundamental en la homogeneización y, con ella, el empobrecimiento de las expresiones culturales que hoy día caracterizan a las diversas identidades nacionales.

Sin embargo, debe aclararse que la discusión acerca del impacto de los medios masivos de comunicación –en particular la televisión–, no es reciente. A partir de 1962, en que Marshall McLuhan publica el libro en que propone que la aparición de un medio de comunicación como resultado del desarrollo tecnológico conlleva inseparablemente una nueva forma de ver el mundo,¹ la televisión ha quedado colocada en el centro de un debate sobre los rasgos culturales de la sociedad contemporánea.

El imperativo tecnológico –se afirma a partir de entonces–, se está sobreponiendo a la diversidad de culturas y sociedades hacia las cuales se dirigen los mensajes televisivos. Sin embargo, no hay acuerdo sobre las consecuencias de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Para algunos, éstas inauguran una era de interdependencia en las

relaciones internacionales,² que no puede asimilarse a la estabilidad y tranquilidad de un mundo uniforme, exento de los conflictos derivados de las divergencias ideológicas. Por lo tanto, las diferencias que separan al mundo seguirán a pesar de la comunicación instantánea de un punto a otro del planeta.

Para otros, el avance tecnológico al cual deben las comunicaciones su progreso es una de las causas de la “crisis del mundo actual”. Los medios de comunicación son vistos como incapaces de “cimentar el saber, el gusto por lo bello o el sentido crítico” y, por el contrario, se les acusa de propagar “lo vulgar, violento o pornográfico”.³

Más aún, se han ofrecido cálculos acerca de ese impacto negativo, afirmándose que “si no hubiera televisión en Estados Unidos habría 10,000 asesinatos y 700,000 agresiones menos cada año”.⁴

Sin embargo, a pesar de la condena que la televisión ha despertado desde sus inicios, lo mismo de intelectuales prominentes que de los acérrimos enemigos del progreso técnico, este medio de comunicación –a llamada caja de las imbecilidades por los ingleses⁵–, pronto tuvo una amplia aceptación entre

* Facultad de Ciencias Políticas, UNAM.

1 Cf. *La galaxia de Gutenberg*. Planeta/Artemisa, México, 1985, pp. 7-17.

2 Zbigniew Brzezinski, *Between Two Ages. America's Role in the Technetronic*, 1969, *passim*.

3 Extractos de la prensa chilena citados por Armand Mattelart, *La comunicación masiva en el proceso de liberación*. Siglo XXI, México, 1973, p. 29.

4 Cf. Giovanni Sartori, *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Taurus, Madrid, 1998, nota 11, p. 37. El mismo Sartori, crítico severo de la televisión, sobre la cual considera que modifica fundamentalmente la naturaleza de la comunicación al trasladarla de la palabra a la imagen, piensa que estas cifras son exageradas pero no objeta el sentido de la influencia imputada.

5 José M. Rodríguez Méndez, *Los teledictos. La sociedad televisiva*. Estela, Barcelona, 1971, p. 9.

el público. A lo largo de la década de los 50, los hogares de países ricos y pobres comenzaron a adquirir un aparato televisivo. El éxito inicial, lejos de haber decaído, se mantiene a lo largo de los años. Ya no es uno sino varios los aparatos con que cuenta cada familia. Y las innovaciones tecnológicas están, sin duda, en estrecha relación con esta afición.

Los aspectos técnicos

La televisión se convirtió en un factor de primera importancia dentro de la vida social debido a que la electrónica hizo posible que algunos espectáculos hasta entonces reservados a aquéllos que tenían la posibilidad de asistir a verlos directamente, pudieran transmitirse a todos los hogares. Es difícil dar una fecha exacta de nacimiento de la televisión debido a que fue el resultado de tres descubrimientos: a) la fotoelectricidad, que permitió la transformación de la energía luminosa en energía eléctrica; b) el análisis línea a línea y punto por punto de una imagen; y c) la transmisión hertziana, que permite la transmisión de las señales eléctricas correspondientes a cada uno de los puntos de la imagen analizada.⁶

La televisión moderna, con el sistema de transmisión que actualmente se mantiene en uso, comenzó a funcionar comercialmente en 1941 en Estados Unidos. En Europa, Gran Bretaña y Francia fueron los países pioneros. En 1936 se produjo la primera emisión inglesa destinada al público y en Francia en la primavera de 1939 se emitían 15 horas por semana desde la estación instalada en la Torre Eiffel. Sin embargo, la guerra interrumpió las transmisiones, que se reiniciaron después de la derrota del nazifascismo en 1945. En 1948 la televisión sólo existía en Estados Unidos (en donde había ya más de 250 mil aparatos receptores), en la Unión Soviética, en Gran Bretaña y Francia.⁷ El 31 de enero de 1950, se inauguró oficialmente la primera estación

de televisión de América Latina, la XHTV, canal 4, de México.⁸

La etapa experimental de la televisión en México se había iniciado en 1933, cuando el ingeniero Guillermo González Camarena hizo los primeros ensayos con un equipo rudimentario que él mismo contruyó. Seis años después inventó un sistema de televisión cromática que patentó al poco tiempo en México y en Estados Unidos. Fue Rómulo O'Farrill el primero en explotar comercialmente un canal de televisión: el canal 4. Pocos meses después, a finales de 1950, Emilio Azcárraga inició la fase experimental del canal 2, que salió al aire el 21 de marzo de 1951. Un año después apareció el primer canal de televisión en el interior de la República, en Matamoros, e iniciaron las transmisiones del canal 5 de la capital, con lo que los tres canales básicos de la televisión mexicana estaban instalados el 10 de mayo de 1952.

A partir de 1953 la televisión blanco y negro se vio acompañada por la televisión a color en Estados Unidos. Sin embargo, será hasta mediados de los años 1960 cuando se generaliza en los diversos mercados del mundo, incluido el mexicano que estuvo listo para la realización de la Olimpiada en el país. En esta misma década se hará la primera transmisión vía satélite, durante los Juegos Olímpicos de Tokio en 1964. El satélite empleado para hacer realidad el inicio de la televisión mundial fue el Telstar de Estados Unidos.

La aparición de las videograbadoras en la siguiente década dio un nuevo atractivo a los televisores, que no sólo transmitían programas producidos para la televisión sino que reproducían películas y documentales originalmente producidos para el cine. Igualmente en estos años nació en Estados Unidos la televisión por cable, asociada a la televisión abierta, aérea y gratuita. La nueva industria apareció ligada a los estudios cinematográficos y a las empresas editoras de libros y revistas. El primer canal fue HBO, propiedad de la compañía Time, que comenzó a transmitir en 1972 y que también fue pionero en subir la señal al satélite.⁹

6 Francis Balle y Gérard Eymery, *Los nuevos medios de comunicación masiva*. México, FCE, 1a. reimp. en español, 1993, p. 31.
7 Judith Lazar, *Sociologie de la communication de masse*, Armand Colin, Paris, 1989, p. 27.

8 *Enciclopedia de México*, tomo XII, México, 1978, p. 91.

9 Florence Toussaint, *Televisión sin fronteras*. Siglo XXI México, Editores, 1998, p. 35.

Sin embargo, ha sido a lo largo de las dos últimas décadas –1980 y 1990– cuando se ha entrado de lleno en una nueva etapa en el desarrollo de la televisión. Las opciones ofrecidas por el sistema de cable y el de satélite multiplicaron las posibilidades de información y entretenimiento para millones de televidentes. De unos cuantos canales que ofrece la televisión gratuita en diversos países del mundo (tres o cuatro en Europa, ocho en México¹⁰), los sistemas de cable y satélite, que son dos modos de distribución de las imágenes de televisión que no son completamente equivalentes a pesar de que cumplen la misma función, ampliaron la oferta a decenas de canales que transmiten programas de diversa índole: cine, deportes, noticieros, programas de debate político, de difusión científica y cultural, de temas financieros, etc. Se recibe una selección de canales extranjeros y, en el caso de la televisión por cable, se ofrecen también canales locales que satisfacen la demanda particular de los habitantes de una región.

Los dos sistemas, el de cable y satélite, difieren no sólo en cuanto a la oferta de programas sino también en cuanto a costos. Las diferencias en éstos varían de país a país. Sin embargo, lo que resulta importante subrayar, es que la televisión por satélite representa una mejor opción para zonas rurales con baja densidad de población, en donde la introducción del cableado ni siquiera se planea. Por lo tanto, los dos sistemas que hasta ahora se han mantenido en competencia deberán aceptar su complementariedad. Ante esta posibilidad se abre la pregunta acerca de qué función puede cumplir la televisión en los próximos años.

10 En el caso de México, la televisión de paga no ha tenido la expansión que se observa en otros países. Como señala Florence Toussaint, esto se ha dado a pesar de que una de las características de Televisa como empresa ha sido su visión a largo plazo y su permanente actualización tecnológica. La poca atención al desarrollo de la televisión por cable y por satélite que se dio en el pasado encuentra una posible explicación en el reducido tamaño del mercado interno. El camino elegido para el desarrollo de los dos sistemas mencionados ha sido la asociación con empresarios como Carlos Slim (Cablevisión) y Rupert Murdoch (Sky Entertainment), lo que ha permitido superar el obstáculo señalado. *Ibid.*, p. 129.

La diversidad de propuestas

La multiplicación de los canales accesibles a los televidentes usuarios de los servicios de paga, ha logrado ampliar las posibilidades ofrecidas a grupos minoritarios que antes de la televisión por cable y satélite, carecían de opciones. Contrariamente a la afirmación de que dicha multiplicación ha traído consigo una monotonía mayor en los programas, y una profundización de la distancia que separa a una mayoría silenciosa, conformista y pasiva, de una minoría que no se reconoce en la sociedad que la rodea, y que, incapaz de encontrar medios de expresión tiende a marginalizarse, la televisión actual además de ofrecer alternativas de entretenimiento, pone a disposición del televidente información sobre los más diversos temas: política interna, política internacional, economía, espectáculos, deportes, reportajes y noticias policíacas.

Hasta ahora la función que cumple la televisión en el terreno del entretenimiento es la menos cuestionada por los críticos de este medio de comunicación. La multiplicación de opciones ofrecidas al televidente hace que se atienda la necesidad de esparcimiento de los diversos estratos sociales. Las quejas en torno al criterio estrictamente comercial que guía la producción de algunos programas y a la baja calidad de los mismos, han dejado de tener el peso que tenían anteriormente cuando la programación era muy limitada.

No todo lo que pasa por la televisión es empobrecedor. Historiadores como Eric Hobsbawm han reconocido la importancia de los medios, sobre todo de la televisión, como aproximadores de las artes y los grandes espectáculos al gran público.¹¹ Un programa como el que conduce Bernard Pivot en el canal Antenne 2 de la televisión francesa, acapara la atención de los televidentes desde hace más de 20 años en que comenzó la transmisión de *Apostrophes*, el antecesor del actual *Bouillon de culture*. Los franceses que buscan en sus horas de descanso una opción para informarse, distraerse y cultivarse siguen

11 *Historia del Siglo XX*, Crítica-Grijalbo Mondadori, 1a. ed. castellana 1998, Buenos Aires, p. 497.

con interés la emisión semanal en la que se discuten los temas de la actualidad a través de libros de reciente aparición. Ahora, gracias a la televisión vía satélite este programa es visto en diversos países del mundo.

Además, la aparición de programas sobre libros en diversos sistemas de televisión, como el que conduce el chileno Adolfo Bryce Echenique para la televisión hispana, o el de Oprah Winfrey en la televisión estadounidense, demuestran el interés que despierta este género de programas que no sólo difunden mensajes sino que denotan y connotan la transmisión de la cultura escrita. Son en síntesis un estímulo para que la gente compre y lea libros.¹²

La televisión también ha destacado en su labor de acercar el cine y su historia a un público amplio y diversificado. Ha resultado más fácil y productivo en términos de horas de transmisión lo que en este te-

rreno han hecho los canales de televisión que cualquier cineteca. En Estados Unidos, canales como Turner Classic Movies, Bravo! y TNT son un ejemplo de cómo puede la pantalla chica ofrecer ciclos y retrospectivas que son seguidos por un telespectador que no tiene que desplazarse para disfrutar de su espectáculo favorito. La videogradora ha sido el complemento que ha permitido que la gente pueda ver la película de su elección al regreso del trabajo. La proliferación de canales de televisión pagada que transmiten películas no ha saturado el mercado pues de acuerdo con una encuesta realizada en 1997 por Wall Street Journal y el canal de noticias NBC se encontró que más del 50% de los entrevistados dijeron que deseaban ver sobre las grandes cadenas de la televisión abierta mayor número de programas sobre arte e historia, documentales, películas y noticieros y menos telenovelas, "talk shows" y programas de concurso.¹³

El caso de las telenovelas es particularmente interesante en países en vías de desarrollo como México.

Televisa, la empresa que durante años monopolizó el mercado mexicano y que registra ventas anuales que exceden los 1.5 mil millones de dólares,¹⁴ ha sufrido en los últimos años una fuerte competencia por parte de Televisión Azteca, la cadena privatiza-



Pieza del Retablo de Juan Correa.

12 En el caso de Oprah está demostrado el impacto positivo en términos del tiraje y número de ediciones de los libros que se comentan en su programa.

13 Ronald J. Alsop (ed.), *The Wall Street Journal Almanac 1998*, Ballantine Books, New York, 1997, p. 906.

14 *Reforma*, Sección Negocios, México, D.F., lunes 25 de agosto de 1997, p. 10-A.

da en 1993. Las telenovelas han sido un rubro de la producción en donde la disputa por la audiencia nacional y las ventas en el extranjero se ha fortalecido. El público ha dejado de ser mayoritariamente femenino. Al igual que en el resto del mundo este género es visto cada día por un mayor número de hombres, con lo que termina la dicotomía entre telenovelas para las mujeres y deportes para los hombres, una visión estereotipada de lo femenino y lo masculino que no se ajusta a la sociedad de fin de siglo, fuertemente transformada por los cambios culturales y sociales de los años 60, en particular el movimiento feminista. La telenovela *Mirada de mujer* de Televisión Azteca, que logró los mayores índices de audiencia en 1997, basó su éxito en lo que su protagonista, Angélica Aragón, llamará el haber mostrado a las mujeres mexicanas que pueden tener opciones de vida.¹⁵

Esta "modalidad contemporánea de folklore", como ha sido llamada, ha encontrado el respaldo de escritores como Gabriel García Márquez y Mario Vargas Llosa, quienes han reclamado cierto respeto para esta expresión cultural.¹⁶

Merece sin duda una reflexión la importancia creciente de este género. Son millones de seres humanos en el mundo quienes siguen durante meses, capítulo a capítulo, la historia narrada.

Las telenovelas han cobrado particular fuerza en aquellos países donde hasta hace muy poco tiempo la televisión estaba fuertemente controlada por el Estado, que imponía una fuerte censura de tipo político y moral. Con la caída del muro de Berlín, *Dallas* y *Dinastía* son vistas en Rusia y otros países de Europa del Este, al igual que las mexicanas *Los ricos también lloran* o *María Mercedes*.

Sin embargo, no puede afirmarse que sólo en esta región del mundo se presenta un fenómeno que ha sido atribuido a las ansias de consumir productos occidentales. Por el contrario, afirma Assumpta Roura, puede constatar en todos los países considerados avanzados. La explicación se encuentra, se-

gún ella, en las características de la sociedad contemporánea donde las grandes pasiones amorosas han dejado el lugar al "no-compromiso afectivo":

Vivir solo ya no es, como lo fue en otro tiempo no demasiado lejano, un signo de fracaso ante las relaciones afectivas, sino una exaltación al individualismo que ha sabido conquistar su propio terreno sin temor a posibles contaminaciones exteriores de orden afectivo y, por tanto, presuntamente desestabilizadoras.¹⁷

Esta forma de concebir los sentimientos, la relación hombre-mujer, no significa que haya disminuido la "demanda afectiva". En un final de siglo en donde el dolor, la tristeza, los celos o la alegría incontrolada son reprimidos, no puede menos que resultar atractiva la oferta de historias que de alguna manera remiten a la añoranza.¹⁸ La extendida popularidad del género se esclarece por su capacidad para trasladar a la ficción lo que no forma parte de la realidad. Sin embargo, a pesar de su éxito, todavía se mantiene por debajo de otro tipo de espectáculos.

El impacto en términos de niveles de audiencia que tiene la transmisión mundial de eventos como los juegos olímpicos o los campeonatos mundiales de fútbol es otro fenómeno que caracteriza a la televisión de fin de siglo. En este tipo de eventos, y en general en los programas deportivos, el tema de la publicidad excesiva, del peso de los intereses económicos de empresas transnacionales que imponen formas de consumo y crean marcos de referencia social, han sido fuertemente criticadas por quienes ven en esto una situación intolerable, explosiva. Para Zbigniew Brzezinsky, por esta vía el mundo se dirige hacia "el choque frontal entre el consumidor insaciable y el simple observador, privado de todo".¹⁹

Las críticas a la publicidad que la mostraban inseparable de la televisión han sido superadas por el largo desempeño de canales culturales como la BBC

15 "A man looking into uncharted Mexican territory", *Time*, junio 2 de 1997, p. 40.

16 Manuel Delgado, Introducción al libro de Assumpta Roura, *Telenovelas, Pasiones de mujer*. Gedisa, Barcelona, 1993, p. 1.

17 *Ibid.*, p. 20.

18 *Ibid.*, p. 21-22.

19 Citado por Giancarlo Bosetti, "Popper, el Papa y la televisión", introducción al libro *La televisión es mala maestra*, Fondo de Cultura Económica, México, 1998, p. 29.

de Londres y las cadenas públicas francesas. El esfuerzo realizado durante años por no transmitir mensajes publicitarios es la prueba de que es posible una oferta televisiva que se maneje al margen de los intereses comerciales. Sin embargo, debe aceptarse que ésta no es la generalidad.

La Iglesia Católica y en particular el Papa Juan Pablo II han sabido reconocer la importancia de la televisión en nuestros días. Karol Wojtila ha definido a los medios de comunicación masiva como “el ‘moderno aréopago’, donde se forjan comportamientos y donde de hecho se va delineando una nueva cultura”.²⁰ Acepta la visión del Concilio Vaticano II que “con lúcido realismo” reconoce los aspectos positivos de los modernos medios de comunicación social, no sin advertir que los hombres pueden utilizarlos en su propia ruina. Para él, la televisión a menudo se encuentra tratando temas serios: la humana debilidad y el pecado, así como sus consecuencias para los individuos y la sociedad; las debilidades de las instituciones sociales, incluidos los gobiernos y la religión, y las fundamentales interrogantes sobre el significado de la vida. Debería tratar estos temas de manera responsable, sin sensacionalismos, con sincera solicitud por el bien de la sociedad y el escrupuloso respeto a la verdad.²¹

No duda en aceptar las ventajas para la evangelización que proporcionan los medios y en particular la televisión. Sin embargo, como ha sido claro en los viajes que realiza el Papa y en particular en el último que lo trajo a México, la aparición en televisión se convierte en un espectáculo similar a los que normalmente se transmiten pero en donde la estrella no es el cantante de moda sino el jerarca de la Iglesia católica. Otras experiencias en este terreno, como el programa sobre la Virgen de Guadalupe que transmitió hace algunos años Televisa,²² confirman los riesgos de desnaturalización, de explotación

de la imagen por encima del mensaje, que conlleva la utilización de la televisión como medio para difundir la doctrina cristiana.

De aquí que el juicio en contra de la lógica de mercado que gobierna la televisión y aquellos que se relacionan con el impacto en la vida política o la violencia que se transmite directamente a los hogares, se encuentran en el núcleo del pesimismo que domina buena parte de los análisis recientes sobre la televisión.

De censuras y otras limitaciones

Para los países en vías de desarrollo, con un elevado número de analfabetas reales y funcionales, la televisión significa la posibilidad de que un importante sector de la población pueda acceder a una información sobre la actualidad que no puede allegarse más que por la televisión y la radio. Sin embargo, este hecho no está libre de objeciones.

Es ampliamente aceptado que la parte informativa de la actividad televisiva debiera ser la más importante. La tarea de presentar los hechos de la realidad social, económica y política de un país es de la mayor relevancia y, en principio, coadyuvante de la democracia. Sin embargo, también existe consenso entre los científicos sociales, acerca de que la televisión, desde su nacimiento, ha aprendido a someter la información “a rigurosos cauces”: sólo una parte de la realidad puede mostrarse.²³

En palabras de Pierre Bourdieu,

una parte de la acción simbólica de la televisión, a nivel de los noticiarios, consiste en llamar la atención sobre hechos que por su naturaleza pueden interesar a todo el mundo... Se trata de hechos que, evidentemente, no deben escandalizar a nadie, en los que no se ventila nada, que no dividen, que crean consenso, que interesan a todo el mundo, pero que por su propia naturaleza no tocan nada importante... Hay un sector muy importante de la población que no lee nin-

20 “La potencia de los medios de información”, en *La televisión es mala maestra*, op. cit., p. 57.

21 *Ibid.*, pp. 62-63.

22 V.: Serge Gruzinski, *La guerra de las imágenes. De Cristóbal Colón a “Blade Runner” (1492-2019)*, FCE, México, 1a. reimp. en español, 1995, pp. 211-213.

23 José M. Rodríguez Méndez, op. cit., p. 41.

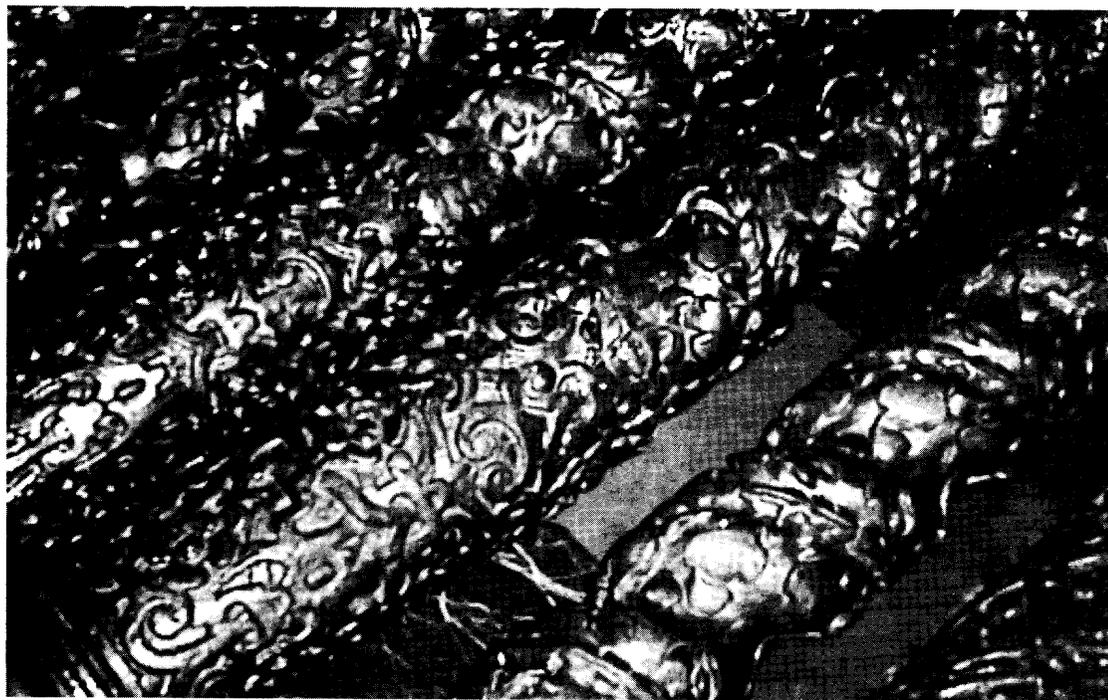
gún periódico, que está atado de pies y manos a la televisión como fuente única de informaciones. La televisión..., al privilegiar los sucesos y llenar (su) tiempo de vacuidad... hace que se establezca una división en materia de información... entre quienes pueden leer los diarios llamados serios..., que tienen acceso a los periódicos internacionales, y a las cadenas de radio en lengua extranjera; y entre quienes, en el extremo, no cuentan con más bagaje político que la información suministrada por la televisión.²⁴

Para él, la pobreza de la información proporcionada por la televisión, y el tiempo reducido en que deben transmitirse las ideas ante las cámaras, son resultado en gran medida de los índices de audiencia, que son la lógica que domina el funcionamiento de la televisión. Es la sanción del mercado, “una legalidad externa y puramente comercial”, la que gobierna. Una idea que comparte Karl Popper para quien el deterioro que él observa en la televisión -argumento sin duda discutible- se explica por la necesidad que tienen las

estaciones televisivas de transmitir durante veinte horas al día, de conservar su audiencia, de aumentar su oferta para poder hacer frente a la competencia.²⁵ Su efecto sobre el funcionamiento de la sociedad democrática es, sin duda, difícil de ignorar.

Las consecuencias políticas de la desinformación son, según Giovanni Sartori, alarmantes. “Un *demos* debilitado por la televisión, que empobrece drásticamente la información y la formación del ciudadano”, es de pronto llamado, en los últimos tiempos, a “superar” el inmovilismo en que ha caído la democracia representativa, y a participar directamente en la toma de decisiones por la vía del referéndum.²⁶ Desde su perspectiva, la mayoría de quienes deberán acudir a las urnas para la consulta directa son ciudadanos que carecen por completo de los elementos que les permitan participar en ejercicios de democracia directa.

La influencia de los medios en la vida política de las sociedades democráticas excede, sin duda, el aspecto de esta forma de participación directa en el



Columnas del Retablo de Juan Correa.

24 *Sobre la televisión*. Anagrama, Barcelona, 1997, pp. 22-23.

25 “Una patente para producir televisión”, en *La televisión es mala maestra*, *op. cit.*, p. 43.

26 Giovanni Sartori, *op. cit.*, pp. 123-130.

proceso de toma de decisiones. Cada día es más importante el papel de los medios en la selección de los dirigentes. Las campañas electorales encuentran un importante apoyo en la presentación ante las cámaras de los candidatos y, sobre todo, en la realización de los debates que hacen posible a los ciudadanos conocer la oferta política de los candidatos y formarse una idea de éstos. Y ésta no siempre responde a criterios de racionalidad.

Los debates televisados se han impuesto como una necesidad del proceso electoral en Estados Unidos a partir de la campaña Nixon-Kennedy de 1960. Las diferencias de la oferta política de los contendientes, su capacidad argumentativa, su personalidad son todos aspectos que influyen en la decisión de los votantes que acuden a las urnas. Sin embargo, como demuestra Joe McGinnis en su libro *Cómo se vende un presidente*,²⁷ la televisión hace que sea la imagen que se transmite el factor realmente importante, capaz de borrar algún otro mensaje más allá de la impresión que provoca en el espectador.

Según este autor, Nixon y su equipo se explicaron la derrota en las elecciones de 1960 en el aspecto de hombre desaseado, que no se afeitaba, que se presentaba ante las cámaras con la barba crecida; su imagen contrastaba notablemente con la fresca y atildada del bostoniano John F. Kennedy, cuya aptitud para proyectarse en los medios electrónicos era excepcional, como lo demostró a lo largo de su mandato. El problema de Nixon era un exceso de capilaridad que hacía que horas después de afeitarse la barba creciera de manera evidente. Culparon al maquillaje y a la iluminación de lo ocurrido en ese debate. Sin embargo, había más: "la imagen incisiva de Nixon fue desastrosa y un regalo para los rasgos borrosos e hirsutos de Kennedy". Por lo que Marshall McLuhan concluía entonces: "sin televisión, Nixon se hubiera salido con la suya".²⁸ Nuevamente aparece el aspecto del rechazo a lo que separa y divide, a lo que provoca rechazo o malestar.

Hay, sin embargo, otras visiones que se oponen a

atribuir a la televisión una influencia política de esta magnitud. Para Carlos Monsiváis, "no obstante su impacto, a la televisión no le corresponden asuntos fundamentales: la idea de nación, la politización, la formación de la conciencia histórica. Eso es asunto de la familia..., de la escuela..., de la prensa..., de los partidos, de las universidades, de la dinámica de la calle". Para él, los medios electrónicos, en el mejor o peor de los casos, consolidan la despolitización, no la crean".²⁹

En México, ésta es una interpretación más cercana a la realidad. La imagen transmitida por los tres contendientes en la elección presidencial de 1994: Ernesto Zedillo, Diego Fernández de Cevallos y Cuauhtémoc Cárdenas no fue decisiva en el triunfo electoral. El más convincente de los tres, el panista Fernández de Cevallos, quedó en segundo lugar, más de 22 puntos porcentuales por debajo del ganador, el candidato priísta. Es evidente que los votantes tomaron en consideración otros elementos para normar su decisión.

A pesar de esta constatación es importante subrayar que en la etapa de democratización que atraviesa el país resulta de particular importancia atender los efectos que provoca el cambio de cultura política. La nueva pluralidad política puede crear desorientación acerca de las opciones políticas que puede ser aprovechada por demagogos con fácil acceso a los medios de comunicación masiva.

El otro aspecto que provoca fuerte inquietud es el de la violencia, fenómeno que también está vinculado con la vida democrática de las sociedades contemporáneas. La democracia tiene como aspiración y condición básica de existencia elevar el nivel educativo de la gente. Sin embargo, esta tarea que resulta particularmente importante cuando se piensa como aportación para la educación de los niños, se ha visto sustituida por programas infantiles en los cuales se hace una verdadera apología de la violencia. Karl Popper, en los últimos años de su vida, se mostró convencido de que se está educando a los niños para la violencia. Estudioso de la educación, consideraba que a lo largo de su experiencia en este

27 Barcelona, Península, 1972.

28 *Ibid.*, pp. 31-33.

29 *Nexos*, núm. 106, octubre de 1986.

terreno había aprendido que los sujetos más difíciles provenían casi siempre de medios en donde reinaba la violencia intrafamiliar. Ahora, sin embargo, la televisión expone la violencia a los niños durante varias horas al día. Es este el medio en que se introduce en hogares en donde se desconocería y que obviamente agrava los problemas en aquellos pequeños expuestos además a la violencia en la vida familiar.³⁰

En un afán por buscar explicaciones alejadas de la visión reduccionista que culpa a los medios de comunicación, y en particular a la televisión, de fomentar la violencia, de provocar la agresividad y servir de modelo de acciones criminales o delictivas, han aparecido diversos enfoques teóricos que buscan establecer una relación entre televisión y violencia. La respuesta no es fácil pero es de carácter multicausal: la violencia familiar, pública y ciudadana, la pérdida de los valores familiares, morales y espirituales, el descrédito indebido de la ciencia son algunos de los aspectos mencionados.³¹

Más importantes aún son las propuestas que hacen los especialistas para encontrar una solución que sin violentar las aspiraciones democráticas haga posible establecer una regulación sobre los contenidos de la programación televisiva. ¿El Estado (o las instituciones comunitarias en el caso de la Unión Europea) deberá emitir las disposiciones legislativas, reglamentarias y administrativas en torno al ejercicio de las actividades televisivas? ¿o el Estado sólo deberá crear una organización integrada por los productores de televisión que establezca un control, una autorregulación que limite la violencia en la televisión?. ¿Cómo podrá darse la participación de los padres de familia en esta vigilancia sobre los medios la cual debe estar lejos de una censura? Estas son algunas de las preguntas que actualmente se plantean y que buscan una salida a un problema que se ve agravado por la parálisis de gobierno y sociedad.

30 "Una patente para producir televisión", *op. cit.*, pp. 49-50.

31 Sarah García Silberman y Luciana Ramos Lira, *Medios de comunicación y violencia*, México, FCE/Instituto Mexicano de Psiquiatría, 1998, p. 452.

Conclusión

Desde su nacimiento la televisión ha sido un fenómeno cuestionado. Sin embargo, las advertencias expresadas durante décadas por voces prestigiadas y respetadas en el ámbito de la cultura y las ciencias sociales, de poco o nada han servido para disminuir la importancia que la televisión tiene en la vida de millones de seres humanos en el mundo.

Los avances tecnológicos han mantenido vivo el interés de los televidentes que siguen encontrando una respuesta a sus necesidades de información y esparcimiento. Las críticas externadas son en muchos casos una alerta en contra de aspectos de decisiva importancia para el futuro de nuestras sociedades. Sin embargo, hasta ahora han carecido de eficacia porque al enfatizar los aspectos negativos han renunciado a buscar lo que el público encuentra en ella.

Los prejuicios en contra de la televisión -los intelectuales más opuestos aceptan abiertamente no haber tenido nunca un aparato receptor en su casa- están ligados a su generalización al final de la Segunda Guerra Mundial, cuando un regreso al humanismo provocó una reacción en contra de la técnica, a la que se achacaba la enajenación y pérdida de valores de los seres humanos.

En términos generales, este prejuicio no parece repetirse en el caso de los nuevos medios de comunicación como la telemática. El internet y la computadora son vistos como apoyos para el usuario, no como formas de enajenación. Por el contrario, según algunos autores, los grupos de discusión que se organizan alrededor de ellos y la información que pueden proporcionar genera nuevas sociedades de pensamiento que imprimen dinamismo a la sociedad.

Esta visión soporta tan poco un análisis serio y desapasionado como la del prejuicio en contra de la televisión. El futuro de la comunicación dependerá en buena medida de las decisiones que se tomen ahora para su aprovechamiento en beneficio de la comprensión de los seres humanos y evitando los excesos que en la televisión reforzaron los aspectos desestabilizadores de la política y la sociedad contemporáneas.■



La Purísima Concepción de Juan Correa (Óleo sobre tabla); limpieza de capa pictórica.