

# Televisión e imagen

Gisela Ortega Ortega

La televisión es, desde el punto de vista de la teoría de la comunicación, un canal por el cual pasan informaciones desde un emisor hasta un receptor. Las crónicas emitidas son acuñadas por este proceso que actúa como una variable. Por tanto, se debe examinar cuándo se desea utilizar la televisión para la transmisión de enseñanza y en qué medida corresponde este medio a las exigencias determinadas por el objetivo pedagógico asignado.

## VENTAJAS DE LA TELEVISION

Las ventajas de la televisión están a la vista. Al igual que la radio y el cine, posee también este medio de masas una capacidad de multiplicación que se puede aprovechar en la esfera educativa. Gracias a ella, un número ilimitado de alumnos tiene acceso a la clase de un pedagogo, que puede ser por tanto, excepcional. Mediante la utilización de la televisión en el aula, es posible ampliar la oferta de la enseñanza y elevar notablemente su nivel, ya que ofrece buenas posibilidades para la escenificación y dramatización: la materia puede presentarse de una manera realista e interesante si se completa con reportajes, observaciones y entrevistas. El educando, en su aprendizaje vive experiencias que no sería posible obtener bajo las condiciones de instrucción de una clase tradicional. Puede asistir a fenómenos poco frecuentes de la naturaleza, observar, como transcurren experimentos demostrativos complicados y ver de cerca documentos preciosos. Mediante una presentación enriquecida con efectos Optico-acústicos, se favorecen notablemente formas de aprendizaje por imitación e identificación que tienen especial importancia en materias que afectan al comportamiento social. En la televisión como portador especial de novedades se pueden aplicar todos los medios auxiliares audiovisuales, como por ejemplo, películas, dibujos computarizados, en un conjunto, de tal forma que llegan al estudiante nuevos impulsos que mantienen y

umentan su capacidad de concentración. El alumno se beneficia con el hecho que la cámara presenta los pormenores esenciales del objeto en primer plano del campo visual, suprimiendo los detalles superfluos.

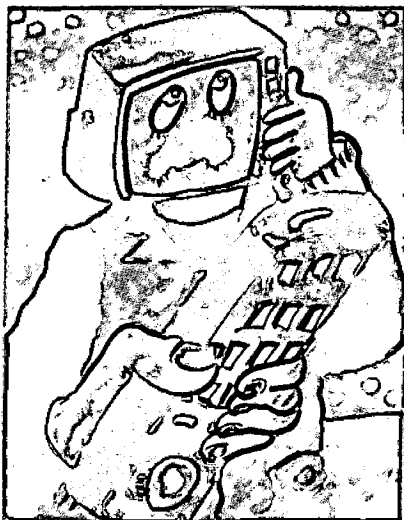
De la televisión se espera la solución de muchos problemas de la enseñanza y la educación. Pero la importancia de su aportación específica está condicionada a que su utilización no sea «polivalente» sino «monovalente», es decir debe darse cuando las emisiones se refieren claramente a objetivos de aprendizaje y grupos de destinatarios determinados. Se impone, pues, la necesidad de concebir las emisiones de televisión para fines pedagógicos, según los principios de la tecnología del aprendizaje.

## TELEVISION E IMAGEN

La televisión es hasta ahora, entre las formas de comunicación de masas, la más relevante. Comunica tanto en la medida en que informa de lo ocurrido en cualquier parte como en cuanto instruye y distrae; educación es un transmitir de actitudes, de actividades, de ejemplos y enseñanza que ayuden a otro a formar su propia persona. Entretener es sacar a ese otro del aburrimiento, del recuerdo agobiante, de la nostalgia de los problemas del momento, del cansancio del día. En alguna forma procura aún satisfacer la imaginación, cualidad psíquica privativa del hombre, en cuya virtud inventa creaciones reales o irreales; o sustitutorias del mundo ordinario en que se desenvuelve y que de un modo u otro se le constituyen en ambiciones tenaces, en proyectos de todo tipo, en sueños a concretizar alguna vez. La necesidad de informarse de los sucesos locales o distantes satisface la curiosidad de saber que está pasando, y a veces todo pareciera reducirse a ese afán de búsqueda; la averiguación o el estar al tanto de lo que ocurre al vecino, al personaje, a la nación, es algo muy propio del ser humano, y por eso en todas las épocas se ha escuchado con interés a los viajeros, narradores o cronistas. La indaga-

ción por el acontecer cotidiano nacional o internacional es en general valorada positivamente, ya que cualquiera se ufana de conocer tales noticias; o al menos le gusta dar a entender que está correctamente informado. Lo fascinante de la televisión al respecto es el poner a la vista dichos acontecimientos tal como si se estuviese presente o se fuese testigo directo de ellos, lo cual proporciona una cierta completitud que no logra el simple relato verbal o escrito, le da al televidente una impresión, por pequeña que sea, de haber participado en ello, así, por ejemplo, el mundo entero, incluido los niños quiso ver la llegada del hombre a la luna. El observar algo es prueba de veracidad de lo acaecido, lo cual no ocurre en el mismo grado, con el relato oído o escrito, en el que pueden suponerse exageraciones, minimizaciones, deformaciones, más difíciles de indagar por el lector. Se sabe, sin embargo, que las imágenes televisivas pueden ser manipuladas de idéntica manera, y hasta de forma más convincente, pues se le muestra como un hecho visual que no puede desmentirse, pero de esto parece no darse cuenta la mayoría del público.

Ahora, tal curiosidad puede quedar solo en eso, como una forma elemental de conocimiento, sin que se retenga en la conciencia y más bien desaparezca enseguida. Ello ocurre una vez que la persona se da cuenta que eso no tiene que ver con su destino inmediato, o como es lo común, no puede influir de ninguna manera en el



curso ulterior de aquello. En muchos casos la misma pesquisa puede constituirse en una necesidad de testimonio a fin de orientarse hacia dónde va el mundo en que se vive, tratándose entonces de una necesidad cultural. El hecho habitual es, no obstante, que los reportajes de los noticiarios, salvo los que caen en lo anecdótico o en eventos relacionados con la actividad o el gusto recreativo de la propia persona—deportes, música, etc. no se retienen.

Al respecto, para las personas de nivel cultural alto los informativos son insuficientes o deficientes y llenos de testimonios inútiles; para los del nivel medio, les es interesante y les permite reforzar o modificar sus puntos de vista. Los de nivel bajo no lo oyen, o lo olvidan de inmediato. Incluso personas de nivel universitario—estudiantes y profesores—ignoran muertes de personajes importantes o noticias de trascendencia dadas reiteradamente en los periódicos, la radio y la televisión, ya casi de inmediato, y apenas unas semanas después, si es que parecen no incidir directamente en lo que está ocurriendo.

Las encuestas sobre salud tienen más alcance, sobre todo cuando tocan aspectos de algún modo incidente directamente en las preocupaciones del televidente. Como se sabe tales relatos a fin de llegar a todos son demasiado esquemáticos, carentes de matices y por lo mismo exagerados en sus pronósticos y equívocos en sus tratamientos, con lo cual tien-

den a dar falsas esperanzas o crear hipocondría.

Lógicamente en problemas relacionados con la salud, la educación, la política, la economía, las artes, se busca en la televisión información para adoptar conductas o tomar posiciones, y si bien sería igual obtenerla de la prensa o la radio, la pantalla agrega el ver el gesto, la actitud, el grado de compromiso corporal con lo que se está diciendo, y por lo tanto con su credibilidad. Muchas veces la simpatía el dominio de sí, la facilidad de expresión que muestra una persona, son decisivos para aceptar o poner en práctica un mensaje, aún más allá de la calidad o confiabilidad del mensaje mismo.

### FUERZA DE LA IMAGEN

Marshall Mc Luhan, investigador del influjo de la imagen televisiva en relación con la violencia, sostiene que la fuerza de los modelos televisivos sobre la conducta radica en que el telespectador la toma integra del principio al fin, en cambio las figuras del cine y la fotografía serían más débiles en su influencia sobre la conducta pues su constitución misma hacen que se agarren en su parte final. Sin embargo, sea cual fuere la fuerza de la imagen televisiva, ella no es suficiente para modificar o cambiar el conocimiento real de un suceso o persona. Así, cuando se conoce a alguien y este aparece desfavorecido por la televisión se acusa a esta y no a la persona de la mala imagen, lo mismo a la inversa.

En cuanto a informativa, la televisión no es un medio neutro descriptivo, sino persuasivo y en tal sentido depende de quien la maneje, pudiendo ser deformadora o encubridora de la realidad, sobre todo en materias que sean objetivos naturales de las ideologías o de los intereses económicos: por eso tanto la televisión estatal como comercial son manipuladoras de opiniones, ideas, deseos, necesidades, sin dejar abierto el camino a la libertad de opción a base de datos objetivos exactos. De la misma manera distorsionan, la radio, las revistas, los periódicos. La

diferencia es que hay más medios de comunicación de este orden capaces de contrarrestarse entre sí que canales televisivos. La televisión tiene la ventaja que llega a todas partes y sobre todo a lugares donde los diarios no se leen, y eso obliga a mucha gente a quedar entregada sin remedio a ese solo arbitrio.

Junto a las posibles deformaciones de los datos entregados por los noticiarios enervan en ellos los anuncios excesivos, la extensión de algunas informaciones, la ausencia de otras importantes, la exaltación de personajes secundarios a quienes se les pide opinión sobre una serie de materias ante las cuales revelan escasa competitividad, moviendo a equívocos y a un nivel de pensamiento de baja calidad. No se trata, por cierto, que para tales entrevistas se busque a individuos complicados, sino a gente inteligente, que en la medida en que lo sean se expresaran siempre en un modo sencillo, transparente que incita a la reflexión.

El estimular hacia el sexo, el dinero, a través de avisos espléndidamente montados, donde además se deja ver implícitamente que la felicidad depende de la riqueza material y la belleza y juventud del cuerpo es algo propio de la televisión actual, que de un modo u otro horada de manera imperceptible aquella ética superior que ve el bien del hombre en el amor al prójimo, en el desprendimiento de los intereses egoístas, en el salir adelante cualquiera sea la figura corporal y la edad, en el ver en el otro sexo un sujeto y no un objeto.

Se dice de la televisión que es la universidad de un pueblo. Ahora si universidad es un camino de estudio, reflexión, sensibilización al gusto, transformación íntima hacia lo mejor, la televisión no ha mostrado serlo. Por el contrario, a través de la mayoría de sus programas, solo adula y refuerza aquella atmósfera de escaso vuelo en que se mueve el hombre de hoy.

### PAPEL DE LA TELEVISION

La televisión juega un papel no sólo por su enorme capacidad poten-

cial de educar, informar, entretener, sino por su fundamental manejo de la imagen visual en audaz combinación con el sonido y la palabra, únicas entidades concretas cuya vigencia persiste viva para el hombre contemporáneo. Tal vez valga aquí un retrotraernos ingenuo a la consideración del significado de la imagen visual para la identificación de sí mismo, para mantener la individualidad, sin la cual no cabría existencia personal alguna. De pasada, podemos señalar además, el poder cautivador tenido desde siempre sobre el hombre por dicha imagen, la magia del adorno, de la moda, del vestido, de la decoración, para no mencionar las artes mayores, ni las grandes construcciones imaginarias. Cabe asimismo señalar que esta figura siempre ha sido más lúcida para tomar lo feo, vil, descarado, que lo bello y lo bueno y esto se observa también hoy en la televisión.

## MAGIA DE LA IMAGEN

Respecto a la imagen visual es preciso tener en cuenta que gracias principalmente a ella nos identificamos a nosotros y a los demás. El hombre en suma no conoce su figura corporal externa, o sea, la manera cómo lo ven los demás., sino mirando su figura en un espejo, seguramente los espejos de agua al borde de los lagos y de los ríos fueron los primeros. Si no hubiera visto jamás su cara reflejada y se basara en la mera descripción de quienes le miran, nunca habría sabido cómo es su forma corpórea, su cara, su cuerpo, su presencia. Así el ser humano no se identifica sino a través de su propia efigie visual tomada en un espejo, —donde es, dentro del espejo— puro retrato, pues lógicamente en el espejo no está la completitud real de su persona. Así, casi dentro de sus dos dimensiones, el espejo a través de un modelo visual, le da su identificación y con ello su identidad y conciencia; lo da además el saber cómo lo ven los otros, cuestión fundamental para darse cuenta de quién es frente a ellos en cualquier relación social.

Hasta el advenimiento del cine y de la televisión el ser humano no

sabía sin embargo, cuál era su modo espontáneo de caminar, comer, conversar dormir, en cambio ahora podía ser captado inadvertidamente, antes de adoptar poses artificiales deformadoras, lo que ocurría al mirarse en un espejo.

El valor de la imagen visual como constitutivo esencial de la propia identificación es lo que le otorga su carácter de algo mágico, atractivo, necesario. Por ello cualquier presencia de nuestra figura en una gráfica, en la pantalla y hasta en la propia sombra, nunca es algo trivial, repetido, monótono, nunca nos deja absolutamente indiferentes.

El cine y sobre todo la televisión han agregado aquello ausente de nuestra antigua identificación con el espejo: cual es el rostro puesto en el momento de la alegría, la angustia, el dolor, de cualquier persona. Incluso en la fisonomía corriente del prójimo nos permite mirar con detalle, cara a cara, cada uno de sus gestos y expresiones, y por lo tanto tener un testimonio de los modos expresivos, precisos de su cuerpo, cosa o fácil en la vida real, donde toda mirada es fugaz o de soslayo, para no caer en la impertinencia de convertir en objeto de observación a quien se tiene por delante; además en la vida cotidiana se introducen otros elementos emotivos, gratos o ingratos en el observador, venidos del acaecer del instante, lo cual perturba toda observación neutra.

El permitirnos saber cómo somos en nuestro aspecto y comportamiento corporal y el poder compararlo con el de otros es suficiente ya para dar un privilegio a la imagen proyectada. Fenómenos como imitación o desdeñamiento de modos de comportarse o vestirse ajenos no podrían darse si no tuviésemos una imagen visual clara de cómo nos vemos nosotros mismos en cuanto a distinción, sencillez, señorío, comparados por ejemplo, en esos aspectos con otras personas. Quizás si tampoco habría envidias, resentimientos, sentimientos de inferioridad, si cada persona observase a los otros bellos o feos, graciosos o insulsos, pero sin entrar a compararse porque se diera a la inver-

sa, el caso de carecerse de un saber de cómo es la propia figura. La nobleza y la seducción de la imagen visual derivan entonces del viejo y honorable oficio desempeñado de autoidentificar la figura personal y ubicarla gracias a eso en una cierta escala comparativa frente a la de los otros; el cine y la televisión, le han entregado un goce pleno a la vista al permitirle realizar su mayor deseo: mirar sin inhibición el cuerpo propio y el ajeno.

Un atractivo sutil de la imagen es el de reproducirlo, de convertirlo en su doble idéntico: el hombre tiene una conciencia, por vaga que sea, de su individualidad única y le produciría un gran desconcierto serio ver a otro semejante a él, que piensa igual, se mueve, mira de igual manera que él. La Fotografía, el cine y sobre todo la televisión, le muestran su doble imaginario y a través de su propia imagen reproducida por las cámaras, con un actor. El telespectador se ve allí con curiosidad y algo parecido le ocurre al observar «los dobles» de otros, incluso el poder retrotraer el espacio y el tiempo, proyectando como si sucediera en el presente.

En la vida cotidiana personas y objetos aún presentes, pueden pasar inadvertidos, como ocurre de hecho casi siempre; no obstante, al hombre no sólo le gusta estar en el presente, sino que sea notoria su existencia. Al aparecer en la pantalla se consigue eso en abundancia, su aparición se vuelve de inmediato tangible para multitudes; y como el tener audiencia es lo dador de consistencia el mero hecho de ser un espectador sin presencia, la televisión colma con creces esta profunda ansia interna. Ya el hecho de salir en pantalla un instante, aunque sea a propósito de una encuesta, es tener la suerte de adquirir individualidad, de salvarse de la masa anónima, de ser alguien en quien tienen que fijar la atención casi por fuerza, parientes, amigos, el público en general. Por eso dentro de un mundo masificado hay en muchos la vehemencia por aparecer en televisión, siendo lo importante, lo gratificador, el mero hecho de aparecer y no tanto lo que se diga, salvo si lo último realiza la aparición misma.