



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO.

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

HOMO ZAPPING: LA FRAGMENTACION DEL MENSAJE TELEVISIVO

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A:
BELINDA ICELA ABUD RAMIREZ

DIRECTORA DE TESINA: DRA MARIA SOLEDAD ROBINA BUSTOS

MEXICO, D. F.

JULIO DEL 2001



UNAM



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	I
INTRODUCCIÓN	IV
Capítulo 1	1
EVOLUCIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN TELEVISIVA.	
1.- EVOLUCIÓN TELEVISIVA	2
1.1 CALIDAD Y CANTIDAD	4
1.2 CONFORT Y ENTRETENIMIENTO	5
1.3 LA TELEVISIÓN LLEGA A MÉXICO	6
1.4 RADIO CON IMAGEN	8
2.- PROFESIONALIZACIÓN Y GENEROS TELEVISIVOS	11
2.1 GÉNEROS TELEVISIVOS	12
2.1.1 INFORMATIVOS	12
2.1.2 ENTRETENIMIENTO	13
2.1.3 INFANTILES	14
2.1.4 CONCURSO	14
2.1.5 EDUCATIVO-CULTURALES	15
3.- GRAMÁTICA VISUAL Y SONORA	19

Capítulo 2

21

PALEO, NEO Y POSTELEVISIÓN

1.- PALEOTELEVISIÓN	22
1.1 PUBLICIDAD Y PRODUCCIÓN	23
1.2 ASPIRACIONES POLÍTICAS	26
1.3 LA PERIFERIA TELEVISIVA	29
1.4 GLOBALIZACIÓN DE SEÑALES	31
1.5 LA PALEOTELEVISIÓN EN MÉXICO	33
2.- NEOTELEVISIÓN	38
2.1 TELEVER-TELEOIR O LEER Y ESCRIBIR	39
2.2 HABLAR O NO HABLAR	43
2.3 EL CAMBIO LLEGA CON MTV Y CNN	45
2.4 A TODA VELOCIDAD Y A TODO VOLUMEN: NACE EL VIDEOCLIP	46
2.5 MÁS CANALES Y PROGRAMAS: ESPECIALIZACIÓN DE EMISIONES	49
2.6 CAMBIO DE LENGUAJE Y FORMATO	51
3.- POSTELEVISIÓN	54
3.1 DESDE LA ÓPTICA DE UNA FIBRA	54
3.2 ASPECTOS SOCIALES Y GLOBALIZACIÓN	57
3.3 LA TELEVISIÓN DIGITAL	61
3.4 LA CONEXIÓN VICTORIOSA	67
3.5 LA VUELTA AL MUNDO EN 500 CANALES	69

Capítulo 3

75

HOMO ZAPPING: LA FRAGMENTACIÓN DEL MENSAJE TELEVISIVO

1.- EL PROCESO DE FRAGMENTACIÓN	77
1.1 FRAGMENTACIÓN Y PROGRAMACIÓN	78
1.2 ZAPPING: NAVEGACIÓN PARPADEANTE	89
1.3 ARMANDO ROMPECABEZAS: FRAGMENTACIÓN Y VIDA COTIDIANA	100
1.4 FRAGMENTACIÓN Y SEXUALIDAD	104
1.5 FRAGMENTACIÓN Y REFLEXIÓN	107
1.5.1 LO PRIMERO: LA ATENCIÓN	110
1.5.2 LO SEGUNDO: LA CONCENTRACIÓN	114
2.- PERCEPCIÓN ANALÓGICA Y RESPUESTA DIGITAL	116
3.- CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL TELEVIDENTE DEL NUEVO MILENIO	124
ANOTACIONES FINALES: (IRREFLEXIVAS)	137
BIBLIOGRAFÍA	142
HEMEROGRAFÍA	148
PELÍCULAS Y PROGRAMAS DE TELEVISIÓN	151
DIRECCIONES ELECTRÓNICAS	152
ENTREVISTAS	153

A mi adorado padre dondequiera que esté, por su amor intracelular de reacción en cadena, que nos permite continuar unidos a pesar de la distancia impuesta por su partida.

Su amor incondicional, ahora sé, fue el cimiento de mi inteligencia emocional, que también ahora sé, es tan importante como la inteligencia racional.

◦ ◦ ◦

A mi madre, por su callada manera de decir las cosas y por el brillo en sus ojos cuando le dije que estaba haciendo mi tesina. Sea éste, un tributo a su paciencia que rebasa la imaginación, pues tuvo que esperar 25 años para ver cumplir un deseo que tuvo desde que nací hace 46 años.

◦ ◦ ◦

A mi hija, como un regalo en retribución por haberme dado la oportunidad de experimentar el milagro de dar vida. Un milagro que día a día agradezco desde el fondo de mi alma, de mi corazón, de mis entrañas, de mi espíritu, de mis pensamientos y de mis emociones.

AGRADECIMIENTOS.

¿Qué sería de nosotros sin solidaridad?. Muestras de ella las hay de mil formas. Lo primero que agradezco es tener la oportunidad de dar las gracias por las muestras que tuve de ella.

A mis padres, **Ramón Abud y Dora Ramírez** por haberme exigido cumplir con mis deberes y por su amor palpable día a día. Por su ejemplo de responsabilidad, lucha, perseverancia e incondicionalidad, a través de los hechos cotidianos y del ejemplo, que son los mejores maestros de cualquier enseñanza.

A mi hija **Naomí Echeandía**, por el ímpetu renovador de la vida misma. Por su infinito amor, su belleza de alma y espíritu, sus sugerencias, paciencia, asesoría técnica con la computadora, sus risas de complicidad, regaños y palabras de aliento permanentes e invaluable.

A mis hermanos **Dora, Nieves y Ramón**, por los momentos compartidos "en familia" con y sin Chabelo, cuando sólo había una televisión blanco y negro en la casa.

A los grandes amigos: **Adriana Gómez**, gracias mil por llevarme de la mano a cumplir con esta tarea. Otro **Gómez, Rubén**; mi profundo agradecimiento por su paciencia, asesoría, sugerencias y largas pláticas coyoacanenses que despertaron el deseo de profundizar en el tema del zapping. Esto es, por "dañarme" según sus propias palabras.

A **Eva Villarreal**, por su ejemplo de constancia y disciplina, su compañerismo y sus inyecciones de entusiasmo para que siguiera adelante, cuando tuve tantas ganas de "botar la toalla"; no una, sino varias veces.

A **Alejandra Flores y a Leticia Anaya**, por su alegría, apoyo "emocional" y porras constantes en nuestras sesiones madrugadoras. **Lety**, gracias por tus "aventones". **Ale**, mil gracias por tu disposición

permanente para ayudarme y por tu ejemplo de vitalidad y fortaleza para seguir adelante a pesar de las lágrimas.

A la maestra **Rosa María Valles Ruíz**, por tratar de evitar a toda costa el sentimiento de frustración que el burocratismo excesivo más de una vez me azotó contra el piso.

A **Bertha Estrada**, por su invaluable calidad humana. Una joya que encontré en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, cuando la confusión y el mar de trámites estuvieron a punto de hacerme naufragar. Su guía y apoyo merecen un especial agradecimiento.

Al ingeniero **Fausto Leal Espinoza**, quien despertó mi interés por la ciencia al hacerme entender la importancia de la "luz" en la vida y el cosmos.

Al Dr. **Giuseppe Amara**, por su valioso tiempo y paciencia a mis interminables preguntas. Lo mismo a la Arquitecta **Sarah Toppelson**, a la Lic. **Martha Ceniceros** y al Dr. **Santiago Genovés**, quien además aportó sugerencias de gran valía para la realización de este trabajo.

A mi muy querida amiga **Flora Mariscal**, a quien no tengo palabras para agradecer todas las molestias que le causé. Su gran calidad humana la llevó más allá de la solidaridad, a ofrecerme tiempo, esfuerzo, apoyo moral y material, espacio, comida, alegría y confianza, siempre que lo necesité.

A mi muy querido **Alejandro Gaxiola**, quien estuvo atento de encontrar el dato preciso que hacía falta para redondear algunas ideas. Por hacer los comentarios críticos a mis "neutralidades rosas".

Un agradecimiento anónimo y grupal a los **12 compañeros y compañeras del Taller de Producción Avanzada de Televisión**, que voluntariamente y con un entusiasmo desbordante, me apoyaron incondicionalmente a realizar una encuesta abrumadora, basada en un cuestionario que hurgaba hasta los rincones más íntimos de sus vidas y que no tuvieron el menor "empacho" en contestar sincera y puntualmente.

A todos ellos, les pido perdón por ese fin de semana que los mantuve “casi secuestrados” contestando un centenar de preguntas. Agradezco desde el fondo de mi corazón zappero, que en lugar de pelear, recriminar o huir, optaran por compartir y contribuir en este proyecto que más que individual, es colectivo.

Un reconocimiento especial a la ***Dra. Soledad Robina***, cuya flexibilidad permitió que este poco solemne trabajo pudiera florecer. Gracias por romper las barreras insondables de la ortodoxia academicista.

Gracias mil a la ***Dra. Alma Rosa Alba de la Selva***, a la ***Dra. Delia Crovi Druetta***, al ***Lic. Otón Camacho Olín*** y al ***Dr. Rafael Reséndiz***, sinodales que a pesar de sus fuertes cargas de trabajo se dieron el tiempo para leer y corregir esta investigación.

INTRODUCCION

Hablar del HOMO ZAPPING es hablar del televidente del nuevo milenio. Se trata de una nueva forma de hacer y ver la televisión que incide en la vida cotidiana de millones de personas tele-conectadas.

Se trata también de un fenómeno vinculado al desarrollo tecnológico y de la forma en la que éste se introduce e incide en nuestro diario quehacer, afectando el *comportamiento individual, social y profesional* de una sociedad multi-fragmentada.

El HOMO ZAPPING domina el arte de la decodificación de imágenes y sonidos que se proliferan cada vez más a velocidades que aumentan significativamente cada día.

La tele-adicción registrada a mediados de los años 70 en las clases medias de los países desarrollados, se ha proliferado a lo largo y ancho del planeta, gracias al abaratamiento de los insumos electrónicos, haciendo de ésta un asunto común en los hogares, oficinas, aeropuertos, estaciones de autobuses, bancos y supermercados de todo el mundo. Sin embargo, **existen variables en las formas de ver e interpretar lo que se tele-ve y se tele-escucha.**

Después de las fuertes críticas de los estudiosos del tema hacia la televisión, de calificarla como la **caja idiota, inútil y alienante**, la sociedad se ha impuesto y el **televidente responde incluso, contraculturalmente**, obligando a los productores y directivos de las principales televisoras del mundo a cambiar esquemas y lenguajes televisivos que fueron utilizados por más de 50 años y que había producido aburrimiento en los jóvenes de los años 80.

Recordemos que la televisión comercial lo que vende a sus patrocinadores son niveles de tele-audiencia. Si éstos bajan, los publicistas se retiran y la supervivencia del medio corre graves riesgos

Curiosamente, la publicidad fue la que dió las pautas técnicas para el surgimiento de un nuevo lenguaje televisivo que a partir de los 80, sería conocido como **NEOTELEVISION**, caracterizándose todo lo que se había hecho hasta entonces, como **PALEOTELEVISIÓN**; de acuerdo a la definición de Casetti y Odin, publicada en 1990 y que el investigador argentino Alejandro Piscitelli ha retomado y desarrollado más ampliamente.

Por otro lado y de cara al nuevo milenio, en el que la globalización se presenta como la premisa del desarrollo internacional, la digitalización conlleva a la interconexión inmediata, tan necesaria para el logro de los **objetivos globalizantes.**

El desarrollo de las telecomunicaciones ha sido básico para el logro de lo que parecía imposible: **ganarle tiempo al tiempo**. Así, una transmisión satelital de minutos, envía paquetes visuales y sonoros de horas compactadas a través de la digitalización y la compresión, lo que ahorra no sólo tiempo, también mucho dinero.

La vida posmodernista, posmilitante, postelevisiva, aísla y mientras las personas tienden cada vez más a estar solos, aquella pequeña pantalla luminosa que nació solitaria sin saber a ciencia cierta qué hacer, encontró después de cinco décadas a su compañero ideal: "el ordenador¹". Juntos ven nacer a su hija, la fibra óptica, para formar una familia integral, multimediática, que permite desde ahora, en algunas partes del mundo, consumir miles de horas de televisión a la carta así como de intercomunicación vía internet; creándose una **red cibernética de afinidades y afectos**. La cercana distancia y la lejana cercanía, es una de las múltiples paradojas comunicacionales producidas por las telecomunicaciones en el umbral del siglo XXI.

El contacto personal empieza a sustituirse por el cibernético.

La masificación de los mensajes televisivos tan criticada quedó atrás para dar paso a una forma individualizada de telever y teleoir la televisión. Mejor dicho, la **postelevisión**; que no es otra cosa, que la síntesis y profesionalización de 60 años de ensayo y error en el arte de hacer y ver televisión, así como del desarrollo de las tecnologías que confluyen en ella.

Hablar del **HOMO ZAPPING**, es también hablar del **control remoto** o **telecomando** y de cómo este pequeño aparato cambió las costumbres y formas de interrelación humanas. De cómo éste se convierte en barrera comunicacional, en elemento estatutario o de autoridad, y sobre todo, en acompañante de televidentes solitarios que **zappean** invariable y constantemente por diversas razones.

Zappear se ha convertido en un nuevo ritual que sustituye otras formas de interacción familiar y social y que enseña a las nuevas generaciones a reflexionar de una forma distinta, esto es, "**ARMANDO ROMPECABEZAS**".

Por otro lado, las generaciones **POSTELEVISIVAS**, forman parte de lo que para muchos es ya, una **compuerta evolutiva de la humanidad**; pues han aprendido a desarrollar además de la inteligencia racional, la emocional. Proceso en el que esa aparente caja idiota, ha jugado un papel muy importante.

El postelevidente dominará el arte de asociar lo cognoscitivo con lo emotivo, lo que le permitirá desarrollar una inteligencia que en este estudio es bautizada como "**DIGITAL**".

¹ Se utiliza el término castizo, para darle sentido "matrimonial".

Existen muchos elementos que por cuestiones de espacio han quedado en el tintero. La intención de este estudio es la de demostrar que aunque la fragmentación del mensaje televisivo registrada a partir de la década de los 80, produjo confusión al principio, el esquema de la **NEOTELEVISIÓN**, logró llamar la atención de un teleauditorio aburrido de ver siempre lo mismo ininidad de veces, que era la fórmula desgastada de la Paleotelevisión.

El esquema **SURREALISTA** de la Neotelevisión, nacido con el *videoclip*, requirió 20 años para su digestión y comprensión social y hoy, frente a los cambios radicales y multimediáticos que ofrece el formato postelevisivo, se convierte en un reto a vencer para la creatividad humana y sus capacidades de innovación cualitativa.

Si en un principio la televisión generó alienación y pasividad colectivas, también es cierto, que incidió en el nacimiento de **una nueva forma de reflexión** más rápida, dinámica y asociativa, con respuestas más mediatas; que sustituye paulatinamente la forma tradicional de reflexionar, predominantemente cognoscitiva, impuesta por el esquema de una sociedad basada en la lecto-escritura para su desarrollo y transmisión de conocimientos y emociones.

Ojalá que juntos, reflexionemos al respecto, pues asegurar que el **HOMO VIDENS**, como dice Giovanni Sartori,² es un **ser irreflexivo**, equivale a asegurar que la humanidad ha perdido esa capacidad cognoscitiva, ya que el mundo actual es impensable sin televisión y todos, más o menos, somos televidentes.

La confluencia tecnológica necesaria para la realización, producción, transmisión y recepción de la **Postelevisión**, está **exigiendo el uso de los 2 hemisferios del cerebro y por tanto, el desarrollo de una inteligencia ambidiestra: cognoscitiva y emocional**. Tan sólo la masificación en el uso de la computadora en cuyo teclado hay que utilizar ambas manos, es ya un primer e importante paso en este camino.

¿El reto?: **profesionalizarse como televidentes**. Enseñar a nuestros hijos a ser críticos, compartir con ellos su crecimiento y desarrollo y no dejarle esa tarea a una pantalla que habla, canta, y baila todo el día, las 24 horas.

También se hace necesario un mayor compromiso social y participativo, a fin de poder influir en la toma de decisiones gubernamentales respecto a la normatividad jurídica de las telecomunicaciones, pues su influencia crece vertiginosamente con cada compra de televisiones, con cada encendido, con cada sintonía, no sólo de las producciones nacionales sino también de las internacionales que llegan vía satélite.

Los nuevos televidentes, o mejor dicho, los **postelevidentes**, tienen ya una carga genética mejor capacitada para sacar provecho de lo que a nuestras generaciones sólo provocó asombro, pasividad y por qué no decirlo, "miedo".

² Sartori, Giovanni: Homo Videns La sociedad teledirigida. Ed Taurus 1998. Madrid, España

La parsimonia perduró hasta que llegaron los jóvenes neotelevidentes a cambiar el panorama, ritmo, lenguaje y oferta programática de una televisión que tuvo que aprender a hablarle de tú al homo sapiens sapiens y que aconseja de manera permanente al homo zapping.

El Homo Zapping, domina la nueva forma de ver televisión: **surfeando** a toda velocidad por decenas de canales en unos cuantos segundos. Con el arribo de la televisión digital serán centenas de canales, pero **el consumo entonces será a la carta, lo que podría reducir esta nueva adicción social.**

A pesar de ello, **el zapping llegó para quedarse.** Para muchos es además de un ritual, una nueva "manía" colectiva, un calmante para los nervios, un estimulante para la depresión, o un somnífero contra el insomnio.

Baste decir que sin duda alguna, estamos en el umbral de una nueva compuerta evolutiva en la que el papel de la televisión y del control remoto, ha jugado y jugará, un papel determinante.

Cambiarán las técnicas de producción televisiva, mejorará la calidad y definición del color y del sonido. Los efectos digitales nos harán entrar y salir a diestra y siniestra de la realidad a la realidad virtual como si nada. La capacidad de asombro será cosa del pasado, hasta podremos quizá llegar a viajar en el tiempo con la tan buscada teletransportación. Cambiaremos los televisores por monitores multimediáticos, pero **la comunicación a distancia a la que pertenece la televisión es un fenómeno irreversible que será utilizado por un número creciente de usuarios en todo el mundo.**

El hombre globalizado perteneciente a lo que algunos futurólogos llaman la "Quinta Sociedad", deberá hacer un esfuerzo individual, colectivo, nacional y mundial, para **apegarse al "calor humano" de la "cercana cercanía" para no perder la conciencia humana del afecto, los sentimientos, emociones, pasiones y sensaciones que produce el simple "con-tacto humano"**

El ritmo hipervertiginoso de estos cambios, aconseja **usar las nuevas tecnologías con-tacto y en con-tacto lo más cercano posible de unos con otros.** Recordemos que una caricia, una sonrisa, una cálida palabra de consuelo, una rica comida, un hermoso paisaje, jamás podrán ser sustituidos por ninguna tecnología por virtual, digital o lo que sea que pueda ser en el futuro.

Queda claro que el Postelevidente con su inteligencia ambidiestra, estará mejor preparado para enfrentar los retos por venir, que no se vislumbran fáciles.

El Homo Zapping o Televidente del Nuevo Milenio, será el encargado de escribir, videograbar, filmar, telepatiar, teletransportar, **INTELIGENTE, RACIONAL, EMOTIVA, FRAGMENTADA Y RAPIDAMENTE,** lo que sea, que **VAYA A ACONTECER EN EL CIBER-FUTURO.**

"No es exageración decir que el futuro de la sociedad moderna y la estabilidad de su vida interior dependen, en gran parte, de que se mantenga un equilibrio entre el poder de las técnicas de comunicación y la misma capacidad de reacción del individuo"

Capítulo 1

EVOLUCIÓN Y PROFESIONALIZACIÓN TELEVISIVA.

¹Papa Pío XII. Roma, Italia, 17 de febrero de 1950.

1.- EVOLUCION TELEVISIVA.

Hace 60 años, nadie se imaginaba que la televisión llegaría a tener el potencial de "conectar" al mundo entero desde la "comodidad" de sus hogares.

Era el verano de 1939, cuando "una minúscula pantalla animada atrajo la atención de multitudes. Más vírgenes y dóciles que los ávidos consumidores de *high-tech* y alta fidelidad que asolaron Sevilla durante el quinto aniversario del desencuentro, los feriantes de Nueva York eran un público casi virgen frente a la avalancha audiovisual"²

En sus primeros intentos, la televisión ofrecía imágenes borrosas, sin nitidez, a una velocidad y frecuencia de 28 líneas y 12 y medio cuadros por segundo. El primero en presentar el invento fue el escocés John Logie Baird, en 1926.

Baird transmitió mecánicamente, "(porque no recurrió ni al iconoscopio ni a ningún mecanismo eléctrico) (...) Todo ello desató varias polémicas: en primer lugar, se cuestionó la viabilidad del proyecto mismo, debido a que requería de un importante financiamiento para su óptimo desarrollo; por otro lado, comenzó el debate en torno a cuáles deberían ser las normas (números de líneas, velocidad de transmisión, etcétera) para la mejor proyección de imágenes; y más aún se hizo evidente la guerra de patentes, ya que todo inventor, incluyendo al propio Baird, trataba de asegurar su producción lo más pronto posible"³

En Francia Édouard Belin mostró su prototipo en 1926, al tiempo que en Japón Kenjiro Takayanagi hacía lo propio y en Estados Unidos, varias empresas radiofónicas se dedicaban a perfeccionar sus propios sistemas televisivos. Para 1928, llegan a México los primeros equipos de televisión de exploración mecánica basados en el principio del disco de Nipkow, inventado en 1884.

En Estados Unidos, la ingeniería televisiva desarrollada por Vladimir Zworykin y Philo T. Farnsworth derrotó el modelo televisivo de Baird, por la definición de su imagen y la transmisión a mayor distancia, lo que hizo que la RCA encabezada por David Sarnoff los contratara para la producción comercial de televisores, iniciándose las transmisiones diarias en Estados Unidos, en 1939 En Inglaterra, desde 1936 se registran las primeras emisiones diarias. A diferencia de Norteamérica, Gran Bretaña manejó desde el inicio un esquema educativo-pedagógico en su programación y desde 1929, hacía emisiones experimentales con imágenes rudimentarias de 30 líneas de definición; logrando la sincronización de imagen y sonido en 1930. Mientras tanto, en el resto de Europa la empresa Marconi-EMI, abogaba por un sistema de mayor definición de imagen.

²Alejandro Piscitelli, *Post-televisión. Ecología en los Medios en la era del Internet*. Ed. Paidós-Contextos. México. D.F.1998.P 12.

³ Gabriela Warkentin. *Apuntes para una historia de La Televisión Mexicana: "Camino de la Tecnología Televisiva"*. Ed. Revista Mexicana de Comunicación y Espacio 98 (espacio Televisa de vinculación universitaria). México. D.F. 1998. p. 374

En Alemania, la Oficina Central de Correos televisó la Olimpiada de Berlín de 1936, utilizando cámaras iconoscópicas fabricadas por *Telefunken*, con base a electrones, pero el alcance de la transmisión cubrió apenas el área de la Villa Olímpica y sus alrededores, además la imagen también fue de mala calidad.

“Podemos afirmar que se trata, posiblemente de uno de los primeros inventos *en comité*, desarrollado por muchas personas al mismo tiempo, en diferentes lugares del mundo y con más o menos conciencia de estar participando en un proyecto que terminaría por trascender fronteras geográficas e ideológicas (...) Pues la tecnología no existe, si no la utilizamos. Cualquier otra cosa no es más que un invento excéntrico de algún loco científico de caricatura”⁴

La televisión comercial comienza tres años más tarde, del otro lado del océano; cuando la RCA decide presentar al mundo la televisión electrónica, derrotando el sistema de “*ventana mecánica*” de la empresa *Baird Television*. Una de las primeras transmisiones fue el discurso con el que el Presidente Roosevelt inauguró la Feria Mundial de Nueva York en abril de ese año, con una calidad de imagen superior a la utilizada en Alemania e Inglaterra, años atrás. A partir de ese momento, la *National Broadcasting Company* (en adelante NBC), inicia su programación regular con la transmisión de la película “*Lo que el viento se llevó*”, con lo que se demostró la mayor viabilidad técnica de la opción electrónica sobre la mecánica, inventada en 1884 por Paul Nipkow, adjudicándose la *R.C.A. Victor* un gran éxito tecnológico y comercial.

Algunos consideraron al sistema televisivo presentado en 1939 como una tecnología que cambiaría el hogar estadounidense, pero otros, como *The New York Times*, lo describieron como un artefacto sin aplicaciones útiles. La cuestión es que para 1948, Estados Unidos, el Reino Unido, Francia y Rusia, ofrecían con regularidad programas televisados.

El impacto e influencia de la televisión se diseminó tan rápido que para 1952, “el Reino Unido se conmovió con la coronación de la Reina Isabel II. La audiencia se calculó en 20 millones de personas y el número de televisores se duplicó en un año. Había un sólo canal de televisión y el país entero lo veía.”⁵

En síntesis, la televisión no tiene fecha precisa de nacimiento, se trata de una amalgama de descubrimientos en diferentes países; aunque en general podemos decir que:

“Casi toda la tecnología actual de las telecomunicaciones se debe a unas cuantas teorías y descubrimientos científicos importantes de los siglos XIX y XX. Esencialmente de los electrones, el electromagnetismo y la mecánica cuántica en el siglo XIX, la física de la relatividad, la lógica de la conmutación y las conmutaciones digitales en el siglo XX. Virtualmente, todas las innovaciones

⁴ Gabriela Warkentin, *op cit*, pp 367-371

⁵ BBC. *La aventura del hombre*. “Testigos de la Historia: Reflexión acerca del fin del siglo.” Once T.V. México, D.F. 27 octubre 1999. 9:00 hrs.

básicas que emanan de esas teorías se hicieron durante, e inmediatamente después de la Segunda Guerra Mundial”⁶

De cualquier forma, debemos recordar que:

“La televisión empezó siendo un sencillo sistema de envío y recepción de señales y es una coalición del telégrafo y del teléfono en una línea de transformaciones tecnológicas. Se trata de un medio de transmisión casi instantáneo de una sucesión de 25/30 imágenes por segundo que forman un movimiento regular. Una cámara, un sistema de barrido, un generador de señales de sincronización, un emisor, y un receptor, forman la estructura de un soporte de transmisión televisivo.”⁷

Etimológicamente, la televisión es definida como un sistema para transmitir imágenes en movimiento a larga distancia. Procede del griego “*tele*”, lejos y del latín, “*videre*”, ver.

1.1. CALIDAD Y CANTIDAD.

“En 1941, el Comité Nacional de Sistemas de Televisión (NTSC por sus siglas en inglés), organismo que agrupaba a 168 personalidades de empresas interesadas en el desarrollo de la televisión, tras haber llevado a cabo un meticuloso estudio de la naturaleza de la visión humana, estableció una serie de estándares para regular técnicamente la televisión. A raíz de tal estudio se optó por una frecuencia de 30 imágenes o cuadros por segundo, con la notoriedad de que cada imagen debía ser enviada dos veces. Por tanto, el parámetro resultaba en 60 imágenes por segundo, lo cual permitía una mejor calidad de la imagen recibida. Asimismo, se estableció que los televisores debían tener 525 líneas para la definición de la imagen. De esta manera se impuso una norma televisiva que, a partir de ese momento, sería conocida como la norma o el estándar NTSC”⁸ Que es la utilizada en México.

Europa estableció poco tiempo después su propia norma y Francia hizo lo mismo.

En la actualidad, existen tres sistemas de recepción de señal televisiva en el mundo: **NTSC** (*National TV System Commitec*) que se utiliza en América, Japón y Corea, con 525 líneas de resolución horizontal y 30 cuadros por segundo. **SECAM**, (*Secuencial Color and Memory*) con 625 líneas de resolución horizontal y 25 cuadros por segundo, es utilizado en Francia y el **PAL**, (*Phase Alternation by Line*), utilizado en Europa Occidental, Asia y Africa, así como en Argentina y Brasil. También tiene 625 líneas de resolución horizontal y 25 cuadros por segundo.

⁶ Lino Santacruz, Hablan los Televidentes “La visión a distancia, de las Microondas a la Fotónica, Transformaciones tecnológicas de la Televisión”. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales. Dirección de Investigación y Posgrado de la Universidad Iberoamericana México, D.F. 1995. p 31

⁷ Alejandro Piscitelli, *op. cit.*, p. 13

⁸ Gabriela Warkentin, *op. cit.* p. 377.

1.2. CONFORT Y ENTRETENIMIENTO.

Las secuelas sociales, económicas y psicológicas de la Segunda Guerra Mundial, llevaron a los dirigentes europeos y norteamericanos a esforzarse por mejorar las condiciones de vida de sus gobernados y a promover el sentimiento de pertenencia a una nueva generación, a una nueva era: “**la moderna**”. Así, la Gran Depresión y la Segunda Guerra Mundial, serían más fáciles de olvidar y la ciudadanía tendría nuevas esperanzas de una vida mejor.

Siendo un elemento **modernizador**, la televisión era el vehículo idóneo para la transmisión de los ideales que conforman el *american way of life*, instituido por los gobiernos postguerra, sobresaliendo todo lo que daba sentido de *confort* en la vida cotidiana, como lavadoras, licuadoras, refrigeradores y estufas. En general, los productos electrodomésticos que hoy vemos con gran naturalidad y que para las generaciones posguerra eran un verdadero lujo con carácter estatutario. Además, la producción masiva de estos enseres generaba importantes fuentes de trabajo y distribución de ingresos.

No olvidemos que para entonces, la mujer norteamericana estaba inserta en los procesos productivos pues se había capacitado mientras los hombres de la nación luchaban en el frente, convirtiéndose en fuerza laboral manufacturera e industrial, así como en personas autosuficientes económicamente.

Aquellas miles de horas invertidas en cocinar, lavar a mano, planchar con pesados aparatos de hierro y hornear con leña, fueron reducidas; incidiendo en una nueva forma de vida cada vez más urbana, con hogares donde germinaba la semilla de la desintegración: personas viudas, divorcios, desencuentros, desadaptación tanto de los que se quedaron como de los que se fueron durante los años de la lucha armada.

Al mismo tiempo, mejoraban las tarifas salariales, se reducían las horas de trabajo y se democratizaba el sistema con énfasis en los derechos civiles de hombres y mujeres, blancos y negros. Lo que tiempo atrás hacía la servidumbre, lo tenía que hacer el ama de casa en la llamada “*doble jornada*” y en algunos casos la familia en pleno.

Es así como nace y se prolifera la idea del “*confort*” como la máxima en cuanto a los logros humanos. Todo aquello que requiriera el **menor esfuerzo físico y de tiempo, tenía garantizado su éxito comercial. El sueño americano hecho realidad, vinculado además, al sentido de autosuficiencia y libertad. De hágalo usted mismo.** Recordemos que el teléfono, la radio y el automóvil también formaban parte de esta nueva forma de vida que daban las telecomunicaciones, donde tomaba importancia la “**cercana distancia**”.

Estos cambios, produjeron la llamada generación *cocoon*, (capullo) que no necesitaba salir de su hogar para cubrir sus necesidades. Comía alimentos congelados en pleno apogeo de los refrigeradores, los hornos de gas, eléctricos y más tarde de microondas. Si quería "conectarse" con el mundo exterior, bastaba con hablar por teléfono o prender la televisión.

El mejoramiento de las condiciones del trabajo hogareño permitió tener mayor cantidad de horas libres. Además del alargamiento que la electricidad ofreció al día, permitiendo que muchas personas al tiempo que se entretenían y descansaban frente al televisor, aprovecharan para realizar labores adicionales como manualidades, hablar por teléfono, comer, vestirse, leer el periódico, lavar la ropa, planchar, cocinar, etc. Poco a poco, la televisión dejó de ser el centro de atención familiar y social, para convertirse en una "compañera" incondicional. Con dar vuelta a una perilla, ahí estaba siempre fiel, con sus "pláticas" interminables.

Proliferaron los sistemas crediticios bancarios, así como la venta en abonos de las tiendas departamentales, lo que facilitó la compra de las innovaciones técnicas, que no cesaron de aparecer cada vez más rápido. La economía del préstamo llegó para quedarse.

Baste decir que para 1946, "sólo alrededor de ocho mil hogares estadounidenses tenían una televisión. Para 1949, escasos tres años más tarde, ya se podían contar casi un millón de telehogares y para 1951, esa cifra había rebasado los 10 millones de televisores. (...) Esta gran demanda hizo que el precio unitario de los televisores se redujera significativamente. Antes de que terminara la década, el costo de un televisor equivalía a lo que años antes había costado un aparato de radio"⁹

1.3. LA TELEVISIÓN LLEGA A MÉXICO.

*"El día ha llegado! ...Ya puede ser su hogar el escenario de cualquier espectáculo. Ya pueden usted y su familia, disfrutar del resultado de años y años de investigaciones que han dado por resultado la TELEVISIÓN EL PALACIO DE HIERRO es de los primeros que con orgullo le brindan la oportunidad de presenciar, en el sótano de nuestro EDIFICIO ANEXO, las demostraciones prácticas de la maravilla de la TELEVISIÓN."*¹⁰

En México, la primera transmisión se realizó el 7 de septiembre de 1946, inaugurándose así, la estación experimental de televisión X.H.I.G.G. Durante los siguientes 2 años, X.H.I.G.G. transmitió todos los sábados, dejando de funcionar en 1948.

¿Por qué en México no se optó por el esquema pedagógico-cultural en su programación?

⁹ Gabriela Warkentin. *op. cit.*, p. 379

¹⁰ Jorge Mejía Prieto. *Historia de la Radio y la T.V. en México*. Editores Asociados, S. De R.L. México, D.F. 1972 p. 128

Se coincide en que los aspectos tecnológicos fueron determinantes. El sistema norteamericano era más viable, por la cercanía y dependencia tecnológica del caso. La importación de insumos desde Europa sería más costosa. Pero: ¿acaso los contenidos o el enfoque de la programación eran una condicionante para la venta de tecnología?. No lo creemos, pero esto sirvió de pretexto para el nacimiento de la televisión comercial mexicana durante la presidencia de Miguel Alemán Valdés. Además de ser un pase podríamos decir que natural, heredado del esquema comercial de la radio.

Quizá una respuesta esté en el hecho de que al término de su sexenio, Miguel Alemán se convirtió en socio de la televisora. Lo más seguro fue la condición para el otorgamiento de la concesión gubernamental, pues sin duda, el informe de González Camarena y Salvador Novo, consideraba además de los asuntos técnicos, el potencial y ventajas económicas del invento en cuestión.

El 31 de agosto de 1950, nació el primer canal comercial de la televisión mexicana, X.H.T.V. Canal 4, el cual fue inaugurado con un control remoto desde el Jockey Club del Hipódromo de las Américas; iniciando su programación regular al día siguiente, con la transmisión del **Cuarto Informe Presidencial de Miguel Alemán.**

Para finales de los años 50, se instalaron en la Ciudad de México, televisores en distintos rumbos a fin de que los capitalinos pudieran ser testigos del acontecimiento. La ciudad se entusiasmó con el novedoso espectáculo electrónico, 11 años después de la transmisión neoyorkina.

Como dato curioso, R.C.A. Víctor Mexicana publicó en los periódicos de mayor circulación una gran felicitación a la recién inaugurada empresa. Entre otras cosas decía:

"Rodeada de toda clase de comodidades, la familia podrá asistir a los más grandes e interesantes eventos de la vida política y social de la gran urbe. Las noticias que conmueven al mundo llegarán con verismo, con una realidad jamás soñada antes... Los más famosos astros del deporte jugarán para usted y los suyos ..Rutilantes estrellas del Cine y del Teatro actuarán en su propia sala" ¹¹

La fábrica de sueños a domicilio había empezado. Algunas familias dejaban abiertas sus ventanas un poco para presumir y otro, para que los vecinos la pudieran ver a quienes se les llamó "espectadores de banquetas". También hubo quienes pusieron bancas de madera y cobraron por cada "función" televisiva.

Tan sólo 2 meses después, empezó a salir al aire esporádicamente, **X.E.W.T.V. Canal 2.** Mientras tanto, el Canal 4, transmitía de las 17:00 a las 19:00 horas, casi sin anunciantes.

¹¹ Jorge Mejía Prieto, *op cit*, p. 185.

"Los primeros patrocinadores de la T.V. mexicana fueron el reloj Omega, y la tienda Salinas y Rocha Alameda"¹²

Para muchos, el carácter comercial de la televisión nacional era una contradicción que hacía presagiar su cercano y rotundo fracaso, ya que en lugar de que los televidentes pagaran por el servicio, --siendo que ellos cobraban a sus amigos y visitantes -- eran los anunciantes. quienes sostenían los altos costos de producción y transmisión de la misma.

Sonaba contradictorio pero finalmente funcionó. Con esquemas parecidos a los utilizados por la radio, la televisión evolucionó tan vertiginosamente, que tuvo que copiar de prensa, cine, teatro y radio, procedimientos adaptados con precipitación.

La mayoría de las transmisiones eran una especie de segmentos de 5, 10, 15, minutos y sólo el programa estelar del día era de entre 20 y 30 minutos. No existía rigor en los tiempos de emisión y la **continuidad**, sería una especialización posterior de las empresas televisivas en todo el mundo.

1.4.¿ RADIO CON IMAGEN?

Aunque el solo hecho de manejar imágenes y sonidos con movimiento era suficiente para mantener al televidente pegado al televisor, la realidad es que se trató de un fenómeno tan doméstico y domesticable, que pronto todos se acostumbraron y **las repeticiones constantes de programas, chistes, diálogos, encuadres, movimientos de cámaras, y realizaciones, empezaron a aburrir al televidente.**

El parecido en fondo y forma a la radio, pronto cobraría su precio revirtiéndose contra sí misma; por carecer de un lenguaje propio y **dedicarse sólo a copiar el exitoso lenguaje radiofónico.**

Aquellas sesiones vespertinas en blanco y negro con toda la familia reunida frente al televisor dejaron de hacerse, para cada cual seguir con sus actividades cotidianas y pasar progresivamente de "comerse" el televisor, a observar esporádicamente, a mirar entre una y otra actividad, y, finalmente, a "escuchar" la programación televisiva. **Esto es, a predominar su carácter de tele-escuchas, sobre el de tele-videntes.**

De vez en cuando, se asomaban a ella, para "conectar" visualmente algunas escenas, pero este "ver esporádico", se marcaba aún más cuando llegaban los "cortes comerciales". Entonces, había que perfeccionar el sistema de comercialización, pues recordemos que los patrocinadores eran la savia y la miel de este importante negocio.

¹² Jorge Mejía Prieto. *op.cit.*,p. 186.

Para que los anunciantes siguieran comprando espacios en la televisión nacional, se tenían que entregar resultados y la única manera de comprobarlos era a través del aumento de las ventas. El problema era también de estrategia comercial. No todos los productos anunciados se hacían en el horario adecuado, o con el mensaje correcto para el auditorio al que debía ser dirigido. Era el **precio del desconocimiento, del predominio de la improvisación**. Por ello, años más tarde se utilizaría el llamado **"lenguaje televisivo", instrumentado en parte, con fundamentos teóricos de la psicología de masas**.

Fue así como la televisión empezó a profesionalizarse. Recordemos que lo que ésta siempre ha vendido ha sido "audiencia" y si dejaba de interesarle al público el medio, los programas no serían vistos y los patrocinadores se retirarían.

Para ilustrar el carácter improvisado de la televisión en sus inicios, baste decir que no existía la carrera de comunicación en ninguna parte del país. La Universidad Iberoamericana sería la primera en ofrecer estudios de comunicación, y años después lo haría la Universidad Nacional Autónoma de México. Lo que inicialmente tenía un enfoque más periodístico que "comunicacional", después de dos décadas, se convertiría en la carrera de **Ciencias de la Comunicación**. Mientras tanto, la ingeniería electrónica se encargaba del mantenimiento de los equipos, pero la "creatividad", el "lenguaje", las "formas", fueron en su gran mayoría probadas bajo el esquema de **"ensayo-error"**.

En sus inicios, la mayoría de camarógrafos, ingenieros de sonido e iluminadores, provenían de la industria cinematográfica, pero los realizadores y productores de cine veían con desagrado a la imagen electromagnética, queriendo conservarse fieles a la imagen fotográfica que les permitía darle un sentido más artístico a sus realizaciones.

Los escritores provenían del teatro y algunos ensayistas o literatos como Salvador Novo, hacían incluso, textos comerciales. Los locutores, presentadores, actores y cantantes combinaban sus presentaciones en la radio con las de televisión.

Salvo algunas excepciones, el gremio de productores y realizadores nació con el medio que recién emergía a la vida pública. En cuanto a los conductores, la mayoría son personajes que circunstancialmente han llegado a ese sitio. Salen a cuadro sin haberse propuesto ni haber estudiado para ello. En su mayoría han sido o fueron improvisaciones, con escasas excepciones.

A manera de ejemplo, un testimonio de Enrique Fernández Tayaeche, mejor conocido como Enrique Alonso, "Cachirulo":

"Para esos tiempos estaba de guionista de Manolo Fábregas, quien tenía el programa más fantástico de la televisión, era de drama y comedia, era el más visto. Yo veía por detrás de las cámaras, subía a la cabina bajaba, quería que el Teatro Fantástico saliera algún día por televisión, pero nadie

me hacía caso. Un día por casualidad, me llamó el productor para que probara mi éxito de teatro en la televisión, él no sabía que yo era el mismo que escribía para Fábregas, fue una gran sorpresa. Por fin tuve la oportunidad de hacer mi propio programa que duró 17 años. (...) La escenografía era divina. De papel manila, se pegaba sobre un cuadro de madera y ahí se pintaba con gis y colgaban del techo hojas de pirul para que pareciera un bosque”¹³.

Era tan artesanal el decorado, que con el tiempo, un sinónimo de escenografía o producción barata era “cachirulazo”. Término utilizado también cuando por casualidad se tenía éxito con algún programa improvisado.

Conviene hacer una acotación: a pesar de lo improvisado de las realizaciones y la raquítica producción, existía una actitud podríamos calificar de “ingenua” y “auténtica”, que permitía generar un efecto de “espejo” con la sociedad, pues realizadores y televidentes hablaban un mismo idioma. Esto le daba un aire de autenticidad a la programación, y servía de cimiento para el éxito de la misma, pues se hablaba un mismo idioma que generaba empatía con el televidente.

Una excepción: los locutores. Ellos se distinguían por su profesionalismo. Voces educadas, bien moduladas, sin acentos regionales, con control por parte de la Secretaría de Educación, prohibiéndose las palabras altisonantes, así como el respeto por horarios de los temas a tratar. Evitándose influencias violentas en el uso de la palabra. Sin duda, una buena herencia de la Radio.

Mientras tanto, los periódicos publicaban anuncios de Oportunidad para Aficionados:

“XHTV CANAL 4-TELEVISIÓN, la primera estación de televisión en el mundo de habla española, se complace en invitar a todos los aficionados, CANTANTES, COMICOS, MUSICOS, BAILARINES, DECLAMADORES, ACRÓBATAS, etc., a participar en sus programas “Buscando Estrellas”. “Los triunfadores obtendrán grandes premios y contratos para actuar en XHTV y en radio”.¹⁴

Para enfatizar el carácter circunstancial e improvisado de los hacedores de televisión en sus inicios y constatar la función azarosa de los “golpes de suerte”, citaré a Fernando González:

“Se oyen en los anecdotarios estas historias: no llegó esa tarde el titular, renunció la figura estelar o me animó mi compadre el productor, o en el mejor de los casos: yo era asistente del productor y como retrataba bien, me incluyeron en el elenco de la pantalla: (...) Antes de entrar a cuadro, Jacobo Zabludovsky era guionista del noticiario de Guillermo Vela Pedro Vargas tuvo su *Estudio* sustituyendo un día previo --a la salida al aire-- a Agustín Lara y se quedó ahí 12 años. Madaleno substituyó a Pedro Ferriz en *El Club del Hogar* por más de 20 años. Recientemente, Javier Alatorre en el

¹³ Entrevista realizada en febrero de 1998, para el programa “Caminantes” que se transmitía por CNI Canal 40

¹⁴ Jorge Mejía Prieto, *op.cit.*, p. 161.

noticiario *Hechos* llegó después de mucho trabajo en la sala de redacción. Javier Solórzano inició *Televigente* después de varios años de profesor y funcionario, Carmen Aristégui sustituyó al conductor que no llegó un día a tiempo por el tráfico ciudadano”¹⁵

2.-PROFESIONALIZACIÓN Y GENEROS TELEVISIVOS.

“Diversos autores, como Umberto Eco, Paolo Fabbri, y Jesús Martín Barbero, afirman que el género es la unidad de análisis de la cultura de masas. El último autor destaca que se trata de una estratagema de complicidad entre emisor y receptor, que aparece como estrategia de comunicabilidad presente al lado de la producción. Así el éxito de la comunicación está en el disfrute. En reconocer las leyes del género” (..)Pues el desarrollo de la televisión supone también el desarrollo de sus géneros, como unidades mediante las cuales se establece una conversación entre emisor y receptor. A través de ellos, ambos extremos del proceso comunicativo reconocen y encuentran puntos en común”¹⁶

Esta definición de géneros fue el inicio de la profesionalización televisiva. De la ordenación del desorden en el que nació, donde se entremezclaban elementos de todo tipo sin un sentido buscado ex profeso.

Con los géneros definidos, y con más de diez años al aire, los teleespectadores reconocían cuando una secuencia había sido interrumpida, cuando había incongruencias en la edición, o la música, pues eran ya, capaces de resumir conceptos, de hacer comparaciones entre distintos programas y de identificar sin problema, las características propias de cada género, pues quienes hacen y ven la televisión hablan un mismo idioma y aunque **“los teleespectadores desconocen su gramática, son capaces de hablarlo”**.¹⁷

De esta manera, la programación queda dividida en los siguientes géneros:

¹⁵ Fernando Gonzalez, Apuntes para una historia de La Televisión Mexicana. “Los conductores de televisión” Ed. Revista Mexicana de Comunicación y Espacio 98. (espacio Televisa de vinculación universitaria) México, D.F 1998 pp. 148-149.

¹⁶ Claudia Benassini Félix, La Metamorfosis de la Televisión “Perfectamente bien contestado, Los programas producidos por la Televisión Mexicana”. Cuadernos de Comunicación y Practicas Sociales de la División de Investigación y Posgrado de la Universidad Iberoamericana México, D.F 1995. p 109.

¹⁷ Jesús Martín Barbero, De los Medios a las Mediaciones, Ed Gustavo Gilli Barcelona. España 1986. p. 242

- ❖ Programas Informativos.
- ❖ Programas de Entretenimiento.
- ❖ Programas Infantiles.
- ❖ Programas de Concurso.
- ❖ Programas Educativos-Culturales.

2.1. GENEROS TELEVISIVOS:

2.1.1. INFORMATIVOS.

En este punto, los horarios de transmisión buscaban coincidir con los momentos en los que las personas que tenían un cierto nivel socio-económico o político, estaban en sus casas. Esto es, temprano antes de que salieran a trabajar, a la hora de la comida y en la noche, antes de acostarse.

En general, en la época primera de la televisión, los informativos eran programas cortos máximo 45 minutos, pero no se diferenciaban mucho de los que la radio ofrecía. Al principio, los productores no sabían qué mostrar mientras los conductores leían las noticias. Este formato estático, donde la pantalla era ocupada por la cara del locutor en primer plano, generó el sobrenombre de *talking heads* o **cabezas parlantes**, para los conductores de noticiarios.

El público era cada vez más exigente, y esperaba algo totalmente diferente a lo que la radio ofrecía, por lo que, unido a la evolución tecnológica, los productores pudieron enviar cámaras portátiles a la calle y captar las noticias en el momento en el que sucedían los hechos, lo que le dio un ritmo más dinámico y espectacular, pues este carácter "testimonial", generaba un sentido de **participación pasiva**.

Los corresponsales enviaban su material a la torre de transmisión a través de los cables telefónicos, con la ayuda de los famosos "caimanes". Más tarde, aparecieron las cámaras portátiles, los equipos de sonido e iluminación desarmables y ligeros, así como la posibilidad de envío de señales a través de microondas y satélites.

Todo ello, convirtió al género informativo en un espectáculo visual sumamente rentable para los patrocinadores, quienes después del asesinato de John F. Kennedy, se percataron del poder de convocatoria que la noticia daba al medio. El

22 de noviembre de 1963, bautizado por los medios estadounidenses como "El día que la nación lloró", fue el primero de 4 días consecutivos de transmisiones en vivo, con los mínimos detalles del asesinato y sepelio de Kennedy. Fue el nacimiento de la noticia-espectáculo.

2.1.2. ENTRETENIMIENTO.

Los programas de entretenimiento tratando de emular las normas del género de la comedia, hacían adaptaciones constantes de horario, hasta que se especializaron en cubrir los tiempos libres de las amas de casa, llenando un gran número de horas de transmisión; sobre todo, bajo el género del melodrama.

Uno de los rubros fundamentales de este género es la telenovela. La producción de telenovelas en México se inició en 1957, y mantuvo su formato lento, de transmisión en vivo durante muchos años, hasta que apareció el **apuntador electrónico** y el **video tape**, con los que se pudo producir masivamente y archivar capítulos para garantizar la continuidad de su transmisión. Este género ha sido más que explotado por Televisa, importante exportadora de telenovelas a todo el mundo.

"El *videotape* dio lugar a un sistema de producción que, en materia de escenografía, creó la técnica de "matar sets". Esto quiere decir que el *videotape*, al permitir grabar y enlatar los programas, daba la oportunidad de aprovechar mejor la instalación de una misma escenografía: la telenovela no se graba en orden, capítulo por capítulo, sino en bloques de capítulos en los que se establece cuáles son los sets principales, cuántas veces es absolutamente necesario que aparezcan en su totalidad (por lo general se requieren cuatro o cinco veces), por lo que se graban todas las escenas juntas aunque pertenezcan a capítulos distintos, que luego serán ordenadas en la edición. El resto de las escenas de los diferentes sets, regularmente sólo necesitan o se pueden reproducir con un ángulo identificativo"¹⁸.

En este género entran también las revistas musicales y los programas de comedia. Conviene señalar que por deducción empírica, se ha observado que existen algunos factores idiosincrásicos en la especialización genérica de la producción televisiva.

Así tenemos que el **carácter melodramático mexicano** es bien utilizado por la telenovela; el **humor negro y sarcástico inglés**, en sus programas dramatizados sobre la vida cotidiana de la gente común; el **humor light norteamericano**, en las series de entretenimiento que cada vez proliferan más y exportan a todo el mundo, así como las que tratan las relaciones de poder; ya sea político, económico o erótico. También está el **discernimiento francés**, con sus programas de análisis y crítica política y social.

¹⁸ José Luis Gutiérrez Espindola. *Las Redes de Televisa. "La industrialización del melodrama historia y estructura de la telenovela mexicana"* Ed. Cómico- Rotativo y Claves Latinoamericanas. Mex. D.F. 1991 pp.79-80

2.1.3. INFANTILES.

Los programas infantiles empezaron a transmitirse exclusivamente en las tardes, cuando los niños habían regresado de la escuela, básicamente con transmisiones de dibujos animados, producidos casi siempre en Estados Unidos. Un papel importante de contrapeso, en cuanto a proporción de producción nacional, lo tuvieron "*Teatro Fantástico*", "*El Chavo del 8*" y el "*Chapulín Colorado*", como los más logrados y de mayor *rating*.

Con la introducción de la industria del dibujo animado, *Walt Disney* como el gran pionero seguido por la compañía *Warner Brothers*, llenaron las pantallas del mundo, al grado de suscitar análisis y críticas sobre su carácter ideologizante en la permanencia del *status quo*. Sin embargo, hoy son vistas como "clásicos", pues a pesar de su dinamismo visual y sonoro, y de su carácter ideológico, las versiones japonesas como *Pokémon*, o los *Ninjas*, tienen una sobredosis de velocidad y violencia que sus antecesores no tenían.

Dentro de la programación nacional, la barra infantil va de la mano del género de concurso. Con algunas adaptaciones mínimas, conserva el esquema y formato del género.

2.1.4. CONCURSO.

Estos programas se iniciaron con el esquema de los programas radiales, donde predominaba la búsqueda de talentos artísticos. Evolucionaron conforme iban comercializándose. Durante algún tiempo se trató de darles un carácter educativo-cultural, como el caso de "Los 64 mil pesos" o el "Dr. I.Q". Sin embargo, predominó el tono "vacilador" y de entrega de premios a los concursantes.

Desde los inicios de la televisión mexicana, los concursos de aficionados han ocupado parte del género. La tradición se inauguró a fines de la década de los años 50 con *Buscando Estrellas*, cuyo éxito se había probado en la radio y mostraba posibilidades para desarrollarse en la televisión con distintos tipos de participantes, como fue el caso de *Estrellas Infantiles*.

"En la actualidad, los aficionados conforman un segmento de buena parte de los programas de concurso y en esencia su estructura se mantiene igual. Sin embargo, en los inicios del género los triunfadores tenían la posibilidad de ser lanzados al estrellato, mientras que en la actualidad se conforman con una presentación frente a las cámaras"¹⁹

En ese entonces, el sistema comercial de casi toda la programación trabajaba bajo el convenio de patrocinios o *brokers*. Esto es, que compraban el espacio para transmitir un programa que era producido por el departamento de publicidad del patrocinador o por la agencia misma.

¹⁹ Claudia Benassini, *op cit*, p. 113.

"Era el caso de El profesor Colgate, Hitazo Royal y Estrellas Infantiles Toficos".²⁰

Este sistema se impone dado que los dueños de televisoras no sabían producir, mientras las agencias de publicidad tenían años de experiencia a través de sus "creativos".

Hoy, el único *Broker* que se mantiene en la televisión nacional es Chabelo, quien con más de 20 años de transmisiones ininterrumpidas, innovó ampliando el horario a tres horas de su programa "*En Familia*", cambiando el tradicional horario vespertino por el matutino y dominical.

En el perfeccionamiento y profesionalización de este género, a partir de 1995, son supervisados por un interventor de la Secretaría de Gobernación, quien verifica la legalidad de los concursos. Además de que en la actualidad promueven una mayor participación de los televidentes, ya sea a través de llamadas telefónicas, correos electrónicos, faxes, o enlaces vía control remoto con participantes fuera del estudio de televisión.

2.1.5. EDUCATIVO-CULTURALES.

En relación con la programación educativa-cultural, "se gesta en una época crítica para la nación. Las contradicciones sociales acumuladas por décadas amenazaban seriamente la paz lograda por los gobiernos postrevolucionarios. La crisis estudiantil de 1968 y la gran variedad de movimientos urbanos y rurales daban cuenta del malestar social y de la gravedad de los conflictos. El aparato escolar, por su lado, empezaba a mostrarse incapaz para satisfacer la creciente demanda de calificación de la fuerza de trabajo de una población en aumento".²¹

Es prácticamente a partir de los años setenta, esto es, 20 años después de su primera aparición en el país, cuando se inicia la experiencia de la televisión educativa, primero con la participación gubernamental en la Telesecundaria, luego con las telenovelas educativas de Televisa, casi siempre históricas, y la transmisión de la serie infantil Plaza Sésamo. Cubriéndose así a la población infantil, juvenil y adulta.

"Para entonces, la televisión mexicana ya había demostrado ampliamente sus facultades para la inculcación ideológica y la aceleración de la circulación del capital, funciones propias de los medios masivos de comunicación".²²

A pesar de que en la actualidad la televisión educativa cubre casi todos los niveles de enseñanza, hasta la fecha no ha existido un organismo rector capaz de sistematizar, racionalizar, planificar y evaluar los esfuerzos gubernamentales en esta

²⁰ Claudia Benassini, *op cit.*, p. 114.

²¹ Alberto Rojas Zamorano, *Televisión via Satélite "Televisión y Educación"* Ed Era. México, D.F 1987. p. 125

²² *Idem*, p. 126.

área, por lo que **el uso con fines educativos de los medios de comunicación estatales, carece de un plan estratégico que cubra las necesidades locales, regionales y nacionales, tanto en contenidos como en cobertura.**

Aunque ha tenido ciertos logros, la televisión educativa no ha definido un estilo propio. En su lugar ha copiado las pautas de la televisión comercial, además de utilizar un lenguaje pobre, escaso en recursos técnicos, creativos y expresivos.

"En estas condiciones, la televisión educativa parece más bien estimular entre el auditorio el hábito a la atención de la programación comercial. Así por ejemplo, un estudio reciente demostró que los estudiantes de la Telesecundaria ven 75 por ciento más de tiempo la televisión comercial (a la cual le otorgan un alto grado de credibilidad) que la Telesecundaria. Este dato es significativo, si se tiene en cuenta que en muchos casos las poblaciones marginadas que tuvieron acceso por primera vez a la televisión comercial lo hicieron por el interés de contar con el servicio de Telesecundaria"²³

Hacia los años 70, en Estados Unidos se demostró que Plaza Sésamo, estimulaba en los niños el hábito de ver la televisión, habilitándolos en el dominio del lenguaje publicitario y preparándolos así, desde temprana edad, al mundo del consumo. La discusión se ha olvidado y en la actualidad se acepta como uno de los programas educativos más logrados para el público infantil.

En México, la televisión educativa continúa aislada de los gustos y necesidades populares, manteniendo un aire "elitista" poco accesible para las masas. Baste ver la programación de los canales 11 y 22, con niveles de audiencia muy bajos respecto a la sintonía nacional. **Aunque conviene señalar que el cambio de imagen y programación del ahora Once TV, ha sido significativo; aumentando sus niveles de audiencia, sobre todo, en ciertos sectores de la Ciudad de México.**

El Estado Mexicano reconoce el potencial de la televisión, pero ha dejado casi libre a la versión comercial su desarrollo técnico y programático, limitándose a garantizar los usos culturales de la televisión a través de su participación en el Canal 22, o delegando en otras instancias, como el canal del Instituto Politécnico Nacional, o TVUNAM, la producción cultural de la televisión nacional; cuyas coberturas siguen estando en desventaja con los canales comerciales. Sobre todo, después de la privatización de los canales 7 y 13, y de las Concesiones técnicas y de cobertura otorgadas a Multivisión.

Desde hace "7 años, Televisa dejó de ser monopolio en el terreno de la televisión comercial. La venta de Imevisión a particulares, abrió un espacio de competencia, al menos aparente. Con la creación de TV Azteca, se hizo más amplio el espectro de espacios televisivos"²⁴ **En México, ahora, se habla de un duopolio televisivo..**

²³ Alberto rojas Zamorano, *op.cit.*, P. 144

²⁴ Mara Camaya, "Causa Común". <http://www.etcetera.com.mx/pag41ne5.asp> Consultado el 16 de junio del 2001.

La participación estatal es ambigua; por un lado otorga plenas libertades a la iniciativa privada, y por otro, limita los recursos a los organismos públicos de la televisión. Baste ver lo sucedido con Imevisión, que nunca logró tener una personalidad o perfil programático social, cultural o educativo, mientras fue de participación estatal, con lo que se confirma la estimulación histórica de los regímenes priistas a través de las concesiones a empresas privadas, así como la desestimulación a los medios culturales, o con proyectos educativos.

Quizá por ello, tanto en la Cámara de Diputados como en la de Senadores, tras la aprobación de una Nueva Ley de Cinematografía, empezó a cuestionarse la legislación y reglamentación de las señales satelitales, por cable y por señal abierta, dada su capacidad de llegar a cualquier rincón del mundo. Su capacidad estratégica y de difusión para lo bueno y lo malo, aún espera entrar en el orden jurídico.

Pero suceden cosas extrañas, el 3 de marzo del 2001, el duopolio Televisa TV Azteca, se unió para transmitir sin cortes comerciales el concierto "Unidos por la Paz", en un gesto de aparente amistad, para apoyo a los indígenas de Chiapas; dejando atrás su permanente rivalidad. Lo curioso es que esta alianza se da 5 días después de que la Secretaría de Gobernación informara su intención de crear el Consejo Nacional de Radio y Televisión, anunciada el 8 de febrero del 2001.

Dicho Consejo se encargaría de "elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones" conocer y dictaminar los asuntos sometidos a su estudio y opinión por las Secretarías y Departamentos de Estado o por instituciones, organismos, personas relacionadas con la Radio y la Televisión (...), así como llevar a cabo o tomar medidas que estime convenientes para el eficaz cumplimiento de las disposiciones de ley". A pesar de que la instalación de dicho organismo estaba programada para el lunes 12 de febrero, hasta el martes 20 no se había llevado a cabo"²⁵

Lo que se traduce en una supeditación del poder político al de las grandes televisoras, cuya capacidad de manipulación es temida incluso por los gobiernos en turno. Lo que dificulta la instauración normativa y jurídica de las mismas. Pues con hechos como éste, **demuestran que pueden aliarse contra cualquier supervisión legal.**

Además, "no puede haber en nuestro país una nueva ley de medios si no se revisan a fondo tanto el régimen de concesiones como las concesiones fiscales que gozan los medios electrónicos. El régimen de concesiones es uno de los ejemplos más claros de lo que significó el priismo para México. Es una sinfonía de manipulación política en tres movimientos"

- 1.- *Allegro Maestroso*. Se declara, en aras de la revolución, que el espacio por el que pasan las ondas radiales y catódicas es propiedad de la nación
- 2.- *Andante con Padrino*. El uso de cada banda de esa propiedad nacional se concesiona temporalmente a empresarios privados. Las concesiones son discrecionales. Hasta 1993, casi todas fueron gratuitas.

²⁵ Mara Carnaya, *op cit.*

3.- *Liberó ma non troppo* El carácter temporal de las concesiones provoca en los empresarios del ramo una conducta de prudencia respecto de la crítica hacia el gobierno: pende siempre sobre ellos la posibilidad de revocar (o de no renovar) la concesión

Es claro que detrás de este orden de cosas estuvo siempre la aplicación, velada o descarada, de censura. Debería ser obvio que lo que conviene a una sociedad democrática es que los concesionarios aseguren sus derechos (pero paguen por ello), con independencia de sus políticas informativas o de su tendencia editorial.

Esta colusión se complementó con el régimen fiscal. Los concesionarios no pagan impuestos y, a cambio, ceden 12.5% del tiempo de emisión a promocionales del gobierno. Adicionalmente, están obligados a ceder espacios para programas culturales y de promoción política. Es la segunda parte de la horripilante sinfonía.

Para hacer las cosas todavía más complicadas, hay un acuerdo, al parecer informal, de 1980 (cuando este país era gobernado por un hombre que, en sus propias palabras, no pagaba para que le pegaran), según el cual el 12.5% del tiempo no se mide como lo señala la norma, que habla de "tiempo total de transmisión" sino como proporción del tiempo comercializable

En los primeros 3 meses del año, el gobierno federal ha utilizado íntegramente el 12.5% del tiempo comercial, que es una proporción mucho menor del tiempo total.

Se trata, en suma, de una suerte de paraíso fiscal, sobre el cual siempre está la amenaza de hacer cumplir estrictamente la norma y, con ello, volver incosteable de la noche a la mañana a la más exitosa estación de radio o de TV. Si ese estado de cosas no cambia, tampoco cambiará el país.²⁶

Volviendo a los aspectos técnicos, se puede decir que la profesionalización en el manejo técnico y conceptual de los géneros programáticos de la televisión no sólo nacional, sino internacional, nacieron y se desarrollaron tomados de la mano de la profesionalización en la publicidad; dejando rezagada la producción educativo-cultural, que recién empieza a utilizar formas y lenguajes más contemporáneos y propios de la televisión, como el caso de Once TV.

Por lo anterior, podemos decir que productores y directores de televisión, están supeditados cada vez más, a los presupuestos que las empresas televisoras les otorgan, dependiendo básicamente del *rating*. Y de la venta de espacios. Esto, lo empieza a entender la televisión cultural y/o educativa, por lo que se espera que en México, se impulse nuevamente el proyecto de televisión educativa-cultural.

²⁶ Francisco Báez Rodríguez, <http://www.etcetera.com.mx/pag20ne6.asp>. Consultado el 16 de junio del 2001.

3. GRAMÁTICA VISUAL Y SONORA.

La gramática visual da ciertas normas generales. Se habla de que la cámara debe manejarse con los movimientos que imiten lo más meticulosamente posible, los movimientos oculares. La cinematografía mundial ya había dado importantes pasos en el manejo artístico de lo visual y lo sonoro, pero la televisión aún no tenía la tecnología que le permitiera hacer todo ello. Recordemos que fue hasta los años 80, cuando el *video tape* permitió el almacenamiento de las producciones. Hasta entonces, todo era "en vivo" y lo grabado se hacía en 16 milímetros, esto es, en formato cinematográfico.

De cualquier forma, existía una especie de normatividad no escrita que todos respetaban: **hacer una representación lo más cercana posible a la realidad**. Mientras más realista se fuera, mejor calificación de producción se obtenía. Era una especie de hiperrealismo. Ejemplo: Un *tilt up* no podía ser unido a un *zoom back*, dado que ese no es un movimiento natural del ojo. Había sin duda, un gran respeto a la analogía de la percepción visual humana.

Los cortes de edición se daban cuando muy rápido cada 2 segundos y esto, básicamente en los comerciales, dado que es el tiempo que tarda el ojo en parpadear. En general, predominaba un esquema de cámaras fijas con muy pocos movimientos, nada de efectos especiales y casi nula movilidad escenográfica.

Este esquema de producción y realización televisiva, le daba un sello de "tiempo lento", donde predominaba el diálogo o texto, sobre la composición visual. No en vano, cuando observamos un programa con una producción estática, se califica como "radio con video" o "radio-imagen", convirtiéndose la producción televisiva en una interpretación o adaptación pobre del versátil lenguaje radiofónico. Con el perfeccionamiento de las máquinas de edición y la sustitución de la cinta de 16 milímetros por el *video tape*, se logró ensayar y perfeccionar lo que siempre se había tratado:

"Mantener una suerte de conversación a través de las cámaras, en la que participan como interlocutores el conductor, el público, los actores, y el propio televidente. De la adecuada combinación de las imágenes y los sonidos, dependerá el éxito de dicha conversación, y, en última instancia, el establecimiento de una relación espectacular, donde la combinación de dichos elementos marca el ritmo del programa"²⁷

La música y efectos sonoros también se perfeccionan, utilizándose "puentes" para provocar reflexión, o hacer descansar al televidente después de un diálogo fuerte o importante en la trama, un "chispazo" o "*wong*", para provocar cierta expectación, o "llamar la atención" y prevenir que vendría una escena importante. Montajes musicales tipo "*collage*" para cortinillas de entrada y salida, así como música

²⁷ Claudia Benassini, *op.cit.* p 19

especial para cada serie y para identificaciones de canal o *promos*. Poco a poco y más rápido que lento, improvisando, ensayando, equivocándose y acertando, la producción se depuró hasta llegar a un código internacional de calidad *Broadcast*, en cuanto a los aspectos técnicos prioritarios, así como encuadres, movimientos de cámara, lenguaje verbal, efectos sonoros y visuales, ediciones, ritmo, formatos y géneros, integrándose cada vez más a la cotidianidad de millones de televidentes, productores y realizadores en el mundo.

Avanzaba y se perfeccionaba la parte técnica de la producción y la realización, así como de las transmisiones y el almacenamiento de imágenes, pero en México, los aspectos legales y sociales seguían y siguen, en espera de acciones sociales y gubernamentales que normen los contenidos, porcentajes de publicidad y manejo ético y moral de la programación.

La defensa siempre se ha hecho amparada en el derecho autoral y la libertad de creatividad. El problema es que no se abrieron espacios que permitieran ejercer el derecho a la réplica, o que los medios dieran voz a sectores que durante todo este proceso se mantuvieron marginados por no pertenecer a los grupos en el poder, o por no servir a los intereses monopólicos de la televisión nacional, o por tratarse de asuntos no viables "comercialmente"; condenando con el más profundo silencio, cualquier intento independiente. Incluso, las Concesiones siguen siendo un tema poco conocido y difundido, con obscuras historias en el otorgamiento de las mismas.

La cuestión fundamental en el caso concreto de México, es que no existe equilibrio en la oferta programática, al absorber una sola empresa, casi la totalidad de la audiencia nacional. También queda claro que la televisión no se puede tratar como una mera cuestión mercantil o comercial que se autorregule por las leyes de la oferta y la demanda cuando conlleva tantos asuntos éticos de por medio que nadie sanciona, regula, exige o vigila. El Poder Legislativo debe urgentemente modificar y crear las leyes necesarias para la regulación operativa y de contenidos de nuestra televisión, de acuerdo a las condiciones actuales, pues la tecnología ha avanzado tan rápidamente, que todo lo existente en materia jurídica ha quedado rebasado y por mucho.

Los televidentes también tenemos la obligación de obtener una mayor cultura jurídica, a fin de poder ejercer nuestro derecho como tales. Con ignorancia de un lado y apatía del otro, (pueblo-gobierno) para la televisión comercial nacional ha sido fácil confundir libertad con libertinaje, sin entender que el televidente también tiene y debe ejercer sus derechos morales y jurídicos, a fin de convertirnos en televidentes responsables, pues como "decía Orwell, la libertad consiste en poder decir lo que incomoda a los poderosos"²⁸

²⁸ Bernardo Bátiz Vázquez, "Epoca de incongruencias" *La Jornada*. México, D.F. 19 de junio de 1999, p. 18.

La clase de hipnosis que la televisión ejerce sobre lo que se ha dado en llamar "mayoría silenciosa" es un equilibrio entre su vida vegetativo-social y sus apetencias externas. La televisión se hace a medida de esta mayoría –sociedad de consumo – y a su vez es ésta la que conforma, mediante la incorporación de sus colaboradores y técnicos, toda la actividad televisiva. La televisión será pues, la obra de su mayoría, su obra predilecta, asimilable al cine comercial, los discos de música ligera, el coche utilitario, la parcela en el campo, el crucero veraniego, los electrodomésticos y la confortabilidad hogareña en general; excluida cualquier forma de cultura humanística y literaria" (...) En suma, esta nueva clase media es una trasposición en Europa de esa misma clase Norteamericana; clase tecnológica y nervio fundamental de las estructuras económico-sociales de la sociedad neocapitalista. El rasgo fundamental que determina el talante de esta nueva clase media, pudiera ser su retraso mental.

En España concretamente, algunas estadísticas médicas publicadas en boletines especializados, señalaban una edad mental a esta nueva clase laboral de 13 a 14 años como término medio. Es evidentemente observable que lo que mueve en nuestra sociedad a esta "media" no es la inquietud espiritual en ningún sentido—religioso, artístico o simplemente humano – sino el placer y la comodidad (...) que sirva únicamente de contrapeso a su servidumbre laboral!"²⁹

Capítulo 2

PALEO, NEO Y POSTELEVISION

²⁹José M. Rodríguez Méndez. Los Teleadictos. Ed Laia. Ediciones de bolsillo. Barcelona, España. 1973 pp 65-66.

1. PALEOTELEVISIÓN.

El período que comprende desde el nacimiento de la televisión hasta principios de la década de los 80, - cuando se registra un cambio de lenguaje audiovisual, de formatos y ritmos de edición-, es reconocido hoy por ciertos estudiosos, como el período que corresponde a la **Paleotelevisión**.

Podemos decir que la naciente Televisión, era el equivalente a una estación de radio con imagen, por carecer de un lenguaje propio, netamente televisivo, que fuera decodificado fácilmente por los televidentes. El llamado lenguaje televisivo, o gramática audiovisual, tardó más de una década en aplicarse sistemática y profesionalmente. Al tiempo que el manejo técnico de encuadres, movimientos de cámara, dirección de escena, luces, sonidos y ambiente en general, se profesionalizaba dándole un sentido buscado específicamente a la grabación y transmisión de cada programa. Esto es, una definición de lenguaje, estilo y forma televisiva propia.

De esta manera, para lograr sus objetivos, se aplican comúnmente tres normas generales en la Dirección de cámaras:

- ❖ **Cámara Objetiva:** donde la presencia de la cámara pasa completamente desapercibida por parte de los que hacen la escena y del televidente.
- ❖ **Cámara Subjetiva:** forma parte del drama, tomando la cámara el lugar de alguno de los actores, haciendo que uno sea el propio actor.
- ❖ **Cámara Receptiva:** la cámara es un instrumento de recepción a la cual, los actores hablan para llegar al público.

En cuanto a los movimientos de cámara se comprueba que los de acercamiento y alejamiento dan más fuerza dramática que los laterales. Que se deben evitar las tomas muy frontales, ya que "aplanan" la imagen y en su lugar, procurar incluir varios planos horizontales y verticales para dar profundidad a las tomas, así como la posición de "cámaras cruzadas", con la determinación de que tres era el número ideal para una mejor producción en estudio.

Estas reglas, a pesar del avance tecnológico, permanecen como normas básicas de producción; aunque en la actualidad la variedad de movimientos y encuadres es mayor, convive con las formas tradicionales que han sido más que probadas en cuanto a eficacia e impacto con el televidente.

Desde 1939 hasta principios de 1980, los esquemas de producción y realización televisivas no habían variado mucho, a pesar del "brinco" cualitativo dado por la televisión a color los formatos y lenguajes, la "gramática audiovisual" de la que se ha hablado, era la misma.

Se trata de una paradoja significativa, pues a pesar de la vertiginosa evolución tecnológica que permitía a productores y realizadores mayor creatividad y originalidad, los esquemas conceptuales de la programación seguían determinados por viejas fórmulas más que probadas "al aire".

La normatividad programática respondió a necesidades comerciales más que conceptuales, ya que se debían respetar los espacios publicitarios, además de que los televidentes poco a poco se acostumbraron al esquema de medias horas, lo que dio mayor dinamismo a la programación; evitándose problemas de continuidad ordenándose incluso por barras o parrillas, de acuerdo a intereses y edades del teleauditorio, horas del día y la noche y por géneros de programas.

1.1. PUBLICIDAD Y PRODUCCIÓN.-

Dado que el peso de la publicidad era el determinante en muchos aspectos para el funcionamiento televisivo, el cambio empezó a gestarse justo en esta área. Así, el sistema de *brokers* fue paulatinamente substituido por la venta directa de espacios cada vez más reducidos. El comercial que antes ocupaba de 1 a 5 minutos, empezó a ser de 2 a 3 minutos, luego de uno, y ahora, la norma general es de 20 o 30 segundos. De esta manera, la televisora garantiza la permanencia de varios patrocinadores en espacios en los que antes sólo se anunciaba uno. Había que aprovechar el auge de la publicidad televisiva, que por su carácter masivo, registraba éxitos contundentes en el aumento de las ventas de los patrocinadores.

Hoy, la norma internacional más utilizada es de 12 minutos de comerciales por hora, divididos en 6 segmentos o "*carriers*" de 2 minutos en promedio, en los que se insertan de 4 a 6 *spots*, según sea el caso de 20 o 30 segundos. En este *carrier*, existen posiciones: la primera es la más cara y el resto depende de la política comercial de cada televisora. Cuando no están vendidas todas las posiciones del *carrier*, se utilizan para la transmisión de *promos* de la misma programación televisiva, a fin de estandarizar los tiempos internacionales al aire.

También existe el *Break*, pausa comercial (tercera) en fragmentos de una hora y última en los de media, en la cual se inserta además de los *spots*, la identificación de canal que por ley debe hacerse cada 30 minutos.

"El código de la *National Association of Radio Television Broadcasters*, aceptado en Estados Unidos en 1952 por todas las estaciones, no impuso, en realidad, más que límites muy difusos en los programas. Su primera característica era la presencia obsesiva durante las emisiones de anuncios

publicitarios, hasta el 20% del tiempo en las horas de *prime time* "(gran audición o sintonía).³⁰

La publicidad se cobra conforme sus niveles de audiencia o *ratings*, aunque se trata de un asunto cuantitativo y no cualitativo, ya que no se analiza el grado de satisfacción y/o aceptación de la misma. Los horarios de mayor sintonía y *rating* son los más caros. Una modificación más exigente es el *share* que a diferencia del *rating* mide el nivel de participación, excluyendo de sus índices los televisores apagados, mientras el *rating* incluye aún las televisiones no encendidas. Algunos países como España, basan su publicidad en el *share* y no en el *rating*.

(A)	<i>Day Time</i>	7:00 a 17.00 horas
(AA)	<i>Early Prime Time</i>	17:00 a 20:30 horas
(AAA)	<i>Prime Time</i>	20:30 a 23:00 horas*

*En mayo del 2001, de acuerdo a las "Tarifas de Compra Libre" del segundo trimestre, de Televisa, el costo de 20 segundos en el Canal 2, a las 20:00 horas es de 244 mil pesos, a las 21:00 horas, de 282 mil pesos, a las 22:00 horas de 244 mil pesos. Esto es que el minuto en horario triple A, oscila entre los 732 mil y los 846 mil pesos en el canal de mayor *rating* nacional. Un punto de *rating* equivale al 1% de todos los televisores domésticos que sintonizaron un determinado programa

La publicidad como la conocemos hoy, es como la paleotelevisión, cree que porque una vez funcionó lo hará siempre y que con base a repeticiones venderá más; pero el teleauditorio es dinámico no sólo en sus gustos y preferencias, también en sus exigencias y necesidades y no hay nada más aburrido que la repetición constante, lo que con el paso del tiempo provoca generalmente rechazo.

"El problema estriba en que la publicidad y la televisión son causa y efecto del paradigma unidireccional. Y ambas están basadas en una psicología conductista y determinista, que bien pudo haber correspondido al consumidor de principios y mediados de siglo, pero que poco o nada tienen que ver con el actual. El paradigma de centralización ya fue -como dicen los adolescentes-³¹ (sic).

Sin embargo, "es casi imposible no advertir que los publicistas tienden a convertirse en los verdaderos. cuando no en los únicos ideólogos de partidos y candidatos, considerados a su vez como simples "productos" comercializables a través de auténticas campañas de promoción. A los medios, que por definición son entidades de lucro (que sin embargo tienen responsabilidades públicas), no les interesa la ciudadanía, que es un

³⁰ Alejandro Piscitelli, *Post/Televisión ecología de los medios en la era de internet*, Ed. Paidós-Contextos. México, D.F. 1998. p 250

³¹ *Idem*, p 250.

concepto jurídico o político, sino la audiencia que es el público medible a partir del *rating*, un concepto directamente vinculado a la mercadotecnia³²

Sin embargo, "los programas de la televisión comercial, dirigidos por la dictadura de los *ratings* están, y en particular en las horas de gran audiencia, enfocados hacia la distracción: juegos, variedades, folletines, películas"³³

Para validar al *rating*, se utiliza profesionalmente el sistema de encuestas, aunque este mecanismo ha demostrado tener también sus inconvenientes.

"Según Herstgaard Los sondeos de opinión reinan como soberanos. Quinientos americanos son continuamente interrogados para decirnos a nosotros, es decir, a los otros 250 millones de americanos lo que debemos pensar"³⁴

Aunado a esto, las técnicas de encuesta sobre la audiencia sirvieron para justificar las tarifas ascendentes de los tiempos de publicidad, con la convicción de que sus realizadores sabían mejor que el público lo que le convenía para entretenerse o informarse. Al afinarse las técnicas de sondeo encontraron que **el público no es una masa monolítica sino que está compuesto de un mosaico de gustos e intereses**, que permiten programas diferenciados, según las horas del día, la edad y el estrato socio-económico y cultural de los televidentes.

Después de 20 años al aire, la televisión se impone. A pesar de haber nacido solitaria y sin una definición formal de para qué servía, **los intentos por darle un carácter educativo-cultural, fracasaban frente a la opción de ser un simple mecanismo de entretenimiento**. Todo ello, básicamente por su carácter comercial, ya que en general, los gobiernos no le prestaban demasiada atención, mientras ella evolucionaba a pasos agigantados, metiéndose como la humedad, rápidamente, en cada vez más hogares del mundo. El entretenimiento se impuso y en la actualidad, existe una gran variedad de subgéneros dedicados a ello, incluso, los llamados *gossip shows*, o programas de chismes sobre artistas y espectáculos.

Es así como Pierre Albert y André-Jean Tudesq, afirman que "la radio y la televisión son los instrumentos de una revolución política que restablece, en detrimento de los cuerpos intermediarios, el contacto directo entre los gobernantes y los gobernados, recreando a escala de las naciones una especie de foro electrónico; y a escala mundial una sociedad de ubicuidad"³⁵.

³² Adolfo Sánchez Rebolledo, "¿Todo el poder a los medios?" *La Jornada*, 16 de junio de 1999, p.16

³³ Pierre Albert y André-Jean Tudesq, *Historia de la Radio y la Televisión*, Ed.F.C.E serie Breviarios, México, D.F. 1993, p. 98

³⁴ Giovanni Sartori, *Homo videns La sociedad teledirigida*, Trad. Ana Díaz Soler Ed. Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara, S.A. de C.V. México, D.F. 1999, p. 72

³⁵ Pierre Albert y André Jean Tudesq, *op cit*, p. 138

En general las secciones de entretenimiento “en los países comunistas como la ex Unión Soviética, donde el Estado dictaba las normas de sus producciones, tenían una mayor connotación pedagógica, con un estilo didáctico y moralizador ofreciendo una dieta rigurosa de teatro clásico ruso, ópera y ballet. En Europa Oriental y en la URSS el Partido Comunista afirmaba que la televisión debía crear puntos de vista marxista-leninistas”.³⁶

El control era apoyado por una tecnología limitada, pues las señales eran de carácter local, regional o nacional. No se podía ver lo que pasaba en otros lugares. Incluso la geografía impedía muchas veces la llegada de la señal en una misma región. Por su parte, la Corporación Difusora Japonesa, intentó mantener las artes tradicionales. Los seguidores iniciales de la televisión alegaban que podía ser una influencia positiva al ampliar el gusto del público y educar a la gente hacia nuevos intereses.

En la mayoría de los países occidentales, a pesar de que no predominó el carácter educativo en la programación televisiva, hay que reconocer que llenó de estímulos diversos a los telespectadores. Por ejemplo, la transmisión de las Olimpiadas, incidió en el incremento de jóvenes interesados en los deportes y la competencia internacional. Un reportaje de la *British Broadcasting Corporation* (BBC) sobre la gimnasta Olga Korbut, despertó el deseo de dedicarse a este deporte en miles de jóvenes ingleses.

Para ese entonces, las madres emocionadas testimoniaban ante las cámaras:

“Mi niño está teniendo muchas ideas y pienso que ha aumentado su vocabulario (...) Es un poco más rápido para entender las cosas, creo que saca muchas ideas de ahí, como cuando va a la escuela por la mañana. Se despide con un beso y me dice: adiós cariño, nos vemos”³⁷

1.2. ASPIRACIONES POLÍTICAS.

En Estados Unidos, la competencia por lograr mayor cobertura y variedad programática entre las grandes cadenas televisivas, permitió que para 1955 se instalara la televisión aérea en la última ciudad media norteamericana. Esto es que en sólo 16 años, el país entero pudo sintonizar la programación nacional.

Empiezan a vaciarse salas cinematográficas y bibliotecas, la gente deja de jugar con sus amigos y el tema de las conversaciones familiares y sociales, era lo visto por la televisión, más que los acontecimientos familiares o cercanos.

Así, la señora Margueritte Brand, de Inglaterra, afirmaba: “Es mucho más difícil reunirse con la gente, porque la televisión interfiere no sólo en la

³⁶ BBC: Programa “La Aventura del Hombre” Testigos de la Historia. Transmitido por Once TV el 27 de octubre de 1999 a las 9:00 horas.

³⁷ *Idem.*

vida social, sino en la organización de actividades en clubes como el juego del *bridge* por la tarde (...) las personas tenían programas favoritos y no salían de sus casas para nada, y no hablábamos por teléfono para no interrumpir.”³⁸

Era el inicio de lo que años más tarde se conocería como la generación “Cocoon” o capullo. Esto es más significativo con la aparición del horno de microondas, lo que implica una modificación en el uso del espacio interno y externo, pues al no tener la necesidad de desplazarse, se registró un significativo cambio de conducta. Se evitaban las salidas a la calle y se permanecía el mayor tiempo libre en el interior del hogar. Ante esta situación, nadie mejor para influir que la televisión. **Se fortalece así el carácter “masivo” de la misma.**

Rápidamente, los políticos se dieron cuenta del extraordinario poder de venta de la televisión y lo aprovecharon. El primero en Estados Unidos, fue *Ike*, como se publicitaba el general Dwight David Eisenhower; quien para su reelección en 1957, utilizó incluso dibujos animados para enfatizar el tono “familiar” que moderaba la **verticalidad del mensaje y uso de la paleotelevisión en pleno** y que los expertos notaban era necesario cambiar ya en ese entonces.

En Gran Bretaña no había propaganda política pero los líderes procuraban mostrarse más cercanos dando un tono de intimidad familiar a sus intervenciones frente a las cámaras. La idea era la de convencer de su “sinceridad”.

Cuatro años más tarde, en 1961, otro cambio significativo marcó historia en la televisión. **por primera vez se transmitía un debate político en vivo.** Los actores: Richard Nixon y John F. Kennedy.

La “verticalidad” **unidireccional de los mensajes** televisivos empezó a caer sola, pues este nuevo “estilo” **obligó a horizontalizar las fuerzas políticas.**

Para quienes escucharon por radio el debate, el ganador incuestionable había sido Nixon, pero para el televidente, la fuerza de la imagen fue arrolladora. Se notó en las urnas con los resultados que todos conocemos, a pesar de que Nixon había sido vicepresidente 8 años, y Kennedy, entonces senador, era el político joven con poca experiencia.

El público dio su veredicto, bajo el impacto visual de los actores políticos, surgiendo otra especialidad en la producción televisiva: el manejo profesional de la imagen política y sobre todo, de los políticos, que en México se conoce como Comunicación Social.

Si observamos brevemente las imágenes de dicho debate, es muy significativo el porte de elegancia que Kennedy manejaba profesionalmente. En contraste, Nixon se

³⁸ BBC. *op.cit.*

sentaba casi en la orilla de la silla, con los pies hacia adentro, sin saber qué hacer con sus manos. Kennedy, dominaba la escena cruzando la pierna suavemente. Sus movimientos pausados, su andar erguido y sobre todo, su mirada sutil a la cámara, con una naturalidad intimista, permitió el diálogo frontal con el telespectador a quienes miró a los ojos, infundiéndole confianza. Mientras tanto, Nixon parecía enojado, asustado, ojeroso y con las orejas sobresalientes. En síntesis, su manejo corporal no inspiró confianza. Quedó en evidencia **el poder de la imagen sobre la palabra y de las sensaciones y emociones, sobre la reflexión**, o mejor dicho, lo determinantes que fueron y siguen siendo, estos elementos en los procesos sociales.

Al ganar la presidencia, Kennedy siguió fortaleciendo su imagen televisiva. **Inauguró la televisión del detalle intimista**. Quería darle a su gobierno el tono familiar que todos deseaban. Quería que le hablaran de tú y para ello debía ganarse la confianza de la ciudadanía. Así, las cámaras entraron por primera vez en la historia a la Casa Blanca, con la señora Jacqueline Kennedy como conductora, quien explicaba personalmente el valor de cada pieza antigua o de arte y por qué se había rescatado de las bodegas para redecorar y abrir al público, la residencia presidencial. De esta manera, la gente podía ver todo lo que deseaba conocer. Fue una manera sutil de "democratizar" el derecho a "tener cercanía" con todo aquello a lo que sólo una pequeña elite tenía hasta entonces acceso.

"El día del asesinato de Kennedy se suspendieron todos los comerciales y programas de entretenimiento y fue la televisión la que mantuvo unido al país durante el luto. Las imágenes íntimas del funeral en Washington, quedaron grabados en la memoria de la nación".³⁹

Conviene detenerse un poco en este punto: a pesar de que ese 22 de noviembre de 1963, conocido en Estados Unidos como "el día que la nación lloró", no se transmitieron cortes comerciales, ha sido en la historia moderna, uno de los hechos más vistos y repetidos por la televisión mundial. Incluso, se trató de un evento que duró 4 días consecutivos de transmisiones en vivo. Un testimonio:

"Muchos de nosotros sólo teníamos la radio para enterarnos. Las imágenes me dieron una perspectiva distinta del asesinato"⁴⁰

No hay duda de que algunos eventos históricos rebasan el carácter comercial de la televisión. Además, ya para entonces, los patrocinadores se daban cuenta del "aburrimento" que la repetición de mensajes provocaba en el telespectador.

Con este hecho, la televisión superó a periódicos, revistas y a la radio en cuanto a su carácter informativo/masivo. Se convirtió así en el principal medio por el que la gente se enteraba de lo que sucedía en el mundo. **Aunque transmitía más impresiones, sensaciones y emociones que análisis**, lo cierto es que los

³⁹ BBC:La aventura del Hombre *op cit.*

⁴⁰ Mary Catherine Maddox, de 65 años de edad, BBC: "La aventura del hombre". *op.cit.*

noticiarios televisados se convirtieron rápidamente en un hábito internacional, que muy pronto también se comercializarían, convirtiéndose años más tarde en un espectáculo masivo más.

1.3. LA PERIFERIA TELEVISIVA.

En los países del Tercer Mundo, dado el esquema de dependencia económica y tecnológica, la televisión se convirtió en un instrumento de aculturación y transculturación, pues la compra de programas sobre todo estadounidenses, resultaba más barato, fácil y rápido, para llenar la barra programática, que la realización y producción nacionales.

Estos programas, eran traducidos sólo en el aspecto semántico, pero no se les adaptaba a las necesidades culturales y sociales de los países en vías de desarrollo.

La neotelevisión, utilizaría más tarde, conductores locales o presentadores nacionales, a fin de darle un tono íntimo y cercano que incrementó la credibilidad del programa y reforzó la identidad del teleespectador con la emisión.

Conforme evolucionaban los sistemas nacionales de televisión, señales pequeñas proliferaban, " la generalización de las ondas decimétricas y centimétricas, y de la modulación de frecuencia llevó a la multiplicación de las estaciones de audiencia local mientras que la televisión por cable, en la que los receptores están enlazados en una antena colectiva común a un barrio o una zona de mediana extensión, se inició en 1949 en el Estado norteamericano de Oregon."⁴¹

Algunos de estos canales, encontraban en la vida de las colectividades, del barrio o del pueblo, los temas fundamentales para la realización de programas de interés local o regional, rompiendo así el discurso magistral y vertical de la televisión hertziana, con lo que se inicia el proceso de fragmentación de las audiencias, que años más tarde llevaría a la del mensaje televisivo. Otro elemento importante que incidió en el resquebrajamiento del mensaje vertical de la paleotelevisión.

Las telecomunicaciones satelitales y la creación de redes de tele-distribución por cable, incidieron en los procesos de "democratización" y pluralidad social, política, ideológica y hasta religiosa, pues la sociedad empujó a abrir nuevos foros para opiniones y puntos de vista diferentes a los grandes consorcios televisivos, lo que fue aprovechado por partidos de oposición, grupos marginales, asociaciones civiles locales y nacionales.

⁴¹ Pierre Albert y André -Jean Tudesq. *op.cit.* p. 118.

La televisión en tanto, se benefició con la transistorización y reducción de los aparatos receptores y el aligeramiento de las cámaras electrónicas

Las cámaras portátiles se liberaron de pesados cables, lo que le dio mayor flexibilidad a la captación de imágenes y los costos de producción.

Desde 1956, "con el descubrimiento del magnetoscopio, se aligeraron también los problemas técnicos de la programación y facilitaron la producción mediante la sobreimpresión, incrustación y mezcla de sonidos, los trucos electrónicos que pueden dar a la imagen televisada maravillosas capacidades de giros y metamorfosis"⁴²

El carácter portátil de los equipos de grabación y transmisión, permitió también la realización de transmisiones en vivo a través de controles remotos, vía microondas y años más tarde, a través de señales satelitales, lo que sirvió entre otras cosas, para las transmisiones de eventos deportivos de todo tipo y alcance. Sobre todo, los fines de semana.

El desarrollo de esta variante fue tal, que en nuestros días son los de tarifa publicitaria más alta, por la altísima sintonía que registran, sobre todo cuando se trata de campeonatos regionales, nacionales o internacionales. No en vano en países como Argentina, se transmiten alrededor de 1,400 partidos de fútbol anuales, lo que equivale a entre 3 y 4 partidos diarios. Finalmente, otro espectáculo más.

Para enfatizar la importancia económica de las transmisiones deportivas, baste decir que en 1972, participaron 70 países en las transmisiones de las Olimpiadas de Munich, y se utilizaron 700 cámaras. Esto le daba ventajas al televidente sobre los que asistían al evento personalmente, pues el teleespectador podía ver repeticiones, entrevistas y detalles íntimos de los atletas que no era posible ver desde la butaca de la sede olímpica

Con tanta oferta programática, las audiencias empiezan a segmentarse de acuerdo a sus preferencias y el carácter masivo de la paleotelevisión, inicia su proceso de atomización y de poder absoluto en la sintonía nacional o mundial.

⁴² *Idem*, p. 121.

1.4. GLOBALIZACIÓN DE SEÑALES.

*“Un pequeño paso para el hombre, un gran salto para la humanidad”: Neil Armstrong.
Astronauta de la Nasa.*

Se internacionaliza la programación, se unen los intereses, se crean consorcios multinacionales, se traduce a cualquier lengua, cualquier programa realizado en cualquier parte.

En 1962, empiezan a caer las barreras técnicas con el lanzamiento de los primeros satélites artificiales de comunicación. 24 países se enlazan para lograr la primera transmisión internacional llamada “América unida a Europa” aunque **lo más significativo en este rubro globalizador, fue el viaje del Apolo 11.**

“Las imágenes de la luna cruzaron todas las fronteras y se vieron en vivo en 47 países 723 millones de personas, una quinta parte de la población mundial en ese entonces, compartió las mismas emociones y el mismo orgullo con el triunfo”.⁴³

Hoy, los bienes, las personas y sus ideas se desplazan cada vez más rápido y lejos, diseminando por todo el mundo una nueva cultura urbana apoyada en la tecnología. Gracias a la radio, la televisión y el video, esta nueva cultura mundial llega casi a todos los rincones de la tierra.

El fenómeno de la televisión, es sin duda, **básicamente urbano**. Mientras mayor sea la concentración poblacional, mayor será su impacto social, dado el intercambio de opiniones que suscita en muchas ocasiones algún programa televisivo. También impone modismos lingüísticos, modas, costumbres. adereza emociones y sensaciones y **exacerba los factores sociales sin resolver, aún sin proponérselo**, ya que el llamado “efecto espejo”, entre la gente del gremio, no es otra cosa que verse a sí mismo, modificado, a veces disfrazado del ideal del yo, otras como el yo, y la más de las veces como el super yo, tanto en el plano individual como en el colectivo.

Quizá por ello se “enganche” el televidente frente al receptor: es como verse en el espejo con la imagen que desearía ver de sí mismo, o en el otro extremo, por el horror, no puede alejarse hasta convencerse que no se trata de él, ni de su entorno.

A pesar de los avances tecnológicos, durante casi cuarenta años, la televisión mejoró notablemente la forma, pero no el fondo. Amplió sus horarios de transmisión, determinó con rigor casi científico, basado en la experiencia empírica, los diferentes géneros, le dio color a sus imágenes, pero **no logró cumplir con su supuesta labor fundamental: ser un centro de superación personal, colectiva y nacional,**

⁴³ BBC. Programa La aventura del Hombre *op cit.*

de ser un vehículo educativo. En su lugar, se abocó al fortalecimiento de su carácter comercial, donde el mejor postor era el que pagara más y el mejor programa, el que mayor audiencia lograra reunir. El consenso le dio el primer lugar al **género del entretenimiento.**

Los que pudieron incidir en un mejoramiento de fondo se convirtieron en sus principales detractores, bautizándola como la "caja idiota" y no participaron en la realización práctica y cotidiana del nuevo vehículo. **Prefirieron atacarla, sin propuestas viables y marginarse u olvidarse de ella.** Finalmente, no era de buen gusto, pues su pertenencia a una elite, los mantenía a una "sana" distancia de este popular medio. ¿Cómo se pueden hacer propuestas si no se le conoce por dentro, si nunca se ha producido, realizado o dirigido televisión?, si además, en actitud totalmente *snob*, ¿tampoco se le prendía? Resultado: **la automarginación del proceso de los sectores intelectuales.**

Sin embargo, dado que lo que básicamente vende la televisión son "audiencias" y éstas cada vez más se dividían entre canales de transmisión de señal abierta, por cable y satelital, el *rating*, empezó a caer junto con la tele-adicción. La repetición de formatos generó una especie de "saturación" en el televidente quien optó paulatinamente por nuevas actividades y usos de sus tiempos libres.

Lo que quedaba claro para entonces, era que los **telespectadores habían cambiado, fundamentalmente, porque se habían tele-educado.** Esto es, se habían vuelto críticos ante lo que se les presentaba y los *ratings* empezaron a medir no sólo el monto de audiencias, sino también los porcentajes y frecuencias de **zappeo** o cambios de canal.

Cuando en la década de los 60, el mundo entero observó en una transmisión en vivo, la llegada del hombre a la luna, así como el efecto demoledor del poder de la imagen en asuntos políticos con el debate de John F. Kennedy contra Richard Nixon, todos voltearon a ver con la seriedad del caso, el fenómeno sociológico generado a nivel mundial por esa pequeña pantalla luminosa llena de imágenes con movimientos y sonidos.

Ya no era sólo la caja idiota, ese discurso ya estaba totalmente rebasado. El debate teórico al respecto, culpaba a la televisión de ser también el centro de la parsimonia intelectual, la culpable de que los jóvenes se volvieran pasivos, estereotipados, individualistas, y poco propensos a la reflexión y al análisis, así como apáticos en asuntos de orden social y político.

¿Acaso esto no es producto del mismo sistema capitalista.? Aunque la televisión incide fuertemente en dicho proceso, ya que su vinculación con los centros de poder estatal y gubernamental no es nueva para nadie, ¿no habría modo de que la sociedad participara y exigiera un mayor control sobre esta desatada pantalla llena de poder?. Un poder que le fue dado, con cada compra de aparatos receptores, con cada encendido, con cada sintonía. Sobre todo si

consideramos que al menos en América Latina, no vemos televisiones en la basura. Se trata de un artículo reciclable que pasa de unas manos a otras.

Da la impresión de que lo fundamentalmente logrado por la televisión fue su capacidad de pasar “desapercibida”.

La sociedad internacional analizó su apariencia, su figura, su temperamento, su tamaño, altura, sus efectos psicológicos, sociológicos, pero muy pocos le hicieron un electrocardiograma, a fin de saber cómo latía su corazón, que es finalmente, el centro de las emociones humanas, ¿o no?.

1.5. LA PALEOTELEVISIÓN EN MÉXICO.

En México, el terremoto de 1985, conmovió la conciencia colectiva, y posteriormente, con las elecciones de 1988, el proceso legitimador que le costó a Televisa 30 años de dictadura programática, se vio sacudido, terminando con la sustitución de quien durante tres décadas fuera el vocero de dicha emisora: Jacobo Zabludovsky. Se midió así el poder no sólo de la imagen, sino también de la credibilidad que a diferencia de la imagen, se gana con el quehacer diario. Con la constatación de que existe coherencia entre lo que se ve y lo que el conductor dice de los hechos. Lo auditivo contradecía a lo visual, pero el analfabetismo predominante, había sido sepultado por una población mejor informada, más participativa políticamente y herida 30 años atrás por los sucesos de Tlatelolco.

Si bien es cierto que en Televisa el peso de la recapitalización recae en la producción de telenovelas y programas de entretenimiento, deportes y transmisiones especiales, también es cierto que el “poder” se concentra en el área de Noticiarios. Es la parte que constantemente negocia, cabildea, mantiene el estira y afloja con funcionarios de gobierno y grupos de poder.

Cada vez era más obvio en el absoluto y puro esquema de la *Paleotelevisión*, el carácter vertical de los comentarios y formatos noticiosos de Televisa, que inició su descrédito, con la censura y autocensura a partir de los sucesos de 1968. No se podía ser juez y parte, ante esta dualidad: el deber y obligación de informar y su participación económico-comercial en la posesión de los derechos de transmisión de los Juegos Olímpicos de 1968, que se inauguraron dos semanas después de la masacre de Tlatelolco. Se inició el descrédito, al no coincidir lo que muchos vivieron testimonialmente, con lo que el canal 2 decía al respecto, mientras la radio ganaba terreno con una mayor veracidad en su información.

Sin embargo, años después, la sociedad seguía sintonizando 24 Horas, pues era innegable, su carácter masivo dada la cobertura y tecnología que poseía Televisa, antes Telesistema Mexicano, sin competencia para quienes querían ver las

imágenes de la información. Tan es así, que era el programa más caro de la televisión nacional. Era el estelar del canal de las estrellas. El monopolio televisivo dejó sin opciones a las otras televisoras que no alcanzaban a ser una competencia real para restarle audiencia a Televisa, empresa para la que nunca hubo restricciones de ampliación y control masivo.

Conviene citar a Carlos Monsiváis, quien en octubre de 1986, en la revista Nexos, número 106, señala: " Al dotar a Televisa de poderes tan extremos, se fomenta una atmósfera de magia a domicilio o de surrealismo de tabaquería, que deteriora considerablemente las perspectivas de los intelectuales en la crisis. 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 y su metamorfosis, de la escuela y sus grados de eficacia y de frustración, de la prensa de los partidos, de las universidades, de la dinámica de la calle. En el mejor o peor de los casos, los medios electrónicos impulsan el nacionalismo sentimental y consolidan la despolitización, no la crean."

Dos meses más tarde, el 16 de diciembre de 1986, Miguel Alemán, en su calidad de Presidente Ejecutivo de Televisa fue invitado por la Comisión de Radio, Televisión y Cine de la Cámara de Diputados al Palacio Legislativo de San Lázaro. La investigadora Fátima Fernández Christlieb reconocía:

"Televisa tiene las características de una secretaría de Estado, de lo que podría ser la Secretaría de Información (...) los legisladores ven en el presidente de Televisa al hombre que detenta el poder real de la información en nuestro país. De otro modo no se explica la invitación y el trato que recibió " ⁴⁴

Pero sucede que muchas veces, sobrevaloramos al "enemigo" ya que el propio Miguel Alemán Velasco señalaba:

"Nos faltan fórmulas que interesen a la gente, porque la televisión no es como el cine en que el espectador está cautivo, o como en la escuela donde al que habla lo sacan de clase (...) Hay que situarnos en la realidad. Estamos en un país del Tercer Mundo, subdesarrollado (...) Yo también tengo ganas de tener una televisión del Primer Mundo pero me faltan autores, adaptadores, técnicos; me faltan productores. En muchos puntos tenemos elementos muy buenos pero faltan cuadros medios. Y luego los intelectuales. si se van al gobierno se sienten manipulados, si se vienen con nosotros se sienten manipulados o vendidos a la comercialización(...) no somos amarillistas ni estamos tratando de llamar la atención de una manera vulgar, sino nos hemos propuesto elevar el tono de la programación. Muchos programas cómicos intentamos mejorarlos, pero nos faltan escritores, muchas cosas. Es más falta de elementos que de ganas". ⁴⁵

⁴⁴ Raúl Trejo Delarbre, Las redes de televisa, ""La primavera de Televisa" Ed.Cómo Rotativo, 1991, México, D.F. p. 26.

⁴⁵ *Idem*, p. 27.

Y en parte era cierto, aunque conviene puntualizar que si no hay más talentos es porque no los promueven, ya que el ímpetu creador, es siempre crítico y demoledor con lo anquilosado, cosa nada conveniente para una televisión que vive de concesiones estatales y que sabe que no puede pelearse o enfrentarse a los intereses del gobierno en turno, con un carácter ideológico al viejo estilo soviético. Acá no tenían que promover los preceptos marxistas, pero sí los priistas, que muchos analistas internacionales consideran una dictadura de partido. ¿Analogías históricas?.

Además del descrédito de Televisa por la forma en la que "informó" durante 1968 los hechos de Tlatelolco; en 1995, el teleauditorio no quedó satisfecho con el papel que jugó la empresa durante el Terremoto. Período en el que la población civil vivió descarnadamente los altos índices de corrupción e impunidad de los funcionarios públicos. Así como en 1988, cuando el sistema de cómputo de las elecciones presidenciales se cayó, mientras la sociedad mexicana se debatía en torno a si Cuauhtémoc Cárdenas había ganado a Carlos Salinas la Presidencia a través del voto. Los noticiarios de Televisa, incluido el sistema ECO, optaron más por lo noticioso que por lo informativo, analítico y contextual. Utilizó el formato de la "declaracionitis" de funcionarios de tercera para llenar el espacio programático, en lugar de optar por el compromiso social de hacer seguimientos puntuales contra las cadenas de corrupción puestas en evidencia por la misma dolida población que debía enfrentar pérdidas económicas y emocionales. Televisa **olvidó que el contenido, es la columna vertebral de la credibilidad informativa y que el teleauditorio tenía para entonces, acceso a la información a través de otros medios que competían con ella.**

La opción de Televisión Azteca, fue la de alzar la voz, queriendo hacer creer al televidente que "gritar" era sinónimo de "verdad". Javier Alatorre, conductor central de dicha televisora, **competía con su juvenil y mexicana presencia** contra conductores "gueritos" y mayores de edad, estilo europeo o norteamericano, en un país de mestizos y jóvenes. La "identidad" generada con su presencia, **ayudó a generar empatía con un nicho de mercado que no era atendido por Televisa.** Con el tiempo, el grito fue aderezado con un sensacionalismo ofensivo y pronto la fórmula dejó de funcionar. Ya no era el tono retador contra sus contrincantes (Zabloudovsky y Ortega), era el grito loco de la desesperación por mantener y aumentar el *rating*, que por supuesto, empezaba a registrar una significativa baja.

Esto demostró que la "credulidad" no es más que un elemento "naive" (ingenuo) con el que juega el televidente a una especie de "cuéntame un cuento". Tú haces como que me explicas y yo, como que te entiendo, pero en el fondo ni una ni otra cosa sucede. En estos casos, el televidente continúa cautivo, mientras descubre la "mentira". Se convierte en una especie de cazador morbosos que mide su inteligencia o audacia a través de la detección de la exageración, el dolo, la mentira y se engancha entonces en otro juego: "el boxing verbal". Esto es, pelear de manera constante y permanente con el conductor en cuestión. **Eso no es cierto, mentiroso, embustero, etc. Hasta que llega el aburrimiento, porque la realidad**

siempre se impone. Entonces, el televidente busca la opción más seria y realista. Finalmente, lo único que necesita son elementos para tejer su propia historia y hacer sus propias conclusiones. Es cuando los noticiarios con "credibilidad" demuestran que son el camino correcto al corazón y la inteligencia del televidente. Esta se forja únicamente con ética, veracidad, investigación y respeto a la sensibilidad, inteligencia y capacidad analítica del teleespectador. La estrella no es ni el conductor, ni el productor, ni el reportero, ni el director, es: "La noticia" basada en la verdad y análisis de los hechos.

"La experiencia de los noticiarios más relevantes de radio y televisión, ha demostrado que hay una clara correlación entre credibilidad y audiencia. La dramática caída del rating en la última etapa de 24 horas, es la prueba más contundente. Una empresa que no hace el mínimo esfuerzo por dotarse de parámetros éticos, aunque sólo sean declarativos y decorativos, terminará por ser incosteable".⁴⁶

La televisión nacional con respecto a la norteamericana, llevaba para entonces, un atraso conceptual de casi 20 años. En Estados Unidos y Europa, cada programa era avalado por un trabajo de mercadeo previo y se hacían programas pilotos de prueba, que eran mostrados a pequeños grupos representativos: "*focus group*". Con ellos, se mide y "ajusta", el *timing*, o ritmo, los encuadres, los cortes de edición, la música, los efectos, hasta los tipos de letras de los *supers* o subtítulos, utilizando circuito cerrado para medir las reacciones del grupo, a fin de garantizar el producto antes de sacarlo al aire. En México, fue hasta 1997, cuando se empezó a hacer en Televisión Azteca a través de su área de Investigación y en Televisa en el área de Promoción.

Por su alta tecnología y sus montos de producción, así como por su cobertura internacional, Televisa es considerada la mayor televisora de América Latina, aunque su innovación conceptual y de formatos ha sido más que rebasada por el costumbrismo colombiano y brasileño, por el análisis valorativo de Argentina y Chile y por el entretenimiento de Miami, como "Cristina" y "Sábados Gigantes" con Don Francisco

La privatización de los canales 7 y 13, la modernización de Once TV y la definición programática del 22 y del 40, así como la proliferación de canales locales y regionales, además del creciente número de suscriptores de señales por cable y satélite, han incidido en la diversidad de opciones que el teleespectador mexicano empieza a utilizar de manera cada vez más generalizada y que le permite exigir una programación de mejor calidad. Si las televisoras de señal abierta, no redefinen el aspecto conceptual de su programación, paulatinamente se reducirá su teleaudiencia, notándose ya, una preponderancia de los canales extranjeros sobre los nacionales, sobre todo, en los teleespectadores jóvenes o neotelevidentes.

⁴⁶ Francisco Báez Rodríguez, <http://www.etcetera.com.mx/pag20ne6.asp>. Consultado el 16 de junio del 2001.

Baste decir, que lo que hoy hace la televisión nacional no dejó de existir, pero convive cada vez en menor porcentaje, con los nuevos esquemas impuestos por la Neotelevisión, desde 1980, hace ya, 19 años y que se calcula que para el 2006, al menos Europa, Estados Unidos, Japón y Canadá, estarán utilizando la **Post-televisión en pleno**.

En síntesis, podemos decir que la **PALEOTELEVISIÓN**, está "caracterizada por un proyecto de educación cultural y popular basado en un contrato de comunicación pedagógica en la cual los tele-espectadores constituían una gran clase y en donde los profesionales de la televisión serían los maestros" ⁴⁷

"Lo propio de la comunicación pedagógica es tener por objetivo transmitir saberes; ser una comunicación vectorizada especializada--voluntarista y dirigista--en el modo de interpelar a su destinatario, ser una comunicación fundada en la separación y jerarquización de los roles: quienes saben por un lado, quienes necesitan que ese saber les sea comunicado por el otro" ⁴⁸

Por su parte, la televisión educativa reproduce el esquema vertical y autoritario, reduciendo la participación del teleauditorio, promoviendo la recepción pasiva, cuando debiera ser la principal promotora de la interactividad. Sin embargo, ésta llegará paulatinamente por otros medios y será iniciada y fomentada principalmente por la televisión comercial. Cuestiones paradójicas de un fenómeno mundial de nuestros tiempos llamado televisión, que en sus 40 primeros años, es conocida y definida como **Paleo-televisión**, pero que convive con nosotros diariamente y con los esquemas no sólo de la **neo** sino también de la **post-televisión**, de la que se hablará más adelante.

Finalmente, el carácter unidireccional de la paleo-televisión, fue reforzado y acompañado, haciendo mancuerna perfecta con la publicidad, su medio de vida, pues sin TV es impensable la sociedad de masas.

"Sin televisión la publicidad nunca hubiese logrado el status de sentido común de consumo compartido. Con todo lo que hay que criticarle, siempre se ha ignorado su carácter pacificador, quizá exageradamente pacificador. Comprar lo que la TV vendía era recuperar una sensación de seguridad y de pertenencia que la aceleración del tiempo de la producción nos arrancó para siempre" ⁴⁹

En México, la televisión ha pasado de tener el 90 por ciento de la inversión publicitaria al 65 por ciento. Un 25 por ciento menos que se ha repartido en otros medios más baratos y accesibles para los anunciantes. Sin embargo, durante las

⁴⁷ Alejandro Piscitelli, *op.cit.*, p. 13

⁴⁸ Casetti, F & Odin R. "De la Paleo a la Neotelevisión. Approche semio-pragmatique" Communications No. 51, Paris, Francia, 1990 p 25

⁴⁹ Alejandro Piscitelli, *op.cit.*, p. 270

campañas políticas pasadas, Grupo Televisa estimó que durante el período de octubre de 1999 a diciembre de 2000, captaría aproximadamente el 85 por ciento de los ingresos destinados a las campañas políticas de acuerdo a declaraciones hechas por Alejandro Quintero, vicepresidente corporativo de comercialización quien agregó:

“esperamos recursos aproximados por unos 100 millones de dólares”⁵⁰

2. NEOTELEVISIÓN.

*“Los medios de comunicación. a partir de la segunda mitad de este siglo están quedando en el corazón de las mutaciones culturales. Los medios ya no se pueden seguir explicando de la manera clásica, incluso si se habla de la radio, del cine, de la prensa, no se diga de la televisión. La perspectiva ha hecho girar paulatinamente las interpretaciones de las teorías clásicas y perfila las que están por venir. Ya no se habla de la ideología de la comunicación sino de una sociedad de la información”*⁵¹

En general, podemos decir que en sus inicios, la televisión daba un sentido colectivo de pertenencia a una nueva generación, “moderna”, bajo el esquema de lo masivo. Un privilegio que sepultaba el período de la energía muscular, física o mecánica, donde no era necesario moverse de su casa para “enterarse” de todo lo que sucedía en el mundo, incluso en la luna. Era como el despertar masivo hacia un placentero voyeurismo. El placer de ver, sin tener que comprometerse, sin formar parte activa de los sucesos. Una vitrina en la que no se corría el riesgo de ser sancionado porque algo se hizo mal y que servía para compartir con la familia momentos gratos de unidad.

En la actualidad, el paisaje audiovisual “se transforma porque permaneció inmutable por años. Al quedar el *chip* en el corazón de la revolución informativa, impacta de forma directa los medios de información y comunicación (...) De la informatización de la sociedad se pasó a la socialización de la tecnología”⁵²

Al inicio de este trabajo, se explicó el nacimiento artesanal, improvisado y anárquico de la televisión, no sólo nacional, sino internacional. Cómo muchos líderes de

⁵⁰ Fernando Pedrero, “Acaparan publicidad” *Reforma, Sección Negocios* Mex D.F. 6 de oct de 1999 p 3A.

⁵¹ Carmen Gómez Mont, *La Metamorfosis de la Televisión. Información y Sociedad Mañana*. “El comunicador en el ojo de la tormenta” Cuadernos de comunicación y prácticas Sociales de la División de Postgrado de la Universidad Iberoamericana. Méx. D.F. 1995. p. 49

⁵² Carmen Gómez Mont, *op cit*, p. 53

opinión o artistas famosos llegaron a la cumbre de la popularidad más por cuestiones del azar, que por esfuerzo, conocimiento o vocación educada.

No es sino hasta 1960, cuando la Universidad Iberoamericana, crea la carrera de Ciencias y Técnicas de la Información, iniciándose la profesionalización de quienes trabajarían más tarde en las televisoras nacionales. Esto es, 21 años después de que la televisión naciera comercialmente. Hoy, existen más de 120 escuelas de comunicación en el país, lo que nos da una idea del impacto positivo, que esto empieza a tener en las plantas laborales de las televisoras nacionales.

2.1. TELEVER-TELEOIR O LEER Y ESCRIBIR.

Conforme se comercializaba la televisión, su producción se centraba cada vez más en los programas de entretenimiento. Dallas, fue doblado a 90 idiomas, se transmitía incluso en los países socialistas. "Se veía como una droga capitalista tan ligera que los comunistas podían exponerse a ella sin ningún riesgo".⁵³

Sin embargo, la caída del muro de Berlín, mucho tiene que ver con el empuje social generado por la inconformidad, acrecentada, por lo que veía a través de la televisión como el paraíso capitalista. Cayeron primero las barreras tecnológicas de intercomunicación con la aparición de los satélites y posteriormente, la influencia de las imágenes ayudaron a que cayera todo un sistema político y económico que había crecido tras la cortina de hierro.

La proliferación de imágenes y sonidos y la popularización de la televisión, generó desde las condenas más severas, hasta las fascinaciones más temerarias. Sin embargo, el desconocimiento generalizado del tema fue y sigue siendo, motivo de temores sobre sus efectos y consecuencias.

Según Carmen Gómez Mont, los temores surgen por la supuesta desaparición del libro, de la escritura y de las consecuencias que esto tendría en la cultura y el pensamiento universales. Sin embargo, afirma:

‘Esto no quiere decir que el texto se pierde en un mar de imágenes, que los libros dejen de editarse, de leerse y que la cultura de la imagen electrónica, asociada en gran parte a la superficialidad de la televisión, termine con la capacidad de análisis y reflexión del hombre que se encamina hacia el siglo XXI. Son condenas que dificultan ver las direcciones que asumen los cambios gestados por las tecnologías.’⁵⁴

Sin embargo, la televisión "mueve en Estados Unidos 57 mil millones de dólares anuales mientras que el negocio del libro ya superó los 73 mil

⁵³ BBC: Programa *La Aventura del Hombre*. *op.cit*

⁵⁴ Carmen Gómez Mont. *op.cit*, p. 56

millones (...) En Estados Unidos se publican anualmente 14 mil revistas y 55 mil libros. De hecho, se publican 400% más títulos que hace 4 décadas cuando la televisión recién emergía”⁵⁵

Umberto Eco afirma que no hay nada más ergonómico que un libro y que jamás será sustituido por el CDROM, DVD, o lo que sea. Sin embargo, el movimiento verde que surgió en Alemania Occidental a mediados de los 80, pelea a favor de la lectura electrónica, ya que su carácter conservacionista está en contra de la destrucción de los bosques en aras de las necesidades de papel de la industria editorial internacional.

En el plano especulativo, quizá se llegue un día a legislar al respecto y se autoricen ediciones que se consideren indispensables, mientras se reduzca la aparición de otras que no se consideren tan necesarias para la humanidad. Habría que seguir de cerca este proceso, pues equivaldría al establecimiento de vedas, o zonas protegidas de la intelectualidad.

Pese a todo, en el acto de escribir y de leer, las imágenes se forman describiendo cosas y esto se puede hacer gracias a que le ponemos nombre a cada elemento. De no ser así, sería imposible el proceso de abstracción; pues no se puede imaginar lo que no se es posible nombrar. En este sentido, la televisión actúa a la inversa, muestra las cosas conocidas convirtiéndose en elemento descriptivo.

Aunque para muchos, el predominio de las sensaciones generado por la televisión y exacerbado por el formato neotelevisivo, inhibe la capacidad reflexiva, existe inconscientemente un miedo sutil por el poder de la imagen sobre la escritura. Aunque si se observa el asunto más detenidamente podríamos preguntarnos ¿acaso el acto de leer no es también visual?. ¿Acaso no existen miles de libros-basura que lo menos que provocan es reflexión?. Lo diferente es que la industria editorial es silenciosa y la televisión, cada día aumenta el volumen de sus emisiones, quizá la diferencia sea su carácter sonoro. Así como su velocidad y mayor penetración. Los mensajes entran por el oído y la vista con una capacidad de síntesis mucho mayor que el de la lecto-escritura.

Neil Postman señala que “Lo que obtura la comprensión de los críticos culturales es su *nostalgia ilustrada*. No es ajeno a esta actitud, y a su desprecio manual del universo tecnológico. Al no estar involucrados por justas y sabias razones esgrimirían ellos en la evolución tecno-cultural, y habiendo apostado al libro como forma suprema de la integibilidad, quedan anclados en retóricas de la argumentación y en valoraciones de la percepción y de la cognición que desconocen su horizonte histórico y sus posibilidades evolutivas”.⁵⁶

⁵⁵ Alejandro Piscitelli, *op cit*, p. 26

⁵⁶ Neil Postman, *La cultura del libro vs la cultura de la televisión*. Diálogo Biblioteca de México. Editorial La imagen del porvenir, México, D.F. mayo-junio de 1994. p. 27.

Conviene recordar que la transformación de la tradición oral por la escritura ayudó a conservar entre otras muchas cosas, las tres religiones monoteístas más importantes del mundo y que cuando Gutenberg inventó la imprenta, aunque en general no se cuestionó su invento, la Iglesia Católica se rehusó a aceptar que la Enciclopedia fuera publicada por "promover el ateísmo". De no haber persistido la sociedad en conservar, difundir y promover tal invento, no habríamos podido llegar a lo que hoy se considera un logro de la humanidad y es que:

"Cinco mil millones de personas pueden leer y escribir. Casi el 85% de la población mundial".⁵⁷

Por su parte, cinco siglos antes de Cristo, "Platón advirtió que la escritura haría a la gente confiar en el exterior de los caracteres escritos y no acordarse de sí misma (...) Serán oyentes de muchas cosas, pero no habrán aprendido nada"⁵⁸ previniendo que la capacidad reflexiva impuesta por el Diálogo, como principal mecanismo de discernimiento intelectual, corría riesgos al depositar en la memoria el pensamiento reflexivo.

Y en parte tenía razón, pero al paso de los siglos, hemos visto que **el hombre cambió su forma de reflexionar, pero jamás la ha perdido**. Quizá dejó de ejercitarse la memoria tanto como lo hacían los filósofos de la Grecia Antigua, ya que el hombre moderno confía en que con sólo acudir a la fuente bibliográfica se puede retomar cualquier tema, sin necesidad de memorizar fragmentos completos de los libros.

Aunque conviene señalar que los seres humanos tenemos varios tipos de memoria, de acuerdo al psicólogo Omar Cruz Moreno, especialista en psicopedagogía:

"Ahora se sabe que es el resultado de la actividad eléctrica de ciertas neuronas ubicadas en el cortex cerebral. Dicha actividad neuronal es propiciada por los estímulos que recibimos del exterior, ya sea un sonido, un olor, un sabor, una imagen o una sensación".⁵⁹

"Hay una memoria de corto plazo cuya duración no supera unos cuantos segundos: es decir, nos permite recordar cosas pero sólo si ocurrieron en los segundos previos. En contraparte, tenemos una memoria de largo plazo que nos permite sacar del baúl de los recuerdos cosas que ocurrieron en el pasado más lejano (...) Tenemos una memoria semántica que, como su nombre lo indica, tiene una estructura que nos permite recordar fechas, datos, cifras y aspectos específicos. Es la que usamos para aprender y recordar cosas relacionadas con las matemáticas, la física, la química o la geografía. Existe además una memoria llamada episódica, que, de manera inconsciente, guarda en nuestro cerebro aspectos que observamos en la

⁵⁷ Joel Swerdlow, "El poder de la escritura" Suplemento del Milenio: Las Culturas, National Geographic en español. Ed. Televisa. S.A. de C.V. Méx. D.F. Agosto de 1999. p. 116.

⁵⁸ Joel Swerdlow, *op. cit.*, p. 116.

⁵⁹ Erika Uribe, "El ABC para una memoria de 10" Revista Universitario Ejecutivo número 5 año 1 volumen 1 Grupo Internacional Editorial, S.A. de C.V. México, D.F. Mayo del 2001. p. 42.

vida diaria y a los que en apariencia no les damos mucha importancia. Por ejemplo, el logotipo de una empresa o algún detalle de algún comercial de televisión”⁶⁰

El Dr. Giuseppe Amara Pace, médico psiquiatra, señala que la escritura da seguridad y confianza, pero que en ocasiones, por ejemplo frente a un maestro en una clase, el estar escribiendo genera distracción:

“Hay gente que toma apuntes palabra por palabra y las repite como penco(...) entonces al escribirlo, lo dosificas, lo cosificas, siempre será muy escueto. Te lo llevas a tu casa y no te va a servir”. Algunos de sus maestros afirma, le decían: “hazme caso con todos tus 5 sentidos, escúchame ahora, luego lo escribes o consultas un libro Pero no se puede estar en contra de la escritura. sólo la escritura como método de lo que llaman en otras partes aprender de caletre, estar memorizando sin saber lo que el profesor dijo y lo repiten tal cual sin variación ninguna. () yo era así, de apuntes, me costaba trabajo enfrentar a la persona directamente y eso es un menoscabo, porque ¿cuánto tiempo habré perdido en pasarlo a un papel?. Decirlo como loro da seguridad, pero quita libertad”.⁶¹

La libertad de reflexionar, de interactuar y de tener posiciones propias respecto a la temática que se esté tratando.

Aunque los planteamientos de los filósofos griegos han sido más que aceptados por la sociedad internacional, el asunto del poder de la oralidad sobre la escritura quedó fuera de la discusión y este ha sido uno de los elementos más utilizados por teóricos como Giovanni Sartori para asegurar el carácter antireflexivo de una televisión que lo único que hace es emocionar. Sin embargo, aunque lo emotivo es diferente a lo racional, también es inteligente.

En cuanto al poder de la imagen, ésta más que la palabra es universal “en sus símbolos, así como por la rapidez con que es comprendida, si se compara con el texto escrito o con la palabra hablada”.⁶²

Además, a diferencia de la escritura, ya son muchas las generaciones a las que desde niños se les enseña a leer y escribir, pues esto se convirtió en una obligación social y estatal, mientras que **nadie nos enseña a ver y a oír a la televisión**, aún en nuestros días y quizá ya llegó el momento de educar al respecto.

⁶⁰ Erika Uribe. *op.cit.*, p. 44.

⁶¹ Dr Giuseppe Amara Pace Médico Psiquiatra, Psicoanalista, Psicoanálisis Social. Discípulo de Erich Fromm, en el Instituto Mexicano de Psicoanálisis A.C. Es Miembro Certificado del Consejo Mexicano de Psiquiatría desde 1975 y del Instituto Mexicano de Psicoanálisis, A.C. y Miembro del Área de Salud de la World Sustainable Agriculture Association, con sede en Tokio, Japón. Autor de los libros: *La violencia en la Historia. El Hombre Imposible. Cómo acercarse a la Violencia y Una interpretación del Psicoanálisis para el siglo XXI. Entrevista personal realizada en octubre de 1999 en la Ciudad de México.*

⁶² Carmen Gómez Mont. *op.cit.*, p. 56.

Baste decir, que para quienes pasan de los sesenta años, la televisión les llegó siendo ya adultos. Qué decir de países como la India a donde la señal televisiva arribó en plan experimental en 1975.

Aprender a leer y digerir las imágenes era y sigue siendo un proceso que nadie enseña en ningún lado del mundo. Y esta responsabilidad no recae únicamente en sus creadores y recreadores, sino en la sociedad en general, la que poco o nada ha hecho al respecto, por estar ocupada mirándola enajenadamente, o, criticándola exacerbadamente. Ambos, los extremos de una misma moneda.

2.2. HABLAR O NO HABLAR.

La escritura tardó miles de años en generalizarse, quizá por ello impactó y se cuestionó mucho menos que el poder de la imagen dado por la televisión. Finalmente, son 2,756, los años que pasaron entre los símbolos sumerios y el descubrimiento de la imprenta, que al igual que la televisión, tuvo un nacimiento mercantilista, no en vano, la selección de la Biblia, como la *opera prima de Gutenberg*, tenía garantizada su rentabilidad comercial.

La ventaja del libro sobre la televisión radica en que la persona tiene que ir a un lugar especializado a comprar lo que le interesa. No se lee a diestra y siniestra en voz alta por doquier que vaya, saturando el ambiente de información o de estímulos visuales y sonoros, como es el caso de la televisión: que se dedica desde un principio sin el menor pudor a hablar cada vez en voz más alta. Cada vez más tiempo, hasta llegar a cubrir las 24 horas del día. Quizá lo que hace falta es **Silencio**. Pero ese llega sólo apagando la televisión. La decisión queda en manos de cada teleespectador, la lucha de quienes la hacen, es justo lo contrario: mantener al televidente atento a su programación.

La transmisión ininterrumpida iniciada por la neotelevisión, que es una de sus características, equivale a un bombardeo verbal y visual de juglares electrónicos que le dan preponderancia a lo visual y sonoro, a la oralidad gráfica, donde el televidente podría haberse educado en su uso, dosificando y seleccionando lo que realmente quería ver y si no le gustaba lo que se presentaba, educarse a estar en silencio. La lectura optó por el camino individualista de consumo personal y el silencio. La televisión por el colectivista, masivo y ruidoso.

La posibilidad de estar en silencio necesaria para el proceso reflexivo, al menos para un gran porcentaje de la gente, **en el formato neotelevisivo era inconcebible**. Los diálogos de mediano tamaño fueron sustituidos por frases cortas y puentes cada vez más largos de música y efectos sonoros, pero no era más que el reflejo de lo que pasaba en la vida urbana. Las fábricas ensordecían a sus obreros, al grado de legislar sobre el uso de tapones especiales por la alta incidencia de problemas auditivos en la planta laboral.

En las urbes, los autos y congestionamientos se proliferaban con los efectos ruidosos que todos conocemos. Las discotecas no paraban de centellear y de sofisticar sus equipos de audio para lograr una mayor capacidad sonora. Los aviones rompían la barrera del sonido, perforadoras neumáticas, taladros eléctricos y maquinaria pesada inundaban la vida cotidiana, aderezada al interior de las casas, con los ruidos de licuadoras, aspiradoras, secadoras de pelo, teléfonos y lavadoras, que alcanzan los 70 decibeles. Y muchas veces encendidos todos a la vez.

Con tanto ruido, ¿quién podía pensar?. Contradicciones de la vida, porque los jóvenes de la década de los 70 y 80, desarrollaron la habilidad de estudiar, comer y hablar por teléfono, con la televisión encendida. Se inició así un **proceso de fragmentación**, que en este caso, no es otra cosa que el **desarrollo de la habilidad de realizar varias actividades a la vez**. Aunque no estén concentrados en ninguna, son capaces de realizarlas. Para entonces, **la televisión era parte del sonido habitual de una casa**, una especie de bullicio tecnológico, que más que impedir el sueño, servía de arrullo. Así, la televisión sustituyó a los "grillitos cantores" del campo, por "luciérnagas zumbadoras" en la urbe.

En contraste, quienes nacieron antes de la Segunda Guerra Mundial, no son tan adictos a la televisión y no han podido desarrollar las destrezas multilaterales necesarias para vincularse al mundo a través de diferentes frecuencias y canales de atención simultáneamente. Incluso, son más tranquilos que los jóvenes al ver la televisión, pues cambian menos de canal y tienen sus preferencias más definidas.

El silencio, más que buscarlo para relajarse o concentrarse como sucedía con las generaciones anteriores, era temido y rechazado. Era como estar "en nada". Había que estar constantemente recibiendo emociones diversas. Una especie de evasión individual y social, quizá para no escuchar los pleitos familiares y la disolución de la familia tradicional, que en el proceso de liberación femenina y de libertad sexual, cobró su precio.

Sin embargo, los 18 años de la neotelevisión --(1980 a 1998, cuando aparece la postelevisión, aunque su formato siga utilizándose)-- corresponden a un período post-psicodélico, en el que los jóvenes habían impuesto el aumento de los decibeles en la vida cotidiana. El rock había llegado para quedarse y los sonidos eléctricos y electrónicos, servían de vehículo para la estridencia ritualista de la rebeldía juvenil contra lo establecido.

El silencio quedó en el pasado, pero la industrialización inició el ruido moderno y contemporáneo. La televisión, acaso lo imitó y reprodujo. Baste recordar un fragmento de la carta enviada por el jefe indio Seathl en 1855 al presidente de los Estados Unidos, Franklyn Pierce, que en un fragmento dice:

"No hay ningún lugar tranquilo en las ciudades de los hombres blancos. Ningún lugar para escuchar las hojas de la primavera, o el susurro de las alas de los insectos, pero tal vez es porque yo soy un salvaje y no entiendo. El ruido sólo parece insultar los oídos. ¿Y qué queda de la vida si el hombre

no puede escuchar el hermoso grito del pájaro nocturno o los argumentos de las ranas alrededor de un lago en la noche?"

La reflexión, aprendería a convivir con el ruido urbano, pero eso se tratará más tarde. Por lo pronto, lo importante es remarcar el carácter "ruidoso" de la neotelevisión y su incidencia en la fragmentación de la vida cotidiana y de la programación televisiva.

2.3. EL CAMBIO LLEGA CON MTV Y CNN.

Recordemos que si la escritura tardó más de 3 mil años en generalizarse, aunque todavía existen analfabetas, la televisión recién está entrando en su Tercera Edad, pero en plena madurez, tuvo realmente algo nuevo que mostrar.

Como dice el pedagogo egipcio Caleb Cattegno: "La televisión como medio de expresión es mucho más importante que como medio de comunicación" pues "hablar del medio de la televisión es en cierta forma hablar del hombre, que percibe, responde y procesa los mensajes. (...) Si el hombre no tuviese medios internos que le permitieran estar en concordancia inmediata con lo que es susceptible de cambio instantáneo, no habría televisión".⁶³

Así, concedores de las más feroces interpelaciones sobre su carácter antireflexivo, y presionados por los patrocinadores a hacer algo "novedoso" que subiera el *rating*, los dueños de las principales televisoras se activaron para producir y ofrecer un cambio real.

El curso de nuestro aprendizaje espontáneo nos dice que apenas hemos adquirido destreza en algún uso, de inmediato exploramos cómo usarla, pues las habilidades se adquieren cuando son necesarias y este éxito nos lleva al umbral de otro mundo nuevo, por lo que **"debemos tomar a los televidentes como lo que son, seres humanos complejos capaces de una educación indefinidamente renovable que los lleva de una área de experiencia a otra"**⁶⁴

En este contexto, sabiendo que para muchos la televisión había llegado cuando ya eran adultos, las innovaciones debían estar dirigidas hacia la gente que nació y se crió con ella: la "niñera electrónica" a la que muchos aluden el carácter pasivo de las generaciones TVformadas.

⁶³ Caleb Cattegno, Hacia una cultura visual. Secretaría de Educación Pública, colección Sepsetentas, No 102. México, D.F. 1973 pp 31-32

⁶⁴ *Idem*, pp 48-49

A pesar de la falta de creatividad y de repeticiones, lo cierto es que la televisión siempre enseña algo. Sobre todo, en el caso de menores, siendo constante saber que los niños que acostumbran ver televisión, cuando entran a la escuela, ya saben muchas de las cosas que la educación formal tarda de 12 a 13 años en enseñar.

“Una de las razones de peso dada es que el aprendizaje basado en libros consume más tiempo que la observación del desarrollo de un proceso en la pantalla; por lo que es más fácilmente retenida y recordada”.⁶⁵

La cuestión es que ante la falta de innovaciones, presentando formatos y conceptos más que digeridos por los televidentes, sobre todo los jóvenes, “la paleo-TV empezó a ser carcomida desde adentro. Los fenómenos imparables de *Cable News Network* (CNN) en 1980, y de *Music Televisión* (MTV) en 1981, cambiarían aparentemente todas las reglas del juego. Los géneros intocables y que tanto *rating* daban hasta hoy, vieron cuestionada su hegemonía. Y si el miedo que la TV despertaba antes era que nos divirtiéramos hasta morir, hoy la situación es otra”⁶⁶

2.4. A TODA VELOCIDAD Y A TODO VOLUMEN: NACE EL VIDEOCLIP.

En un paralelismo con lo sucedido con los transportes internacionales, en el nuevo formato televisivo, lo más significativo es la **velocidad**. Los intercortes o puntos de edición, son mucho más rápidos, pasando de las tradicionales tomas de mínimo 2 segundos, a cortes de medio segundo, de 10, 6,4, cuadros y en las producciones más sofisticadas, **ediciones de cuadro por cuadro**, además de la **inestabilidad de los encuadres** y el **cubismo o surrealismo** dados por la edición. Aunado a ello, **el volumen promedio de las transmisiones fue notablemente elevado** en cuanto a sus decibeles. Sobre todo, en los cortes comerciales en los que muchas televisoras lo hacen automáticamente. **Había que llamar la atención y se logró.**

Baste decir que durante la “transmisión de los Juegos Olímpicos de Barcelona a EUA, se necesitó de un guión propio que aceleró las imágenes 500% en relación al montaje visto en el resto del mundo.”⁶⁷

Es así como MTV⁶⁸ crea, promueve y difunde el **video-clip**. La vieja relación entre radiodifusoras y la industria disquera, sirve para el perfeccionamiento de este nuevo “género”, **al que podemos considerar como el primero auténticamente televisivo** Pues en él se logran conjuntar todas las innovaciones tecnológicas logradas con el desarrollo de la televisión, la radio y el cine. Aderezados con

⁶⁵ Caleb Cattegno, *op. cit.*, p. 62

⁶⁶ Alejandro Piscitelli, *op. cit.*, p. 14

⁶⁷ *Idem*, p. 28.

⁶⁸ MTV (*Music Television*) nació “al aire” el primero de agosto de 1981.

herramientas como editoras no lineales de audio y video, sonido *dolby* y digital, y por supuesto las cámaras de alta definición.

Aunque en sus inicios, el *video clip* tenía una historia, cuyo texto era la letra de la canción, siendo su mayor exponente Michael Jackson; para 1985, el estilo de "crónica visual" fue sustituido por un formato hiperactivo donde lo importante no era la historia, sino los **impactos visuales y sonoros**. La **emoción pura**, a la que cada teleespectador daba su personal interpretación y respuesta, dado que se imposibilitaba que todos lo entendieran de la misma manera. Algo similar al movimiento pictórico de Van Gogh, Miró o Picasso. Los paisajistas televisivos, eran ya parte de la Paleotelevisión.

Mientras que, el género informativo, que la paleotelevisión manejó con cierto carácter doctoral y formal, empezó a convertirse en un espectáculo, en el que en el caso de México, se cambió la tradicional entonación esdrújula, que utilizaban también los políticos nacionales de la época, (coincidencias?), por un tono neutral, pero con un manejo melodramático de la información. No en vano, somos exportadores de este género. Y obviamente, con cortinillas de entrada e *Inter-cortes* donde el volumen era parte del efecto de transición entre una información y otra.

En Estados Unidos, CNN mandó reporteros a todo el mundo, para transmitir "en vivo" desde el lugar de los hechos, y su innovador formato de "informar" cada hora y permanentemente las 24 horas del día, con conductores centrales que enlazan a distintas partes del mundo, revolucionó el concepto de la **noticia** como género, al convertirlo en **una forma más de entretenimiento**, dándole al teleespectador la sensación de estar "perfectamente bien informado" sin necesidad de leer el periódico.

En México, Televisa copió ese formato a través de **ECO noticias**, cuya primera señal fue transmitida el primero de septiembre de 1988. Aunque su éxito siempre fue cuestionable, estuvo 13 años al aire. Tenía una contradicción conceptual: estaba dirigido principalmente, al teleauditorio de habla hispana en Estados Unidos, anhelante de detalles de sus países de origen y la información de ECO, daba sólo notas muy importantes de esos lugares, detalles y chismes siempre quedaron fuera. Pocos reportajes de fondo y turístico-promocionales, así como entrevistas especiales con personajes del deporte, la farándula y la política de Latinoamérica. Además, las notas son muy breves y los comentarios muy largos.

Aunado a ello, las crisis económico-administrativas de Televisa, no le permitieron consolidar este proyecto, a pesar de transmitirse en más de 50 países, se mantuvo al aire, con números rojos casi desde su nacimiento.⁶⁹ La repetición constante de las mismas notas informativas, le hizo perder auditorio. **Recordemos que la etapa paleotelevisiva, vinculada al concepto *mass media*, fue rebasada por el mismo teleauditorio y el exceso de repeticiones dejó de funcionar hace tiempo.**

⁶⁹ El 25 de abril del 2001 fue el último día de transmisión de ECO Noticias.

Siendo la televisión el actor principal de la génesis informativa. A lo que Sartori increpa:

“Se puede estar informado de acontecimientos, pero también del saber. Aún así debemos puntualizar que información no es conocimiento. (...)Se puede estar informadísimo de muchas cuestiones, y a pesar de ello no comprenderlas”.⁷⁰

Para Giovanni Sartori, este nuevo esquema de “producir” la información genera la *subinformación*, que empobrece la noticia.

Mientras que “por desinformación entiendo una distorsión de la información: dar noticias falseadas que inducen a engaño al que las escucha”⁷¹

Por su parte, Régis Debray dice que:

“Estamos asistiendo hoy a un proceso semejante de pérdida de credibilidad de la imagen por más que aquí y allá se busque rehabilitarla encontrándole ilustrados antecedentes”

Y si bien es cierto que más de una vez se ha demostrado contundentemente, lo engañosa que puede resultar una imagen, lo tendenciosa que puede ser una edición y lo falseado de un comentario dado por un conductor de televisión, también es cierto, que el teleauditorio se ha educado y desconfía. Ya no entrega toda su credibilidad automáticamente, consulta fuentes especializadas, platica con amigos, profesores, líderes de opinión, expertos, académicos, etc. Lo que sí es un hecho, es que **el teleauditorio, de hoy es multimediático, el mensaje vertical no penetra igual que hace dos décadas**. Se ha retomado la importancia de los líderes medios y la sociedad poco a poco, retoma su carácter “oral” para la formación de opiniones respecto a casos trascendentes.

Así, el café, el barrio, los grupos de amigos y clubes donde la gente se junta para compartir intereses y más recientemente, las redes electrónicas, se han convertido en los puntos centrales donde las personas de cualquier parte del mundo intercambian afinidades, aclaran dudas y generan opiniones propias y colectivas. En este esquema, la televisión es sólo un vehículo.

⁷⁰ Giovanni Sartori, *Homo videns. La sociedad teledingida*. Trad. Ana Díaz Soler. Ed. Aguilar. Altea, Taurus, Alfaguara, S.A de C.V. México, D.F. 1998 p. 79

⁷¹ *Idem.*, p. 80.

2.5. MAS CANALES Y PROGRAMAS: ESPECIALIZACIÓN DE EMISIONES.

El surgimiento y proliferación de los canales "temáticos", forma parte del **mosaico que compone la neotelevisión**. Retomando el caso de los programas informativos, vemos que la información de fondo sale del esquema televisivo de señal abierta. Quedan las notas que sólo "consignan hechos", bajo el esquema: "dijo", "agregó", "concluyó" Reforzadas con "inserts" que le dan "credibilidad" a la información por su carácter testimonial, pero que sabemos pueden ser manejados a través de los cortes de edición. Se arman "historias" con cada noticia en un máximo de 45 segundos que es el promedio actual.

Reportajes especiales, de análisis, contexto o históricos, son reducidos a televisoras especializadas, como la *BBC*. Documentales ecológicos y del mundo animal, en *Animal Planet*. Películas en *Movie City*, *Cinemax*, *HBO Olé*, *HBO Plus*, *Cinemax*, *TNT*, *Hallmarck*, *Cinecanal*, etc, los cuales presentan también, la variante "**detrás de las cámaras**" y biografías de artistas. Dibujos animados como *Cartoon Network*. Deportes, como *Speed Vision*, *Fox Sports*, y *ESPN*, entre otros.

En todos estos canales temáticos, o especializados, lo común es que sus parrillas programáticas se realizan en series semanales, mensuales, semestrales, anuales, o de eventos especiales de acuerdo a las temporadas del año y los eventos cívico-sociales, como: Grandes Escándalos y Crímenes en la historia, o Los Grandes Romances de la Humanidad. Los deportistas del año, Ciclo de Estrenos, Mujer y Sociedad, Las Revoluciones del Mundo. etc.

En el plano de los canales especializados en *videoclips* y entrevistas a cantantes, compositores, grupos musicales de todo género, podemos hablar de *MTV*, *VH1*, *Telehit*, y *Ritmoson*.

Esta "especialización programática", ha obligado a los canales de señal abierta a mantener un esquema de "revista" en casi toda su programación, con contenidos que podríamos calificar como *lighs*, sobre todo, en lo referente al género informativo. En México, la excepción es ofrecida por *Once TV* y *Canal 22*.

Los canales temáticos, propios del esquema neotelevisivo, buscan complacer a su "nicho" de auditorio, el cual es cada vez más segmentado. Pues al tiempo que se amplía la oferta programática y de canales, se reduce el auditorio de cada uno de ellos.

Al igual que la sociedad capitalista, sofisticada producción y diseños, los televidentes atomizan la sintonía, según sus preferencias. Hoy, no se compra igual que en los años 50 ó 60, (apogeo de lo masivo). Hoy, existe la diferenciación dada por cientos de marcas, modelos, y accesorios, dirigidos a un consumidor específico. Baste

decir, que en el mercado globalizado se encuentran *shampoos* especiales para nadadores frecuentes, para canosos, para cabello lacio, rizado, con caspa, delgado, grueso, antiestático, con protector solar, etcétera.

La variedad acabó con la uniformidad propia de los impactos *mass media*. Una paradoja: en pleno proceso globalizador, pasamos de la sociedad de masas a una sociedad de nichos de mercado. Siendo el auditorio el patrimonio real de las televisoras, la lucha por conservarlo, nos puede dar sorpresas gratas e ingratas en los próximos años. Confiamos en la sensatez e inteligencia de los televidentes-consumidores, quienes se han profesionalizado a raíz de la crisis a consumir más selectivamente.

Resulta significativo que cada año se lanzan al mercado en Estados Unidos más de 20 mil productos nuevos, pero con muy pocas excepciones, éstos no viven más de dos años.

Así, "el cambio de agujas se ha producido por el hecho de informarse viendo. (...) Para los triunfalistas de los nuevos medios de comunicación el saber mediante conceptos es elitista, mientras que el saber por imágenes es democrático. (...) Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y por tanto, la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve. Lo que se ve parece <real>, lo que implica que parece verdadero."⁷²

Por su parte, Alejandro Piscitelli, asegura que:

"Lo propio de la neotelevisión es precisamente, haber roto con el modelo de comunicación pedagógica de la paleotelevisión. Vemos aparecer así las primeras y limitadas formas de interactividad generalizada que proponen los multimedios y las telecomputadoras. (...) La neo-televisión deja de ser un espacio de formación y se convierte en uno de conivabilidad. Su género favorito es el *talk-show*. Incluso los grandes acontecimientos -un mega recital- son trasvestidos por este formato co-participado. La neo-televisión es el último lugar en donde hablar. En este escenario se acaba la simetría entre los que saben y los que quieren saber. Todos hablan sobre cualquier cosa. En vez de afirmaciones tenemos preguntas, en vez de un discurso institucional asistimos a la apología de la opinión personal. En contraposición a las hetarquías de ayer asistimos a una horizontalización de los actores, a una relación de proximidad en la cual la vida cotidiana es el referente privilegiado."⁷³

⁷² Giovanni Sartori, *op.cit.*, pp. 51 y 72.

⁷³ Alejandro Piscitelli, *op.cit.*, p. 14.

2.6. CAMBIO DE LENGUAJE Y FORMATO.

Los planos ya no respetan la "gramática visual" utilizada por la paleotelevisión. Los camarógrafos se vuelven acróbatas que igual "disparan" desde lo alto de un helicóptero, que desde ángulos poco ortodoxos en la composición visual. El *tild up*, da sentido de grandeza, el *close up*, sustituye al plano medio, la cámara subjetiva se apodera del escenario.

El *switcheo* es constante, ante el panel de monitores de 3, 4, 6, 8, 12 y hasta 20 cámaras diferentes, los directores hacen gala de una velocidad visual increíble para interconectar las tomas de las diferentes cámaras. Sobre todo, en las transmisiones en vivo.

Las historias dejan de tener un principio, un desarrollo y un final. **Son narraciones fragmentadas en texto y en imagen**, que se entremezclan haciendo que el famoso enunciado del *feed back*, de Marshal McLuhan, se realice sin necesidad de hablar con el director, conductor o actor del programa. **Una nueva forma de hablar con lenguajes y sonidos bajo un esquema que podríamos llamar "surrealista", que se "conecta" con el telespectador, pues ante todo, cumple el primer paso de cualquier estrategia comunicacional que es el de "llamar la atención."** A partir del cual se puede dar el segundo paso, que es el de la "concentración" en el mensaje, pues nada hace que se concentre la atención más que aquello que llama la atención, pero que no se alcanza a "digerir" de inmediato. En este caso, la repetición era incluso buscada, a fin de de-le-trear eso que pasó tan rápido que no pudo ser comprendido. En un efecto similar al "armado de rompecabezas". **Un armado a base de asociaciones y memorizaciones.**

En cada *run* o pase, el telespectador, sobre todo, joven, procuraba encontrar la nueva ficha que embonara en el armado general del rompecabezas en cuestión o *videoclip* de formato surrealista o cubista, cualquiera que fuera el caso.

Y esto justamente, es lo que inicia la **etapa simbólica de la televisión**, ahora, **neotelevisión**, posible porque ya existía un gran teleauditorio **imagenfabetizado**, pues como dice Sartori:

"Lo que hace único al *homo sapiens* es su capacidad simbólica" (...) Lengua, mito, arte y religión son los hilos que componen el tejido simbólico. (...) "Al lado del lenguaje conceptual hay un lenguaje del sentimiento, al lado del lenguaje lógico o científico está el lenguaje de la imaginación poética. Al principio, el lenguaje no expresa pensamientos o ideas, sino sentimientos y afectos." ⁷⁴ Y justo esto, fue lo que introdujo y/o reforzó, el formato neotelevisivo.

⁷⁴ Ernst Cassirer, citado por Giovanni Sartori, *idem*, p. 23.

Quizá para evitar la ancestral crítica del manejo ideológico y político por parte de los grupos de poder vinculados a la televisión **las ahora cadenas de televisión**, prefieren transmitir programas hablados, musicales y de entretenimiento, dejando sobre las espaldas de los programas informativos, el carácter autoritario del manejo de la opinión "pública", lo que Sartori llama el "directismo democrático". Pues a mayor apertura democrática, mayor sofisticación y sutileza en los mecanismos de control.

En México, de acuerdo a datos proporcionados por la empresa Metria S.C.⁷⁵, los dos programas de mayor *rating* en la televisión nacional durante 1999, (hasta finales de noviembre), eran **"Derbez en Cuando"** y **"Cero en Conducta"**, ambos considerados como programas de entretenimiento, del género de la comedia. El informativo **"El Noticiero"** de **Guillermo Ortega**, ocupaba el lugar 11 de la lista del *rating* nacional.

Así las cosas, podríamos pensar que en la actualidad, hay más posibilidades de manipulación, directismo, e ideologización en los programas de entretenimiento que en los informativos, pues entre otras cosas, no tienen el problema de la falta de credibilidad. No en vano, todos los candidatos a la presidencia de la república, se presentaron en programas como **"Derbez en Cuando"** y **"Otro Rollo"**. Entre chiste y chiste, trataron de ganar audiencia, votos y credibilidad a través del tono intimista que genera el entretenimiento, rompiendo la barrera del protocolo y la formalidad política, por el de la risa, el desenfado y el chisme, que van directo al corazón o a picar la curiosidad.

Cualquiera que sea el género, la neotelevisión en señal abierta, utiliza un tipo de transmisión tipo revista. Esto es, un mosaico breve de diferentes géneros y temas concatenados. Información, entretenimiento, espectáculo y publicidad revueltos como una ensalada.

Se trata de muchos pequeños segmentos que a su vez, están formados por minúsculas cápsulas de todo tipo de comentarios, información, entretenimiento, chistes, etc. Así como de un sinfín de *inserts*, que dan carácter testimonial, anecdótico y que son los encargados de marcar el "ritmo" o *timing* del programa en cuestión. Lo que hace que los intercortes sean cada vez más rápidos. Mientras que la televisión de paga se especializa en géneros específicos.

Una vez pasado el período crítico de que la televisión para justificar su existencia debía ser un vehículo exclusivamente educativo y habiendo profesionalizado a sus cuadros, tanto en el aspecto técnico como en el conceptual, se promovió el trabajo en equipos interdisciplinarios a fin de salir al aire con un objetivo claro e innovador. La premisa por supuesto, ganar audiencias a través del entretenimiento.

⁷⁵ Datos proporcionados por Marcela Cenceros, Directora de Metria, S.C. durante el Coloquio "Estrategias de Marketing en la producción de Televisión" realizado del 26 al 27 de noviembre de 1999 en la Casa de la Cultura Reyes Heróles de la Delegación Coyoacán, México, D.F.

Así se podían manejar con mayor facilidad todos los estereotipos aspiracionales que la falta de líderes políticos y sociales dejaba vacante.

Por primera vez, la televisión aprendía a hablar y escribir en su propio idioma. Esto es, a producir y realizar con lenguaje puramente televisivo, aunque fuera dirigido únicamente a los centros sensoriales y emotivos del televidente.

Recordemos que se trata tan sólo de un primer paso. La selección de lecturas se realiza cuando se está alfabetizado. Y eso hizo fundamentalmente la paleotelevisión. Así, la neotelevisión pudo dar un paso cualitativo, con una propuesta en la que hacía partícipe al televidente "conectando" de nuevo su atención, resumiendo así la experiencia de 40 años.

La velocidad de la producción se trasladó a la velocidad de la percepción. El aburrimiento de las repeticiones, se convierte con este nuevo esquema, en un reto divertido que obliga a esperar las repeticiones a fin de descifrar las imágenes cuadro a cuadro.

Aunque la televisión comercial promovía sus intereses, lo cierto es que sin quererlo, sirvió para *acelerar la cognición colectiva, que fue el principio de la digitalización del pensamiento que veremos más adelante.*

La televisión fue el vehículo para instrumentar la sociedad de masas, promoviendo a través de la publicidad consumos generalizados, pero convirtiéndose también en una especialidad de gran valía creativa, al grado de que muchas veces, ésta es buscada ex profeso, tanto por jóvenes neotelevidentes que observan en los *spots* la vanguardia tecnológica y creativa, como por especialistas y políticos que tratan de imitar fórmulas de producción publicitarias para sus propagandas.

Lo mismo sucede con el *videoclip*, en el que los cineastas jóvenes han encontrado una fuente de trabajo y creatividad. lo que ha convertido a los "cliperos" en una nueva especialidad de gran demanda, por la libertad expresiva que manejan. Son la "avanzada" en cuanto a creatividad *ad libitum* se refiere. El único límite lo pone el aspecto económico, por los costos de producción que en ocasiones son enormes, al utilizar casi siempre, formato de 35 milímetros, a fin de garantizar la calidad del *videoclip*; aunque en general se trata de negociaciones directas entre la empresa disquera, el artista en cuestión (a quien se le descuenta el costo del *videoclip*) y el creativo.

3. POSTELEVISIÓN

Hablar de Post-Televisión, es hablar de un proceso multimediático, vinculado a la compresión, la digitalización, la interconectividad, las computadoras, el internet, las páginas web, la fragmentación de los mensajes, la hipersegmentación, la saturación de información y la apertura a una infinita posibilidad de usos de la televisión y sus nuevos compañeros de vida. Es hablar también del final de la época solitaria de una pantalla luminosa y parlante, que ahora se instala en el centro de un sistema de multi-servicios que hasta el momento se piensa nos puede llevar al camino de la interactividad y la globalización sin fronteras.

Es hablar del regreso del "traje a la medida", en cuanto a lo que se desee ver y a la hora que se quiera ver, a través de la realización de menús programáticos que la nueva tecnología podrá ofrecer.

3.1. DESDE LA ÓPTICA DE UNA FIBRA.

Dada la vinculación entre tecnología y televisión, mencionaré brevemente un elemento que potenció y transformó de raíz el futuro de la televisión, pues permitió que ésta encontrara lo que simbólicamente podría llamarse su "compañero" ideal: el "ordenador", que es el principio fundamental de la televisión interactiva que germina ya en el mundo. Esto es, la televisión digital que combinada con las transformaciones en su uso y formatos, se traduce en **Postelevisión**.

Primero un poco de historia: El ser humano posee un sistema de transmisión óptica a través de sus ojos, que son detectores de luz, la cual se utiliza desde hace mucho tiempo como medio de comunicación. Por ejemplo, los indios norteamericanos se comunicaban con señales de humo, a largas distancias.

Para finales del siglo XIX, Alexander Graham Bell, inventó el Fotófono, con el que se comprobó que a través de la luz se puede transportar la voz. Sin embargo, como dependía de la luz solar, que era reflejada en un espejo parabólico en cuyo centro había un detector de selenio, no podía usarse de manera permanente.

"Fuentes luminosas de gran intensidad, se han empleado en sistemas que portan mensajes luminosos codificados en clave Morse como medio de comunicación entre barcos, en un periodo que incluye hasta la Segunda Guerra Mundial"⁷⁶

En 1884, el físico irlandés John Tyndall, demostró que la luz podía ser guiada por un chorro de agua. Sin embargo, fue hasta 1927, cuando se dieron las posibilidades

⁷⁶ <http://www.unitec.edu/biblioteca/fibra/tm1> Consultado en octubre de 1999.

de transmitir imágenes empleando fibras de silicio. En 1950, a la fibra plástica, se le puso una capa protectora que en medicina se utilizó para alumbrar lugares de difícil acceso, evolucionando hasta llegar a la endoscopia.

La primera fuente coherente de luz se inventó a principios de 1960. Esta fue el láser; el invento tuvo el mérito de revivir la idea de utilizar la luz para transportar la información, sin depender de la luz solar. Sin embargo, los primeros rayos láser de gas eran demasiado voluminosos como para utilizarlos fácilmente en las telecomunicaciones mediante fibra óptica.

La invención del láser y del diodo semiconductor electroluminiscente de pequeñas dimensiones permitió considerar el futuro con optimismo. Estas fuentes se perfeccionaron a tal grado que ya para 1979, su vida pasó de dos horas a un millón de horas. Durante este tiempo, la tecnología de las fibras experimentó también un progreso considerable.

Algunas de las ventajas para la utilización de la fibra óptica tanto para transmisiones de voz o de video, son entre otras: una mayor velocidad, inmunidad a interferencias electromagnéticas o de radiofrecuencia, resistencia a la corrosión, fuego y químicos, así como un muy bajo porcentaje de error de transmisión.

Las fibras actualmente se hacen con materiales aislantes eléctricos, como vidrios o plásticos, lo que evita que tengan centelleos o cortos circuitos, lo que las hace sumamente seguras en el caso de fábricas de explosivos, o productos petroquímicos.

Además, un cable de fibra óptica es diez veces más ligero y compacto que un coaxial, lo que permite su abaratamiento en cuanto a transporte, siendo la mejor opción para espacios reducidos o donde el peso es importante, como aviones o barcos. En síntesis, **las fibras ópticas son muy adecuadas para el transporte de impulsos digitales de alta velocidad.**

Con estas ventajas, la fibra óptica ha logrado revolucionar el mundo de las telecomunicaciones. Por ejemplo, en Telefonía se utiliza para hacer enlaces sin repetidoras entre centrales telefónicas, enlaces transoceánicos por cable óptico submarino, transmisión de datos y distribución de gran capacidad entre los abonados de servicios telefónicos, videofónicos y de transmisión de datos.

En Televisión es utilizado para la distribución por cable, enlaces cámara-estudio, teleconferencias y sistemas de seguridad en circuitos cerrados. En el caso de la Informática, es la base de los enlaces entre computadoras y en el área Militar, es elemental para las comunicaciones tácticas, la aviación tanto de helicópteros como de interceptores, submarinos y barcos.

Su nombre deriva del hecho de que son excelentes guías de onda para los impulsos lumínicos y se emplean para transmitir informaciones de cualquier naturaleza

transformadas en *bits*, en forma de ondas electromagnéticas de elevadísimas frecuencias, iguales a la de la luz.

"Se utilizan frecuencias cercanas de infrarojo, de unos 300 billones de hertzios, para los cuales tanto el vidrio como el cuarzo fundido son perfectamente transparentes, mientras que la envoltura de plástico es completamente opaca: de esta forma, las fibras ópticas tienen la gran ventaja de evitar los fenómenos de interferencia electromagnética, lo que las hace inmunes a las escuchas abusivas"⁷⁷

"Las fibras se reúnen en cables, que poseen un número variable de ellas. Los más difundidos llevan 216 fibras, reagrupadas tres veces de seis en seis"⁷⁸

La fibra más utilizada es la Multimodo de índice escalonado, pero como tiene una gran dispersión, para reducirla se crearon otros tipos como la de índice gradual y la fibra monomodo. Esta última promete en las telecomunicaciones a gran distancia una elevada eficiencia, pero todavía permanece en el campo de la investigación.

"El diámetro de su núcleo es muy pequeño, entre 6 y 8 mm, mientras que la cubierta es de 125 mm. Para este tipo de fibra se consideran posibles bandas pasantes a los 50 Ghz por kilómetro"⁷⁹

La importancia fundamental de la fibra óptica es que ha dado pie al surgimiento de la supercarretera electrónica, compuesta por una infraestructura telefónica que junto al video, logrará ofrecer 500 canales al espectador de manera simultánea.

"A pesar de que ante esta novedad se ha demostrado que un espectador promedio sólo verá dos o tres canales más de los que acostumbra, se consolidará una importante fusión, ya no sólo entre empresas telefónicas y las productoras de televisión, sino que se incluirán las grandes productoras de cine y los diseñadores de *software* para incluir los videojuegos y combinar toda esta información. Este avance espectacular, sintetiza todos los elementos anteriores y da al usuario la posibilidad de combinar elementos de audio y video, los más recientes desarrollos de computación a través del *software* y lo más elaborado de la fotónica, transmitiendo todo esto por fibra óptica. Vemos así que el **concepto convencional de la televisión ha sido superado definitivamente**".⁸⁰

⁷⁷ http://www.unitec.co/biblioteca/fibra_tm1fo.html.p.12. Consultado en octubre de 1999.

⁷⁸ *Ibidem*.p.12

⁷⁹ *Ibidem*.,p.14

⁸⁰ Lino Santacruz. Hablan los Televidentes. "La visión a distancia: de las microondas a la fotónica Transformaciones tecnológicas de la televisión". Cuadernos de Comunicación y prácticas Sociales de la Dirección de Investigación y Posgrado de la Universidad Iberoamericana México, D.F. 1992. p. 36

“Según Nicholas Negroponte, el gurú de la digitalización, estamos a punto de utilizar la fibra óptica para transmitir un millón de millones de *bits*. o caracteres digitales por segundo. Este avance tecnológico, permitirá que una fibra del tamaño de un cabello humano transmita a la Patagonia, en menos de un segundo, todos los ejemplares de *La Jornada* publicados hasta hoy. Y por si el internet (la maraña de redes que forman la telaraña informática) fuese poco, Craig McCaw, un visionario de las comunicaciones, ha iniciado la construcción de un “Internet Celestial” llamado *Teledisc* (o *Sursuncorda*, que para el caso es igual): una constelación de 840 satélites que pronto darán la vuelta a la tierra a una altura de 435 millas, transmitiendo ríos de información digital a velocidades vertiginosas.”⁸¹

3.2. ASPECTOS SOCIALES Y GLOBALIZACIÓN.

El perfeccionamiento de los sistemas de transmisión de imágenes y sonidos a través de la luz, esto es, de la fibra óptica, permitió el mejoramiento técnico en cuanto a claridad, definición y velocidad, lo que convenía a los intereses globalizadores de los países centrales, los cuales de hecho han sido los principales promotores de un esquema “democratizador” bajo la lupa de las nuevas tecnologías.

Sin embargo, según “Gianpaolo Miele, de la Universidad Centroamericana de Managua lo que en realidad se está creando es una época antisocial, conservadora o de revolución de las elites, un nuevo modelo de *apartheid* para aquellos que tienen poco acceso al mundo informático o no lo tienen en absoluto”⁸²

Agrega que los artífices de estos medios de comunicación, establecerán los criterios y supervisarán los contenidos de la misma, o quizá, por primera vez estamos ante unos medios que permiten realmente una participación democrática a los ciudadanos del mundo. Aunque la historia ha demostrado que quienes controlan los medios de comunicación controlan la sociedad. En muchos países del área sur del mundo, la televisión impone modelos que tienen poco que ver con su situación socio-económica y cultural, proponiendo esquemas que no le pertenecen, e induciendo necesidades que antes no existían.

Para Miele se trata sólo de una ilusión que permite al teleespectador escaparse momentáneamente de la pobreza en la que vive, alejándose de sus problemas cotidianos y escapar a la ilusión del mundo virtual.

Si bien es cierto que las redes telemáticas permiten la bidireccionalidad, y la pluridireccionalidad, el problema reside en saber si será una posibilidad real de participación en un sólo mundo y en una mente colectiva, donde cada sociedad

⁸¹ Jorge Camil. “El mundo Digital”. *La Jornada*. México, D.F. 11 de junio de 1999. P 17

⁸² <http://www.geocities.com/CollegePark/5025/dictadura.htm> Consultado en octubre de 1999.

podrá aportar su identidad sin perderse en otra; o ¿será solamente una mundialización uniformada de la cultura económicamente dominante.?

El viejo sueño del control sin fronteras, empieza a realizarse a través de las telecomunicaciones multimediáticas, en las que la televisión, tendrá un papel muy importante, donde el concepto tradicional de soberanía deberá ser replanteado por la sociedad internacional.

“En la utopía del ciberespacio (término creado por William Gibson en su novela “Neuromancer”), en el cual viajan millones de datos e informaciones de todo tipo y al cual tienen acceso millones de usuarios, se refleja el concepto de una tierra sin fronteras y de vastas oportunidades, donde podrá edificarse una colectividad democrática, tolerante, igualitaria en la cual el individuo y la difusión del poder serán las categorías imperantes, pero a la vez, los derechos de propiedad y la deriva económica acentuarán las consecuencias del mercado libre”⁸³

Recordemos que aunque la oferta programática sea tan grande, la capacidad creativa es rebasada entre otras cosas, por sus altos costos de producción y por el tiempo necesario para la realización, donde los que tienen mayor poder económico podrán producir más, tanto en cantidad como en calidad, pudiéndose convertir las televisoras del tercer mundo en **simples compradoras de programas**.

La tendencia actual de crear grandes consorcios multinacionales, mediante impactantes fusiones que se convierten en megamonopolios se apoyan a nivel de programación y tecnología para lograr zonas de influencia. En América Latina, Brasil y México, son los que más se pelean el liderazgo regional a fin de acaparar el mercado, marginando a las televisoras, locales, regionales y hasta nacionales, al papel de “repetidoras” de programas viejos, telenovelas anacrónicas y “laterio” sin fecha de caducidad.

Televisa en 1994 firmó un convenio de participación con el American Discovery Channel y para finales de ese mismo año, se alió con AT&T a través del Grupo Alfa, lo que le garantiza al consorcio televisivo el acceso a redes telefónicas y por supuesto a la fibra óptica. Y esto está sucediendo en todo el mundo: **empresas telefónicas, de televisión, de cine y de computación, se unen para prepararse a enfrentar airosos el futuro post-televisivo**. En tanto que la industria cinematográfica empieza a utilizar la tecnología digital en la realización de largometrajes, previendo no tener que cambiarlos de formato para su transmisión en las pantallas “chicas”.

No en vano, hay quienes afirman que el mundo por efectos de la globalización televisiva y telecomunicacional, terminará siendo **bilingüe, con preponderancia del inglés**. Los riesgos pueden ser la pérdida de los valores y tradiciones locales y regionales.

⁸³ <http://www.geocities.com/CollegePark/5025/dictadura.htm> Consultado en octubre de 1999.

"Las mentes globalizadoras, estandarizadoras, son por definición unitarias; la diversidad, en cambio, por definición no encaja en un mundo de significados culturales generalizantes, por lo tanto, la diversidad tendría que ser parte de la fragmentación, pero una fragmentación que no llevase al aislamiento, sino a la participación."⁸⁴

Sin embargo, hasta el momento, se ha creado una mezcla *sui generis* que aún no ha sido analizada con profundidad. Baste decir que los poetas siempre se adelantan. Así, en 1985, Jorge Luis Borges decía:

"Creo que el occidente, y quizá el planeta, será bilingüe; el español y el inglés, que se complementan serán el habla común de la humanidad" Doce años después en 1997, Camilo José Cela declaró al periódico *Excelsior* que los idiomas que se hablarán en todo el planeta serán el inglés, el chino, el árabe y el español. "Este último es hoy lengua común de 350 millones de seres humanos"⁸⁵

Carlos Fuentes por su parte, considera que los 30 millones de hispano-parlantes que viven en Estados Unidos determinarán que directa o indirectamente 100 millones de norteamericanos acaben hablando español. Sin duda, las lenguas se pierden paulatinamente, pero más por un afán de entenderse y comunicarse, que por un afán de dominio, pues muchas veces, en asuntos lingüísticos el conquistador termina conquistado, ya que el desconocimiento de la lengua local, lo pone en desventaja de quien es bilingüe.

Así, "a lo largo de la historia han existido unas 10 mil lenguas, hoy, de las apenas 6 mil habladas, muchas no se enseñan a los niños - de hecho son ya lenguas muertas- y sólo 300 tienen más de un millón de hablantes. En un siglo más podría perderse la mitad de las lenguas hoy habladas"⁸⁶ Ken Hale del Instituto Tecnológico de Massachusetts, afirma que conforme mueren las lenguas mueren las culturas.

La cuestión es si las culturas ancestrales encontrarán la libertad de cambiar sin ser aplastadas por la modernidad y la globalización. Y en este punto, lo que suceda con la postelevisión, la forma en que sea utilizada, legislada, y supervisada por la sociedad internacional, determinará el futuro no sólo de la televisión, sino de la sociedad global. Por lo pronto, la multi-interdependencia presenta una situación en ocasiones increíbles:

⁸⁴ María de la Luz Casas Perez, "Los otros actores de la TV (Otra forma de pensar a la televisión desde la política)". *Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales* de la Dirección de Investigación y Posgrado de la Universidad Iberoamericana. México, D.F. 1995. p.42.

⁸⁵ Jose Rubén Jara Elías, "Las audiencias de la televisión en español en América Latina." *Revista Mexicana de Comunicación* Ed. Fundación Manuel Buendía. Año 10 No. 51. México, D.F. Oct-Dic. 1997. p.14

⁸⁶ Wade Davis, "¿Podrán las culturas ancestrales encontrar la libertad de cambiar según sus principios?" *National Geographic en español: Suplemento del Milenio: Las Culturas*. Ed. Televisa México, D.F. agosto 1999. p.65

"India y China, exceden los mil millones de habitantes. Sin embargo, el contraste entre lo tradicional y lo nuevo parece más penetrante e irónico en la India, un país que posee poder nuclear pero carece de carreteras de cuatro carriles entre sus principales ciudades, (...) y está ubicado entre los cinco primeros países en producción de software para computadora, pero donde casi la mitad de la población no sabe leer ni escribir".⁸⁷

Analizar el impacto de la globalización en la sociedad, necesitaría una investigación aparte, lo importante en este caso, es señalar que **no todo es tecnología, la distribución y uso de la misma, determinará en el futuro, cambios significativos en las relaciones humanas** que sin duda, impactarán las culturas locales. Aunque para muchos estudiosos la tecnología no es el factor determinante del cambio social, hoy, como nunca antes, su consumo es impuesto entre otras cosas, por el bombardeo en los medios masivos de su "necesidad", para lo cual es importante que como sociedad logremos tener convicciones que frenen el uso indiscriminado de la misma, pues conlleva a cambios de actitudes y de formas de relacionarnos socialmente.

Quizá lo primordial **para no ser rebasados por una cultura uniforme**, radique en la **"voluntad" de conservar las tradiciones propias**.

Volviendo al punto de la interconexión electrónica internacional e inmediata, lograda por sistemas como el *internet*, o *el e-mail*, aunque facilitan el intercambio de ideas, productos, personas, etc. lo cierto es que **la influencia es multidireccional**.

Existen norteamericanos aficionados al taco, al *sushi*, al algodón egipcio, a la música francesa, mexicanos que gustan de la hamburguesa, pero que adoran el pozole. Ejemplos de estas mezclas, se dan hoy, en las principales ciudades del mundo, sea éste desarrollado o subdesarrollado. En el mundo globalizado **existen más diferencias entre personas de la misma nacionalidad**, incluso región, pertenecientes a distintos estratos socio-económicos, y educativos, **que entre personas de los mismos niveles** cualquiera que sea su país de origen.

La globalización sin duda, impactará y homogenizará a las clases medias y altas, no así a los marginales, sobre todo del Tercer mundo, para quienes todavía no acaba de llegar ni siquiera la señal de televisión aérea a su casa, quienes de seguir las tendencias actuales serán víctimas de una mayor y más severa marginalidad. Por otro lado, es en los sectores medios, donde la evolución televisiva ha impactado mayormente desde su nacimiento, en medio de una lucha internacional de poder entre los grandes capitales privados y los gobiernos, con importantes vinculaciones entre sí.

⁸⁷ Eria Zwingle, "Los bienes circulan(...)Las ideas circulan. Y las culturas cambian " *National Geographic en español*. Suplemento del Milenio:Las Culturas Ed. Televisa. México, D.F. agosto 1999. p. 30.

Ante este panorama, la televisión internacional juega un papel dual. Mientras la tecnología comunicacional estandariza y globaliza marginando los esfuerzos de reconocimiento comunitario; por el otro, el abaratamiento de los insumos ha democratizado su uso, dando posibilidades de expresión aunque sea restringida a diversos grupos que han logrado alzar su voz con relativos pocos recursos, baste el ejemplo del EZLN y de los independentistas Chechenos, lo que nos enfrenta ante la importancia del uso del medio.

3.3. LA TELEVISIÓN DIGITAL.

La televisión digital o numérica, mejora la calidad y nitidez de la imagen y el sonido, multiplicando además, las señales y el número de canales para su transmisión, sin problemas de interferencia, ni pérdida de calidad a la hora de copiar los materiales. Recordemos que la televisión digital utiliza satélites, fibras ópticas, computadoras y que tendrá 1,800 líneas de resolución y 16 canales de sonido, entre otras cosas.

El público, usuario y cliente de los nuevos servicios, permanece aún desconcertado ante una situación tan o más novedosa que la primera aparición de la televisión. Hoy no está sola, se acompaña de los ordenadores, la telefonía óptica, el internet, el fax, el control remoto, la videocasetera y el DVD, entre otros elementos electrónicos.

Con la televisión digital entramos a la época de la **postelevisión** y por ende, de la **concatenación multimediática**. Hoy, desde el teclado de la computadora se puede comprar en el supermercado, la tienda departamental, la librería, hasta diseños de ropa, electrónicos, con una rapidez que asombra. En ventas internacionales, a través de pedidos especiales, la mercancía llega en sólo 2 días. Terapias especializadas, recetas de cocina a la carta y cualquier tipo de servicio será dado a través de esta supercarretera electrónica.

“El aprovechamiento del ancho de banda se incrementa entre 8 y 12 veces (es decir, que se pueden enviar hasta 12 canales de televisión utilizando el mismo ancho de banda que ocupa un canal analógico), y se espera que el desarrollo del estándar MPEG (*Moving Picture Experts Group*) permita ofrecer 100 veces más canales que los disponibles con los sistemas analógicos actuales en el mismo ancho de banda”⁸⁸

Todo apunta a pensar que la televisión aérea desaparecerá para darle paso a la digital, sin embargo, ésta, aún se encuentra en proceso de introducción masiva.

En México, la entrada de la televisión de alta definición ya se encuentra en marcha y el proceso de conversión total en nuestro país tomará alrededor de 15 años. Por lo pronto, lo básico será que el Gobierno Federal determine cuál será el estándar a

⁸⁸ Alfonso Sánchez, *Estrategias de Marketing de las Empresas de Televisión en España*. Ed. Eunsa. Madrid, España, 1998 p. 267.

seguir de los 3 que existen en el mundo. Sin embargo, la Secretaría de Comunicaciones publicó un acuerdo mediante el cual obliga a los concesionarios a transitar a la tecnología digital. Aunque aún no se ha visto de manera extensa, la televisión de alta definición ya existe en México.

“La primera transmisión que hicimos fue en un circuito cerrado, en las instalaciones de Televisa Chapultepec, al Secretario de Comunicaciones, el 22 de enero de 1998, luego transmitimos al aire un partido de fútbol entre el América y el Guadalajara el 25 de enero de 1998 y desde marzo de ese año, existe un canal que transmite de manera continua imágenes en el nuevo formato. Actualmente estamos transmitiendo de manera permanente desde el 3 de marzo de 1998, en canal 48 hasta el día de hoy. (19 de febrero del 2001) Nuestra programación es de 10 de la mañana a 10 de la noche” manifestó Félix Araujo, Vicepresidente de Transmisiones de Televisa.⁸⁹

En la actualidad, todos los sistemas de televisión digital son distribuidos por satélite. En una segunda fase se hará por cable, lo que “permitirá potenciar los servicios en la modalidad VOD e IVOD) (...) y en su tercera fase será terrestre, lo que abrirá el espectro de canales temáticos especializados. Por lo que se describe, el sistema de la televisión digital es algo más complejo que una “plataforma” . instala un modelo audiovisual de peaje, convierte al televidente en usuario y transfiere parcialmente la financiación del sistema desde los anunciantes a los consumidores”⁹⁰

Sin duda alguna, estamos frente a un cambio radical en la historia de la televisión. El potencial de interactividad, con los servicios adicionales que ofrece, modifica totalmente a este medio, previéndose cambios rotundos en el sistema de financiamiento y la forma de utilizar el medio por parte de los televidentes, pues:

“Abre la posibilidad de que un televisor inteligente (el STB convierte al televisor en una suerte de ordenador personal) conectado a una red de alta velocidad (RDSI o red de cable local de fibra óptica) se convierte en el futuro en la interfaz doméstica de acceso a Internet.”⁹¹

⁸⁹ José Antonio Chávez, “Televisión de alta definición: Ya viene en camino” Reforma, sección Interfase. 19 de febrero del 2001. p 11 A

⁹⁰ Alfonso Sánchez, op.cit , p. 269.

⁹¹ *Idem*, p.271.

Alfonso Sánchez señala que: “Los sistemas de pago por visión (PPV) evolucionan desde el NVOD. *Near Video On Demand* (Video Casi Bajo Demanda) que consiste en la emisión de una misma película en intervalos de 5,10,15 o 30 minutos por diversos canales, pasando por el VOD: *Video On Demand* (Video Bajo Demanda) que consiste en la posibilidad de solicitar cualquier película en cualquier momento, hasta llegar al IVOD. *Interactive Video on Demand* (Video Bajo Demanda Interactivo) sistema que añade al anterior la posibilidad de operar con película solicitada como si se tratara de un VCR (es decir, detenerla, retrocederla, avanzarla, o visionarla *frame a frame*). (...) La interactividad efectiva, las modalidades VOD e IVOD, así como la descarga de *software* y las restantes aplicaciones extra-televisivas, llegarán en la medida en que se generalice el cable como sistema de distribución de la televisión digital”

Si la neotelevisión, se caracterizó por el aumento de la velocidad, con la postelevisión, esto será aún más notorio. Baste decir que la televisión tardó 13 años en reunir 50 millones de usuarios, a Internet le tomó sólo 5, con todo y los altos precios iniciales de las computadoras personales.

"A partir del anuncio hecho a mediados de 1997 en Ginebra por parte de la Unión Internacional de las Telecomunicaciones, 1288 millones de aparatos deberán pasar al desván o serán rematados en ferias americanas. Los estadounidenses serán quienes más tendrán que desembarazarse de sus piezas de museo, al ostentar el nada despreciable récord de 270 millones de aparatos en su haber. Desde fines de este año (1998), las cuatro grandes cadenas norteamericanas - incluyendo a la Fox - empezarán a transmitir señales digitales a las ciudades más grandes de ese país".⁹²

Se afirma que el servicio de la televisión digital, será como un menú a la carta, que necesariamente tendrá que financiarse por las cuotas de los usuarios, más que por el pago de los patrocinadores. Así, la televisión evoluciona del modelo de difusión unidireccional y masivo, a un modelo bidireccional y multidireccional, interactivo y personalizado.

La etapa inicial para el consumidor de la televisión digital, será mucho más cara de lo que fue la analógica. Se calcula que los primeros aparatos costarán entre mil 500 y 2 mil dólares y el sistema completo para la adecuada recepción asciende en promedio a los 6,000 dólares

A diferencia de las etapas anteriores, en las que se podían hacer cambios paulatinos, comprando primero, una televisión blanco y negro, después una a colores, más tarde, una casetera, un control remoto, etc. Ahora, el asunto es y deberá ser en paquete a fin de que funcione correctamente, pues se trata de un sistema de enlaces multimediáticos. Es la síntesis de lo alcanzado hasta hoy en el campo de las telecomunicaciones. Requiere de una sofisticada tecnología, en la que sobresalen.

- ❖ 1.- Sistema de Control y Almacenamiento:
- ❖ 2.- Sistema de Transmisión
- ❖ 3.- Decodificador.
- ❖ 4.- Guía Electrónica de Programas (GEP)
- ❖ 5.- Número Personal de Identificación (PIN).
- ❖ 6.- Tarjetas Electrónicas.
- ❖ 7.- Mando a Distancia.
- ❖ 8.- Canal de Retorno.
- ❖ 9.- Sistema de Gestión Comercial.

⁹² Alejandro Piscitelli, *op cit.*, p.47.

Está claro que el proceso de interactividad que conlleva la **postelevisión**, tardará algún tiempo en generalizarse y en perfeccionar su manejo. Para muchos el centro de este proceso está en el **Internet**, como plataforma distributiva de la oferta programática.

Es un hecho que la televisión numérica digital interactiva emerge en el horizonte sancionadas sus normas en Ginebra a mediados del 1998 y con su primera transmisión programada para noviembre del mismo año, en Inglaterra.

"Time Warner inició pruebas de un sistema interactivo llamado Full Service Network, en diciembre de 1994 en Orlando, Florida. El planteamiento de ese sistema era permitir a los clientes ordenar cualquiera de las 50 películas que dejarían disponibles para que las solicitaran en el momento que lo desearan. La interactividad permitiría detener la película si el suscriptor así lo deseaba e incluso solicitar artículos de catálogo a través de la red. La empresa tiene planeado invertir entre tres y cinco mil millones de dólares durante los próximos años en las redes interactivas. Full Service Network también ofrece noticias bajo demanda (*news on demand*), las cuales están divididas en estatales, locales, mundiales y nacionales; negocios y finanzas personales, deportes, clima y entretenimiento."⁹³

Pero la interactividad de estos servicios se conecta en línea, con la realización de operaciones bancarias y de compras desde el hogar utilizando únicamente un aparato decodificador conectado a la red de cable.

"El desarrollo de la televisión interactiva y su exploración dependerán de diversos factores, uno de ellos será el ancho de banda disponible para su transmisión que permita la libre circulación de información en dos sentidos, en tiempo real, y la completa digitalización de las señales transmitidas para contar con la calidad y fidelidad necesarias para su recepción."⁹⁴

La postelevisión vista así, está caracterizada por la concatenación de tecnología de punta en cuanto a las telecomunicaciones. Redes comunicacionales que amplifican las posibilidades expresivas desde un teclado suprimiendo distancias y diferencias de manera instantánea, sistemas de compresión que reducen los tiempos de transmisión.

El canadiense, Robert K. Logan, señala que, "en la historia de la comunicación humana hay sólo tres o cuatro hitos fundacionales. La invención del lenguaje, la del alfabeto y la de la imprenta. Con las redes de computación atravesamos la cuarta compuerta evolutiva que divide la historia sin resto entre un antes y un después." En otras palabras, después de la piedra y de la arcilla, del papiro y el pergamino, vinieron el papel, el celuloide y ahora los *bits*.

⁹³ Pilar Sevilla, "Del Cable al DTH" Apuntes para una Historia de la televisión Mexicana. Ed. Revista Mexicana de Comunicación y Espacio 98.Mex. D.F. marzo de 1998.. p. 433

⁹⁴ *Idem*, P. 434.

Como se dijo anteriormente, muchos creen que la televisión por aire muere con la digitalización, pero también por la cuestión conceptual de su programación y esquema comercial.

Las pantallas fragmentadas o múltiples, cuyos sistemas originales obligaban a optar entre la computadora o la televisión, pues la simultaneidad no era posible, fueron sustituidas por pantallas líquidas y planas, de gran tamaño que permiten:

“La recepción simultánea no sólo de varias señales, sino de diferentes tipos de señales. Así se puede ver de un lado, la recepción televisiva que se elija; y por el otro, se tiene acceso simultáneo e inmediato a Internet. además existe la posibilidad de realizar comunicaciones vía satélite”.⁹⁵

En el camino tecnológico hacia la interactividad inciden también: el *Real Audio* y *Real Video*, que permite la transmisión a través de las redes cibernéticas de imágenes en movimiento y audio en tiempo real, con lo que una computadora en Red puede recibir señales de audio, producciones discográficas y programas de televisión, entre otros.

“Algunas empresas ofrecen servicios de televisión a la carta uno elige de un menú los programas que desea recibir y éstos llegarán a la comodidad del monitor de la computadora al mismo tiempo que se está recibiendo otro tipo de información (texto, bases de datos, imágenes, correo electrónico)”⁹⁶

La inclusión de los videojuegos cada vez más sofisticados y complejos son incluidos en la programación de pago por evento, dado su éxito comercial! También conviene señalar que un cambio importante en la producción televisiva que repercute en la postelevisión, es el uso de los escenarios virtuales, que recrean locaciones diferentes, para sobreponer información gráfica y audiovisual o para realizar efectos especiales a un costo menor, sin necesidad de salir de un estudio televisivo.

Están además los Discos Digitales Versátiles (DVD) que permiten almacenar enormes cantidades de información digital, ya sea en audio, video, texto o todo junto, que pueden ser vistos o leídos a cualquier hora, ya sea vía computadora o televisión, así como la introducción de pantallas planas de cinco centímetros de profundidad y 21 pulgadas de diámetro, que podrán ser colgadas como un cuadro, y facilitarán el uso de la televisión digital. (En Japón se venden con animación de peces, en sustitución de las tradicionales peceras, por ser más fáciles de limpiar y conservar). Sin duda, un ejemplo claro de que **vivimos en la época de la realidad virtual o como algunos dicen, de las simulaciones.**

Lo cierto es que cada vez más, comprobamos que la televisión que conocemos, será sustituida por la **telecomputación o postelevisión**. Aunque no tan rápido como muchos piensan ya que recordemos que entre 1939 y 1975, pasaron 36 años.

⁹⁵ Gabriela Warkentin, *op cit* , p. 404.

⁹⁶ *Idem*. p. 405.

Esto es, mientras apareció la televisión comercial en Estados Unidos y llegó a la India.

Se calcula que la telecomputación, indudablemente nos llevará a un mayor individualismo y seguramente se exacerbará el fenómeno *Cocoon*, pues aunque haya **interactividad**, ésta será **solitaria**. **Interconectada y teledialogada**, pero **sin olor, sabor, ni expresión corporal**, tan necesarios para la identificación o rechazo interpersonal. **Una oralidad silenciosa**, en la que el teclado es callado, la intercomunicación también, rescatando el poder de la escritura en la transmisión de mensajes y de la señal telefónica en la transmisión de datos.

Será una comunicación silenciosa, aunque en unos años más podrá transmitirse también la voz humana, cosa que ya se hace a través de programas como el ICQ, vía internet.

Por el momento, conviene resaltar el **carácter silencioso e introspectivo de la telecomputación**, tal y como lo ha sido la lectura. **¿Por qué pensar entonces que la reflexión se muere junto con la televisión aérea ante el horizonte de la televisión digital?**

La imposición de la dictadura tecnológica, en esta etapa será más lenta que en las anteriores, dada la actual crisis internacional, sobre todo en los países del Tercer Mundo. Además, mientras se proclama por la uniformidad globalizante, cada vez más pueblos luchan por sus autonomías y se desgastan económicamente al grado de que la sobrevivencia es apenas posible.

En tales condiciones la popularización de todo el anclaje tecnológico necesario para que la **postelevisión se generalice** hasta formar parte de nuestras vidas cotidianas como lo hizo la televisión analógica, **se percibe como un proyecto a largo plazo**. La tecnología existe y el Primer Mundo la utilizará con reservas, pues al menos en Europa, el Parlamento aún no tiene unanimidad para aplicar esta tecnología en sus respectivos países. Por lo pronto, Francia se muestra como el más renuente, por considerar que atenta contra ciertas normas en cuanto a porcentajes de programación local y nacional, de transmisión de valores culturales, políticos y sociales que les interesa conservar.

Para no variar, la tecnología ha caminado mucho más rápido que la política y el establecimiento de normas jurídicas para su uso, al menos en América Latina, son inexistentes los foros analíticos, propositivos y ejecutivos, que valoren, legislen y cuiden la aplicación de esta nueva tecnología que nos abre la puerta a una nueva era telecomunicacional.

Los optimistas afirman que de cualquier forma la interactividad se impondrá y que esta es la mejor forma de democratizar, incluso, de socializar la información. Aunque en algunos lados lleven 10, 20, 30 y hasta 40 años de desventaja.

Los países dependientes tecnológicamente, siempre serán los consumidores de tecnología de segunda vuelta. En este caso, hay quienes afirman que quizá, éste sea un elemento que permita conservar tradiciones y formas de vida más humanizadas que de otro modo, serían avasalladas por la relación intercomputacional, manipulada por cerebros humanos dueños de la tecnología de punta.

Si la interactividad telecomunicacional se impone, instrumentando mejores opciones y libertades para la creatividad y el pensamiento, será sin duda, el mejor instrumento para la democratización mundial y para la lucha contra las inequidades.

3.4. LA CONEXIÓN VICTORIOSA.

Aunque no lo parezca, el movimiento internet fué una respuesta contracultural de jóvenes interconectados en las Universidades de Los Angeles y *Stanford*, queriendo enviar una sola palabra: "*Logwin*", era el 20 de octubre de 1969. *Log* por conexión y *Win* por victoria. Comenzó con la "L" y llegó hasta la "G", pero sirvió para demostrar una teoría fundacional: la de la transmisión de información en "paquetes" o compresión digital, que hoy interconecta 170 países y a más de 300 millones de usuarios

Los antecedentes están en la guerra fría y la paranoia de la guerra atómica. Nadie imaginaba que el espacio intergaláctico sería derrotado por el ciberespacio. Se calcula que en Latinoamérica el número de usuarios crecerá de 7.5 millones registrados en 1999, a 19 millones para el 2003. En México, la Cámara Nacional de la Industria Electrónica, de Telecomunicaciones e Informática (CANIETI)⁹⁷, asegura que nuestro país se encuentra en un "**analfabetismo telemático**", porque sólo el 4 por ciento de los casi 100 millones de habitantes tiene acceso a esta tecnología, mientras que Argentina, Brasil y Chile nos llevan una ventaja que tardaremos un mínimo de 3 años en nivelar o igualar.

Con todo, el problema es y seguirá siendo en el futuro cercano y mediano, la falta de equidad, pues por más que se abaraten los insumos electrónicos de punta, llevará tiempo que éstos se generalicen y siempre habrán marginados sin acceso a ellos, pues hemos pasado del **ideologismo socialista al supuesto neutralismo capitalista**.

En cuanto a los aspectos televisivos, "**pensar global y actuar local**" es la frase utilizada por los programadores internacionales al referirse al problema de la globalización en los contenidos de la misma.

⁹⁷ Héctor Toledo, Vicepresidente de Telemática de la CANIETI, declaraciones publicadas en el periódico Reforma Sección Interfase. México, D.F. 9 de julio de 1999, Pág. 3A

Esto es, que aunque se importen programas extranjeros, se les dé un carácter local, a través del uso de regionalismos y adaptaciones que preserven los elementos culturales e idiosincrásicos del caso, así como el reforzamiento del uso de conductores locales y el cuidado meticuloso de los programas a comprar.

Volviendo a la tecnología actual necesaria para la postelevisión, conviene señalar que hoy existen 140 millones de computadoras personales en el mundo. Tan sólo, entre 1993 y 1994, se vendieron 50 millones y se cree en términos generales, que promovió la homogeneidad indiscriminada. Con la interactividad en cambio, se podrán reconocer las diversidades con el objetivo de satisfacer gustos y preferencias de carácter local.

Todos estos cambios, presuponen que las relaciones entre productores y consumidores cambiarán radicalmente. La publicidad por supuesto, también lo hará, de hecho ya lo hace vía Internet. Recordemos que el televidente ha pasado de la ideología del consumo a la cultura del consumo. Recordemos también, que la Web nació del lado opuesto de la publicidad. Auto-inventada como un servicio 100% gratuito, aunque después de cierto tiempo se ha convertido en un canal de ventas hiper-segmentado, en el que cada usuario verá una **publicidad distinta, personalizada, invalidando la publicidad tradicional, pagándose al medio sólo si el aviso tiene algún éxito, si su penetración logra las ventas deseadas.**

Al parecer entramos a una etapa de necesaria sinceridad. Si el producto no corresponde a lo esperado, automáticamente desaparecerá del mercado, pues hoy, las crisis económicas y la cultura audiovisual, han convertido al consumidor en un ser cauteloso y vigilante de lo que gasta.

“Los consumidores de antaño se convierten en los productores/consumidores de hoy (prosumidores), y una ecología de la compra-venta de servicios totalmente nueva se instaura en estos mercados electrónicos en cieme”.⁹⁸ **Una publicidad interactiva, al igual que la televisión.**

⁹⁸ Alejandro Piscitelli, *op. cit.*, p. 252

3.5. LA VUELTA AL MUNDO EN 500 CANALES.

Recorrer el globo en 80 días, fue un presagio en el que Julio Verne se quedó corto. Para lograr viajar con rapidez el hombre debía volar como las aves.

La historia se inicia con la máquina de vapor que le abrió el camino a la locomoción, elemento impulsor fundamental del desarrollo económico y social, en el siglo XIX. Después llegaron el automóvil y el avión.

La dinámica de la sociedad actual le da una elevada valoración al tiempo, que las sociedades antiguas no tenían. Esto se traduce en una gran estimación a la velocidad, así lo confirma la historia de la aviación comercial. Aunado a ello, mejoran los sistemas de seguridad y comodidad en el transporte, así como la reducción de tarifas y la creación de sistemas como acumulación de kilometrajes, tarifas escalonadas, vuelos *charters*, pagos a crédito, lo que permite que el flujo de viajeros aumente cada día.

La historia empieza con el advenimiento del telégrafo, cuando por primera vez, el tiempo de la comunicación fue más rápido que el del transporte. El dominio de los poderosos a lo largo de la historia ha estado vinculado a la capacidad de vencer el obstáculo de las distancias, permitiéndole transportarse fácil y rápido (tanto personas como bienes.) Así, los transportes construyen una economía unitaria e integrada, donde todos los bienes —cualquiera que sea el lugar en el que se producen— están en la actualidad, a disposición del hombre, cualquiera que sea el lugar de su residencia.

El mejoramiento de los sistemas de transportación, ha permitido el intercambio internacional de personas que al confluir sus ideas, agilizan los procesos del conocimiento y el quehacer científico y tecnológico, lo cual es posible medir, a través de la aceleración de los cambios, entre los que sobresale el avance en las telecomunicaciones. Sin duda, la imagen electrónica y su poder persuasivo, revolucionó la cultura de los *mass media*, modificando en millones de hogares de todo el planeta, a un ritmo vertiginoso, las conductas y hábitos de los ciudadanos.

Y en esta revolución se encuentra la postelevisión, que es la etapa acompañada de la televisión, por lo que hablemos un poco del ordenador⁹⁹.

En 1930, un año antes de la aparición experimental de la televisión, entra en funcionamiento, la primera computadora, basada en dispositivos electromecánicos, cuando un equipo de científicos de *Cambridge*, en Estados Unidos, puso en funcionamiento, la primera computadora de grandes dimensiones. La coincidencia en la aparición de la televisión y el ordenador, a pesar de que la primera se popularizó y comercializó mucho más rápido que el segundo, confirma que la

⁹⁹ En la introducción explico por qué utilizo la palabra “ordenador” en lugar de computadora.

evolución de los descubrimientos y sus aplicaciones prácticas en la vida cotidiana de una sociedad insaciable de consumo, era cada vez más seguido, constante y rápido.

La comercialización y velocidad de la transportación aérea, perfeccionada para finales de los años 60, agudizó el intercambio de personas y productos de toda índole. Ires y venires por placer, cultura, estudio, ciencia e investigación.

La proliferación del turismo se logró también gracias a las vacaciones obligatorias y pagadas cada vez más largas. Sin embargo, el núcleo familiar que vacacionaba, se había fracturado por lo que cada vez era más notorio y significativo que los viajeros lo hicieran solos. De ahí el éxito de las excursiones prepagadas, en las que además, se garantizaba que no se corría riesgos. Tiempo atrás los viajes tenían una gran dosis de aventura, o sea, que eran todo lo contrario. Hoy muchos prefieren viajar a través de la banda televisiva, antes de hacerlo físicamente, en una especie de preferencia de lo virtual sobre lo vivencial.

Algunos se preguntan si terminaremos siendo una sociedad contemplativa incluso al viajar. Y aunque la contemplación tiene su valor, hacerlo durante horas y horas frente al televisor, tiene que ver con otros factores.

Habla el Dr. Giuseppe Amara:

"Yo creo que la televisión actúa según el carácter de la persona. Si es una persona pasiva con tendencia al adormecimiento, pues se adormecerá, razonará poco, pero si es una persona activa, al contrario, la cantidad de estímulos que verá por televisión le permitirán razonar y pensar acerca de lo que está haciendo. El cerebro se desarrolla por estimulación sensorial y la pantalla manda un montón de estímulos sensoriales, auditivos, visuales, etc. Adormece un estímulo monótono, que sea de un mismo ritmo, pero la televisión no tiene eso, a menos que sea un programa muy aburrido, pero no se puede generalizar"¹⁰⁰

Mientras que el Dr. en Antropología, Santiago Genovés, afirma que:

"La gente ha dejado de experimentar la aventura, de vivirlo, lo que le da un sentido de libertad, de conocimiento de otras culturas, de integración humana, pues mientras más nos conozcamos en nuestras diferencias, mayores conocimientos tendremos de las capacidades humanas".¹⁰¹

Para este punto de confluencias y avances tecnológicos y científicos, quedaba claro que el esquema de las tres "T", (Turismo, Transportación y Telecomunicaciones) eran la base del desarrollo capitalista. Así, el televidente al tiempo que viajaba con

¹⁰⁰ Dr Giuseppe Amara, entrevista personal.

¹⁰¹ Dr. Santiago Genovés Doctorado en Antropología en Cambridge, Inglaterra, Investigador Emérito del Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM, Premio Internacional de la Paz 1968, Premio de la Academia de la Investigación Científica en el área de Ciencias Naturales, 1968. Autor de 40 libros. Entrevista Personal octubre de 1999 en Cuemavaca, Morelos.

mayor constancia que las generaciones anteriores, **aprendió también a viajar a través de la televisión**, pues los canales especializados en viajes y aventuras, proliferaban como las excursiones.

La sorpresa de conocer al detalle costumbres, comidas, lenguajes, festividades cívicas y religiosas de distintas culturas, desde el interior de sus casas, produjo en algunos la necesidad de constatar, oler, percibir de manera vivencial lo que el programa televisivo les había mostrado, despertando el interés y la curiosidad del televidente; mientras que a otros, les quitó ese deseo, con la justificación de que ya lo conocían o cuando menos, ya lo habían visto.

Bajo este criterio, se registra un aumento creciente de turistas a destinos de playa, a donde sólo van a descansar, asearse y comer. De preferencia los alimentos a los que están acostumbrados, pues el deseo de conocer cosas nuevas, se inhibe, quizá por el efecto de la generación *cocoon*, que pierde seguridad cuando sale de su capullo.

Por tanto, los **"viajes electrónicos"**, van sustituyendo el deseo de conocer cosas nuevas. **Se impone la cultura del mínimo esfuerzo**. Y no hay duda de que lo vivencial exige un esfuerzo mayor. Hay que observar para saber cómo comportarse, hay que probar nuevos sabores y olores, hay que respetar los protocolos sociales de los lugares que se visitan. Sin embargo, en las playas, todo está claro. Finalmente, fueron centros hechos ex profeso para ese tipo de turista *"light"*. Subir, bajar, sudar y aventurarse a conocer, no es cómodo, ni prepagado. Para eso, mejor quedarse en su casa, **pues el riesgo de vivir, al parecer, es una de las mutaciones que ha generado la sociedad industrial**. Y la televisión comercial, es sin duda, parte de dicho esquema de desarrollo. Aunque lo fundamental está en la educación familiar y los lazos amorosos de la misma.

En casa, el viaje es individual, pues al contrario de lo sucedido con la paleotelevisión, período en el que se concentraba la familia frente al receptor, ahora los jóvenes clase media y alta tienen televisor en sus habitaciones, y cada integrante de la familia ve lo que quiere. No es necesario molestarse en negociar para crear consenso sobre la selección programática. Basta prender su propio televisor y "viajar" a donde cada uno desee. Además, existe la posibilidad de grabar hasta semanalmente, con la videocasetera, lo deseado.

Además, la imagen transmitida a través del *video tape*, magnifica la emoción, sobre la capacidad óptica del ojo humano. El manejo de tomas como el *close up*, generan sensaciones y emociones que **al presenciarse en vivo no se producen**. Muchas personas que han estado de manera testimonial en un evento, se sorprenden cuando lo ven proyectado en el televisor. La mayoría de las veces se preguntan ¿todo eso pasó?. ¿Cómo no me di cuenta?. Esto tiene que ver con la capacidad de concentración que genera la televisión y que la realidad "en vivo" no genera, pues existen muchas distracciones, a menos que se tenga un objetivo

concreto. Sin embargo, el adormecimiento por efectos televisivos se da de otra manera:

“Yo puedo ver tantos desastres, tantos terremotos, tantos muertos (...) que ya hay autores que dicen que la televisión promueve el sentimiento de impunidad ante los crímenes, porque nos acostumbra a tolerar los desastres.”¹⁰²

Sin duda, nuestra capacidad de asombro ha disminuido, pero, la pasividad de la que se responsabiliza a la televisión, se registra también fuera de ella. Pues **no siempre moverse, significa movimiento**, como ya lo vimos en el caso de los excursionistas y televidentes solitarios. ¿A quién podemos culpar de la soledad?

“Cuando hay demasiada soledad frente al aparato, las energías mentales, el odio, la capacidad de crear, si no razona y tiene seguridad de sí, se va cargando y acumulando lo pasional, y a la hora de estar en una relación social digamos, puede salir esa explosividad porque no la ha domesticado, trabajado. Eso puede suceder con los niños abandonados frente al televisor, pero quienes alternan televisor y vida social, corren menos riesgo, porque atemperan su impulsividad.”¹⁰³

Si uno de los objetivos del capitalismo actual, es la globalización, ¿por qué tomar el camino individualista y excluyente de los procesos sociales, políticos, emotivos y sensoriales que ofrece la vida cotidianamente?

Viajar para descansar, ¿sin conocer?. Asegurar los desplazamientos mínimos del viaje sacrificando aunque sea una pequeña dosis de aventura?. Perder la oportunidad de conocer diferentes culturas adentrándose en ellas, en aras de la comodidad, es sin duda el esquema de paseo vacacional de Estados Unidos y parcialmente de Canadá y Japón. Es significativa la diferencia con los viajeros franceses y europeos, quienes en general, procuran entender las diferencias de los lugares que visitan. **Ojalá que no nos avasalle el esquema estadounidense de viajar con sabor a hamburguesa y olor a papas fritas.**

Lo mismo, cuando se viaja a través del televisor. Es necesario educar a niños y jóvenes para que disfruten, vivan y se emocionen con las aventuras electrónicas y **sirvan para despertar su instinto aventurero en lugar de apagarlo.** En tal caso, es mejor enseñarlos a apagar el televisor, pues **no hay mejor viaje que el de la imaginación**, fortalecida con tradiciones orales y convivencia interhumana.

¹⁰² Dr Giuseppe Amara, entrevista personal.

¹⁰³ *Idem*.

Recordemos que la aventura, es uno de los mejores vehículos para el fortalecimiento emotivo de las personas, pues tiene también una enorme carga de pasión y sentimientos. Una experiencia vivencial colmada de tales elementos, será inolvidable. La Asociación a favor de lo Mejor, A.C. con más de 20 mil afiliados en México y que se especializa en analizar la televisión nacional, afirma que para evitar la falta de comunicación en la familia, conviene:

- 1.- **Organizar** con frecuencia paseos y excursiones.
- 2.- **Comer, cenar y/o desayunar** juntos el mayor número de días posible.
- 3.- **Platicar y comentar** con los hijos lo que ven en televisión.
- 4.- **Organizar juegos de mesa** y divertirse con los niños y jóvenes de la casa.
- 5.- **Practicar** algún deporte juntos.
- 6.- **Acostumbrar** a los hijos a ver la televisión a una distancia 6 veces mayor del tamaño de la pantalla, a fin de evitar problemas visuales.
- 7.- **Evitar** daños de la columna, enseñando a los niños a no estar medio sentados o medio acostados frente al televisor.
- 8 - **Acostumbrarlos** a usar un volumen adecuado.

Y recomienda:

- 1.- **Recordar** que la televisión está al servicio de la familia y no al revés.
- 2.- **Desarrollar** un espíritu crítico para tener una postura activa e inteligente.
- 3.- **Evitar** sustituir el diálogo entre padres e hijos, por la parlanchina televisión.
- 4.- **Evitar** que la televisión se convierta en una necesidad por el vacío de diversión.
- 5.- **Fortalecer** afectivamente a los hijos, así resistirán mejor los embates negativos de la televisión

Con estas medidas, habrá viaje seguro, cómodo, constructivo, divertido, crítico y cualitativo, pues acumular kilómetros emotivos es importante para poder dar saltos cualitativos en la percepción y cognición humanas, enseñándonos a reflexionar con el corazón, por lo que hay que prepararse como familia, sociedad y nación, para ello; antes de quedarnos inmovilizados frente al televisor, de manera enajenada e inmovilizada, sin emoción alguna, acumulando kilómetros de horas vacías, en aras de un confort posmodernista y digitalizado.

Pues como dice el Psiquiatra argentino autor del libro *Recuentos para Demian*: “Yo utilizo el contar cuentos a mis pacientes, porque sirven de puente entre el intelecto y el corazón, y estoy convencido de que la verdad está en el corazón”.

Por otro lado, los científicos norteamericanos Gary D. Lopaschuk y William C. Stanley¹⁰⁴, aseguran que la contracción del corazón es digital, lo que hace suponer que las emociones también lo son.

¹⁰⁴ Gary D. Lopaschuk y William C. Stanley. “Manipulation of energy metabolism in the heart”. Revista Science & Medicine. Noviembre-diciembre 1997. p. 47.

Cambios, cambios y más cambios, rápido, rápido y más rápido. Ver todo y no observar nada. Esperar a descifrar y a decodificar imágenes y sonidos, se ha convertido en una especialidad de los neotelevidentes, que son los que engendran al Homo Zapping. Síntesis y principio de una nueva compuerta evolutiva: la de la digitalización del pensamiento a través de un vertiginoso proceso de asociaciones cognoscitivas y emotivas que lo han llevado a desarrollar los dos hemisferios cerebrales.

Capítulo 3

HOMMO ZAPPING: LA FRAGMENTACIÓN DEL MENSAJE TELEVISIVO

Parfraseando a Giovanni Sartori, autor del libro *"Homo videns. La sociedad teledirigida,"* en el que analiza lo engañosa que puede resultar la imagen televisiva a pesar de la creencia generalizada de que todo lo que se "ve" es real.

Sartori afirma que la humanidad al masificar el uso de la televisión, perdió capacidad reflexiva, "transformando al *homo sapiens*, producto de la cultura escrita en *homo videns*, para el cual la palabra está destronada por la imagen".¹⁰⁵

Aunque en parte Sartori tiene razón, la reflexión no ha desaparecido, ni desaparecerá por ser inherente al ser humano. Lo que se ha registrado más bien, es un cambio significativo en la manera de reflexionar, así como en la de producir televisión y más significativamente, en la de percibirla y verla; o mejor dicho, decodificarla. Respecto a la palabra, a diferencia de la silenciosa lectura, la televisión habla de día y de noche, por lo que la palabra no está destronada, pues desde la desaparición del cine mudo, es la compañera inseparable de la imagen.

Los avances tecnológicos en los que se inserta la televisión, han modificado las interacciones humanas, la velocidad de sus acciones y la forma de procesar emociones, sentimientos y pensamientos. lo que equivale a un salto cuántico¹⁰⁶ en el comportamiento, percepción e inteligencia humanas.

Así, un fenómeno inherente a la televisión que empieza a registrarse a principios de la década de los 80, con la aparición del formato neotelevisivo, se encuentra con un novedoso invento tecnológico: "el control remoto", haciendo mancuerna en la producción de un cambio conductual significativo y notorio cada día más, pues tiende a generalizarse en el mundo entero: esto es, el fenómeno *zapping*, y que por su alta incidencia, es ya, parte de la vida cotidiana de las clases medias y altas de las ciudades de todo el orbe.

Hablar del *homo zapping*, es hablar de la superfragmentación del mensaje televisivo y de la acción participativa que para el registro de este fenómeno tiene voluntariamente el teleespectador. Es hablar también del Sapiens Sapiens, y de una nueva forma de reflexión asociativa, la cual está vinculada a la capacidad de digitalización del pensamiento y las emociones humanas.

¹⁰⁵ Giovanni Sartori. *op.cit.*, p. 11

¹⁰⁶ Esto es, cuando una idea llega sin antecedentes históricos ni culturales, o se recibe un estímulo totalmente nuevo, capaz de hacer subir un escalón, o "saltar" cuánticamente, hacia nuevas ideas y horizontes, y que quien la percibe tiene la capacidad de aterrizarlas. La realización se hace paulatinamente "analogicamente". lo que es considerado como caminar en rampas al revés de lo que se considera "caída cuántica", donde las ideas llegan desde "arriba" (inspiración o iluminación), el "salto" es producto de la asociación cualitativa de ideas, proceso en el que sin duda, la televisión ha cumplido un papel muy importante.

1. EL PROCESO DE FRAGMENTACIÓN.

El Enigma

El gran mago planteó esta cuestión:

—¿Cuál es, de todas las cosas del mundo, la más larga y la más corta, la más rápida y la más lenta, la más divisible y la más extensa, la más abandonada y la más añorada, sin la cual nada se puede hacer, devora todo lo que es pequeño y vivifica todo lo que es grande?

Le tocaba hablar a Itobad. Contestó que un hombre como él no entendía nada de enigmas y que era suficiente con haber vencido a golpe de lanza. Unos dijeron que la solución del enigma era la fortuna, otros la tierra, otros la luz. Zadig consideró que era el tiempo.

—Nada es más largo, agregó, ya que es la medida de la eternidad; nada es más breve ya que nunca alcanza para dar fin a nuestros proyectos; nada es más lento para el que espera; nada es más rápido para el que goza. Se extiende hasta lo infinito, y hasta lo infinito se subdivide; todos los hombres le descuidan y lamentan su pérdida; nada se hace sin él; hace olvidar todo lo que es indigno de la posteridad, e inmortaliza las grandes cosas.¹⁰⁷

VOLTAIRE

En televisión, la fragmentación es un lenguaje que imita el esquema y ritmo utilizado por la publicidad a fin de darle mayor **velocidad y dinamismo** a la programación para evitar que el televidente cambie de canal justo en los cortes comerciales.

Como se explicó anteriormente, esta nueva forma de producir televisión, coincidió con la aparición en el mercado internacional del “control remoto”, que fragmenta también la recepción del mensaje televisivo, produciendo lo que conocemos hoy, como **super-fragmentación o hiper-fragmentación**. Esto es, una nueva forma de hacer y ver televisión, ya que se trata de un fenómeno de ida y vuelta, en el que la programación es decodificada individualmente y a la velocidad de la capacidad receptiva de cada individuo, así como de su concentración en el programa y su interés o empatía con el mismo.

Más que vista y/o escuchada en grupo, como sucedía en la paleotelevisión, la recepción se fragmenta bajo el efecto *zapping*, costumbre común en los neotelevidentes. Aunado a ello, la recepción del mensaje que ya está fragmentado en su forma de ser producido, se fragmenta aún más, con la supervelocidad de sus ediciones, por lo que se requiere cierto grado de “runs” o repeticiones, para ser comprendidas o decodificadas por el telespectador a totalidad. Algo semejante al proceso de digitalización informática utilizado por las computadoras, donde van “cayendo” los estímulos, o la información, según sea el caso, bajo la lógica del lenguaje binario del 1 (voltaje) y 0 (no voltaje) con la diferencia fundamental de que en la inteligencia humana, los *bits*, (dígitos binarios), tienden al infinito.

De esta manera, la fragmentación, y la super-fragmentación, habilitan al neoespectador, a “entender” o mejor dicho, a “decodificar” mediante asociaciones cognoscitivas y emocionales, la hiperfragmentación propia de la neo y la postevisión y del encuentro multimediático, que permite la realización de varias actividades a la vez, a una velocidad inusitada tan sólo 15 años atrás.

¹⁰⁷ Edmundo Valadés, El Libro de la Imaginación. Ed.F.C.E. Colección Popular No 152. 9a reimpresión Mexico, D.F. 1998 p. 12.

La fragmentación tan criticada por quienes aseguran que inhibe la capacidad reflexiva, ha convertido a los neoespectadores (expertos en ver la televisión zapeando y a toda velocidad), en hábiles pilotos de supersónicos, en los que cada "viaje" electrónico les va dejando estímulos diversos, cuyo almacenamiento es realizado digitalmente, para luego, ser procesados de manera analógica, por lo que las respuestas "reflexivas" del caso, se generan de manera mediata y no inmediata. Pues la lógica reflexiva (cognoscitiva o intelectual) es substituida por la lógica asociativa, emotiva y obviamente, **inteligente**; ya que es también parte de las acciones realizadas por la inteligencia humana, al darles sentido y al reaccionar frente a ellas.

1.1. FRAGMENTACIÓN Y PROGRAMACIÓN.

A partir de los años 80, la intención de productores y directivos, era la de montar espectáculos de gran dinamismo sonoro y visual. Con las nuevas reglas del juego y el predominio de los intereses comerciales, la televisión se reduce al conjunto *ad libitum* de imágenes y sonidos, donde las historias dejan de ser narradas de una manera lineal, dando paso a formatos surrealistas y cubistas, o sea, un nuevo formato televisivo.

Hay que recordar que cuando la televisión nació, el teleauditorio era adulto en su mayoría. Conforme se generalizó su uso, fue cubriendo a la población juvenil y más tarde a la infantil, y que con el abaratamiento de los aparatos receptores, su número aumentó por hogar, permitiendo la recepción individualizada. Esto es, que a partir de los 70, las generaciones se formaron desde su niñez viendo televisión (generación de los neotelevidentes) y aunque el interés del neotelevidente cambiaba conforme crecía, el gusto por una barra programática diferente, seguían y siguen viéndola, mucho más que las generaciones anteriores, con cambios significativos en su forma de decodificarla, al zapear constantemente.

Baste decir que en la actualidad "el 93% de los pequeños en nuestro país se exponen diariamente a la televisión. En promedio, los niños de 4 a 12 años ven 22 horas de televisión a la semana. Los adolescentes de 13 a 19 años, ven 20 horas de televisión semanalmente. Los hogares mexicanos tienen en promedio dos televisores, y la clase media y alta, hasta cuatro televisores por hogar. En hogares de clase media alta y alta se encontró que el 92% cuentan con un televisor en la habitación de los padres, y el 55% de los hijos tienen un aparato de televisión en sus propias habitaciones. Se estima que los niños menores de 10 años prestan atención menos del 50% del tiempo total de clases, y apenas el 27% del tiempo que permanecen en casa, en presencia más o menos directa de sus padres, ocupando cerca del 95% del tiempo en casa viendo televisión".¹⁰⁸

¹⁰⁸ Myriam Ríos, "Los niños y la televisión". *Revista Paula* No. 67. Editora Mexicana de Publicaciones, S.A. México, D.F. noviembre de 1999. p. 84.

Por ello, la televisión que casi siempre está encendida, se convierte en un mecanismo de contactación permanente, para lo bueno y lo malo, para el ensimismamiento, la extroversión, la catarsis, o simplemente el adormecimiento. Es un almacén de emociones. Un vehículo, al igual que el libro, la diferencia es que en la lecto-escritura el individuo puede releer, ir hacia adelante y hacia atrás, a su propio ritmo y de acuerdo a su estado de ánimo, mientras que la televisión proyecta a un ritmo cada vez más rápido, que obliga al televidente a acelerar su cognición y a educar sus emociones. Aunque Umberto Eco asegura que el libro no desaparecerá, por tratarse del medio más ergonómico de todos, no olvidemos que ya existen los libros hablados y en video. Opción que ha resultado muy valiosa para ciertos "nichos" como discapacitados, enfermos, ancianos y niños.

Por otro lado, para quienes nacieron después de la televisión, es más fácil conectar y desconectar diferentes zonas del cerebro a voluntad. Esta versatilidad, no se registra comúnmente entre quienes nacieron antes de la Segunda Guerra Mundial.

Mientras tanto, aquellos jóvenes que "pasivamente" habían memorizado diálogos, comerciales, escenas y movimientos, son ahora, parte importante de la planta laboral que empuja con su velocidad aprehendida, a los otrora "genios" de la creatividad. Ellos, más que nadie, sabían lo que los jóvenes deseaban. Además, tenían la experiencia vivencial combinada con los conocimientos universitarios.

Tenían también poder económico, para convertirse en un público importante en el sostenimiento del esquema comercial de producción televisiva, promotora del consumismo. Muchos, incluso, ya habían experimentado con cámaras manuales, ediciones artesanales y musicalización casera, el placer de la creatividad. De transformar todo aquello que durante años "pasivamente" archivaron y ahora, logran traducir en algo creativo; donde innegablemente, había existido reflexión, esto es, diálogo, intercambio de ideas y aún más que eso, una adecuada asociación de sensaciones, emociones y pensamientos, capaces de conformar un conjunto válido y emotivo para ellos. Tenían finalmente, su propio lenguaje, su propio estilo de decir las cosas.

Así, la revolución producida por la neotelevisión, centró toda su capacidad creativa en la forma, el fondo se dejó en manos de los canales educativos, o los de participación estatal, experimental y universitaria. Para evitar interferencias ideológicas o políticas, los realizadores optaron por lo incuestionable: el divertimento sensorial, exacerbando la parte emotiva y sensitiva de sus televidentes. Quizá esto tenga que ver con los datos arrojados por una encuesta a jóvenes entre 18 y 25 años en España, y que fue transmitida por el noticiario Antena 3, el 16 de noviembre de 1999, donde se afirmó que ni la política, ni la religión son temas que interesan a los jóvenes de las principales ciudades españolas, quienes dan prioridad a la diversión, para la cual tienen horarios y lugares seleccionados ex profeso.

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

¿Qué mejor para ello, que la música, los noticieros y los eventos deportivos?, en los cuales predomina la imagen con intercortes rápidos, los efectos sonoros y los movimientos rápidos de cámaras?. El *Talk Show*, (básicamente auditivo), con poca producción y cámaras casi estáticas en el estudio, le dio el tono cálido y humano a este triángulo en el que se desarrolló el cambio. Ahí, el público confesaba sus penas, dudas y sentimientos, en una especie de terapia colectiva y liberadora, más que un análisis profundo del tema central de la emisión. Lo básico era la catarsis, generándose el efecto "espejo", pues siempre se presentan casos más o menos comunes o situaciones en las que cualquier televidente se puede sentir identificado.

Si bien es cierto que la comunicación era y sigue siendo en muchos casos, bidireccional, sobre todo, en programas donde se aceptan llamadas al estudio, faxes, o incluso, correo electrónico, también es cierto, que un reto que había que enfrentar era la velocidad con la que se habían multiplicado las ofertas programáticas tanto de canales locales, como internacionales vía cable o señal satelital. Esta sobre-oferta programática, en lugar de producir una selectividad clara y precisa en el teleauditorio, --quien sabedor de lo que cada canal ofrecía, pudiera armar su propia programación,-- dependiendo de sus intereses personales, lo que hizo fue **agudizar un consumismo delirante de horas-televisión, y una especie de "síndrome de ansiedad consumista de emociones"**. Algo así como quererse comer la carta completa de un restaurante de un sólo bocado.

¿Por qué calificar a este fenómeno psicológico como ansiedad consumista?. Porque la mayoría de los televidentes se conectan al televisor y **desean ver todo de golpe. A una velocidad cada vez mayor, recorren la banda completa** repitiendo el proceso hasta el cansancio. Algunos, que pueden comprar televisiones con capacidad para recuadros, pueden al mismo tiempo, ver dos, tres y hasta cuatro canales al mismo tiempo, **en busca de emociones desconocidas, o algo que les amplíe el umbral emotivo, pues las repeticiones tan constantes de programas los ha educado emotivamente**, ya que lo que en una primera vista les generaba horror, en una segunda solo genera temor, en una tercera un pequeño sobresalto, en una cuarta, quizá, un minúsculo susto, y para la quinta vez que ven la misma escena, los neotelevidentes, habrán archivado la emoción en aras de una memoria emotiva bien entrenada. El riesgo es caer en la nada, o lo que equivale a **"Horas vacías"**. **Sin embargo, por otro lado, se fortalece el proceso asociativo de la memoria, considerado como una herramienta fundamental para que ésta mejore.**¹⁰⁹

Hoy, los jóvenes, difícilmente se quedan en un sólo canal, fieles a una transmisión. Esta **infidelidad de los televidentes**, empezó a analizarse por los responsables de las televisoras quienes exigieron mayor dinamismo en la producción de sus realizaciones, a fin de evitar lo que hoy conocemos como **fenómeno de**

¹⁰⁹ Pedagogos y Psicólogos señalan que gran parte de nuestro aprendizaje está basado en la asociación. Cifras con números telefónicos o fechas de nacimiento, colores a sensaciones, paisajes, emociones, olores a condiciones climatológicas, riesgos o tranquilidad, etc. El proceso asociativo en general, se recomienda para fortalecer la memoria.

superfragmentación, (zapping y producción superveloz con intercortes cuadro a cuadro).

Para los productores y realizadores televisivos, un nuevo enemigo había salido al mercado: el **control remoto, padre absoluto e incuestionable del fenómeno Zapping**, con el que se puede cambiar de canal sin necesidad de moverse, combinando los dos elementos más preciados de la sociedad occidental posguerra: **la comodidad y la velocidad.**

Al parecer, este fenómeno tiene que ver, con lo que el Dr. Giuseppe Amara, señala como **"horas vacías"** :

"Si yo veo televisión y los programas que me interesan los vivo intensamente, y no brinco de uno a otro sin digerir, sin concretario, pero si brinco y no me quedo con nada, son horas vacías, bueno, no es que el cerebro se eche a perder con unas cuantas horas vacías, el problema es cuando se vuelve costumbre y se hace a diario."

La consecuencia es grave, ya que el abuso de horas vacías según afirma el doctor Amara, pueden llevar a problemas serios de salud como el Alzheimer.

"Horas vacías. son tristes horas que algunos llaman pre alzheimerianas. Porque el Alzheimer no comienza a los 60 años, comienza desde los 30 o 35, por el vacío. Porque lo importante es no tener horas vacías. Pero si el muchacho está pica y pica, cambiando, entonces no está teniendo material. nutrición para su cerebro. Durante esas horas sin nutrición, ese cerebro tarde o temprano se volverá Alzheimeriano. Pero volvamos al carácter, no todos los muchachos estarán pica y pica."¹¹⁰

Y en esto, mucho tendrá que ver, la influencia familiar y social, así como la orientación de los padres en la formación crítica de telever. Aunque vale la pena preguntarse el por qué del aumento significativo de enfermos de Alzheimer, sobre todo, si pensamos que se trata de una enfermedad que pierde por completo su memoria racional, no así la emocional.

De aquí, la importancia de que los padres "enseñen" a sus hijos a ver la televisión. Hoy, la infraestructura incluso gubernamental, ofrece a las madres que trabajan mejores opciones para que los niños pequeños sean atendidos por profesionistas y además de socializar, jueguen y desarrollen sus aptitudes en convivencia interactiva. a través del sistema de guarderías privadas y sociales que hay en las principales ciudades del país.

Para los jóvenes de la paleotelevisión y en parte de la neotelevisión, no era posible, de ahí que se generara el fenómeno de la televisión niñera, ya que quien se quedaba en casa cuidando a los pequeños, debía hacer las labores del hogar, por lo que era mejor tener al niño frente al televisor, para que estuviera quieto y callado. Obviamente se trataba de gente sin preparación ni pedagógica ni cultural y de una

¹¹⁰ Dr. Giuseppe Amara. entrevista personal.

irresponsable o inconsciente manera de ser padre, al no procurar actividades alternas para los niños.

Por ello, las generaciones de los años 60 y 70 se aficionaron a la televisión, a las telenovelas, programas de concurso y de comedia, pues hasta la fecha, son los géneros preferidos de las personas del servicio doméstico.

Cuando ellas estaban ocupadas, los niños veían caricaturas. Recordemos que para entonces, la clase media urbana de México, poseía en general un sólo televisor por familia. **El de mayor autoridad, imponía la programación que deseaba ver. Al abaratare los precios de los televisores, se “democratizó” e individualizó su consumo.**

Conforme crecía la oferta programática, se formaban los “nichos” o auditorio específico en cuanto a estilos de vida y preferencias temáticas, lo que volteó la vista hacia la necesidad de no provocar rechazo en ningún miembro de la familia, hacer que el programa generará consenso y que fuera tolerado por todos, aunque no gustara mucho a nadie, conocida como regla LOP (*Less objectionable Program*). Esto es, que genere la menor objeción posible en el teleauditorio.

Tal y como se planteó al inicio de este trabajo, el género marca la unidad programática y de análisis de la cultura de masas, pues la fragmentación narrativa se convirtió en un género propio sobre imponiéndose a los géneros tradicionales en la realización y producción televisivas; convirtiendo al teleespectador en un zappeador que de esa manera imprime su propio juego rítmico a la programación.

Jesús González Requena, señala que la fragmentación tiende a aumentar si el espectador puede prescindir de una temática determinada porque sabe que siempre puede recuperarla en la cadena monográfica especializada en el género al que pertenece. Este fenómeno tiende a aumentar por el uso del control remoto, mismo que colabora con la fragmentación del discurso televisivo.

El proceso de fragmentación televisivo se inicia paulatina y suavemente, con el surgimiento propio de la televisión, ya que invade los espacios de actividades domésticas que anteriormente se realizaban con toda concentración, una a una y pausadamente.

Se combinó también, con la instauración y exacerbación de una acelerada vida urbana y un modelo capitalista que llevó a la super especialización, que es también una forma de fragmentar el conocimiento y el comportamiento individual, social y colectivo. Y todo a la velocidad “de la luz”.

Aunado a la especialización y a la producción masiva, los obreros se vieron reducidos a un eslabón de la cadena productiva, mecánica y rápidamente. Imposible creer que esas masas de la planta productiva internacional, al realizar su enajenante trabajo, pudieran tener capacidad de reflexión, cuando su propia actividad, era y sigue siendo el principal elemento de fragmentación de una vida integral.

Se menciona lo anterior, porque se trata de televidentes que presenciaron el cambio registrado en el mundo televisivo, el cual, una vez saturado el ritmo lento analógico, introdujo un ritmo acelerado propio de la música juvenil, como el rock o el merengue, que no en vano, han sido de los más utilizados por MTV, ahora en versiones *pop*, pero manteniendo su carácter vertiginoso. El primero, de procedencia anglosajona y el segundo, de procedencia latina.

Por otro lado, la fragmentación televisiva se especializa a través de la publicidad. Conforme se reducían los espacios comerciales, mayores eran los intercortes y por lo tanto más rápidos.

Sin embargo, "lo distintivo de la época de oro de la TV fue precisamente su *repetición compulsiva*. Hacerse uno con la TV clásica fue lo mismo que rezar el rosario católico. Las propagandas-especialmente esas largas de más de un minuto de duración, que contaban historias y que no temían alterar la paciencia del espectador o el bolsillo del anunciante--fueron letanías sedantes que nos brindaban seguridad y nos devolvían la calidez del hogar a resguardo de la extrañeza del mundo moderno en vías de expansión. El suyo era un mundo virtual es cierto, pero remitía a una realidad fugaz que se trataba al menos de recrear ficcionalmente"¹¹¹

Esta experiencia "religiosa", hoy es sólo parte de la nostalgia de quienes la vivieron. El efecto sedante que genera la repetición y el tiempo lento en la presentación de los contenidos, germinó en pasividad colectiva frente al televisor. Quizá porque la televisión sin duda, forma parte de una serie de insumos electrodomésticos que estimulan la comodidad y la vida fácil, introduciéndonos a la cultura del mínimo esfuerzo ajena al compromiso individual, familiar y social.

Además, la especialización de los canales, sobre todo los que transmiten vía cable o satélite, trataron de compensar a nivel programático lo que se presentaba a través de los canales de señal abierta. Transmiten series extranjeras en el idioma original, algunas veces subtituladas, otras no. Tienen también los servicios de Pago por Evento (*Pay Per View*).

Era el aire elitista que necesitaba el televidente para compensar los pagos de inscripción y renta mensual, quienes acostumbrados al voyeurismo televisivo, querían asomarse a una ventana luminosa que les diera un espectáculo internacional y variado, lo que además de dar un sentido de pertenencia a ciertos privilegios, permitía "distanciarlos" de las masas populares. Valía entonces la pena pagar por ello. Además de desear una programación sin cortes comerciales que para ese entonces (mediados de los 80), ya habían producido un efecto de saturación y rechazo.

En México, la televisión abierta, sin costo para el televidente, que se transmite a través de la banda VHF (*Very High Frequency*) y que requiere tan sólo de una

¹¹¹ Alejandro Piscitelli. *op cit*, p. 36

antena aérea para la recepción de la señal, abarca los canales 2,4,5,y 9 de Televisa el 7 y 13 de Televisión Azteca y el 11 (Once TV) del Instituto Politécnico Nacional. Mientras que en la banda UHF (*Ultra High Frequency*) se encuentran el 22 y el 40, que tienen la característica de cubrir solamente el Distrito Federal y Area Metropolitana.

La televisión por cable en México tiene 2 representantes: Cablevisión, que pertenece a Televisa, cubriendo el área metropolitana y PCTV (Productora y Comercializadora de Televisión), donde se agrupan todos los sistemas de cable de la República Mexicana con cerca de 400 canales y un millón 200 mil suscriptores.

Existe también el sistema MMDS (*Multi point, Multichannel Distribution Sistem*), no necesita cable sino una antena especial y un decodificador. Su único representante en México es MVS Multivisión y su cobertura es a nivel nacional.

A diferencia de la programación por cable o por MMDS, que se transmite con subtítulos o traducciones en español, la televisión satelital ofrece más de 100 canales. En México DTH (*Direct to Home*), tiene dos representantes, SKYTEL y DIRECTV. Para la recepción de esta señal se requiere la instalación de una antena parabólica que ha reducido significativamente su tamaño, aunque sigue siendo un servicio muy costoso para la población en general, quedando reducido su consumo a las capas medias altas y altas, para quienes resulta atractivo ver programas en su idioma original con producciones de todo el mundo.

Ante esta espectacular oferta programática, resulta oportuno parafrasear a Emilio Azcárraga Milmo, quien fuera durante 3 décadas el artífice mayor de la televisión nacional, quien en una junta general, señaló más o menos:

“Con la llegada de la televisión satelital, el problema principal no será la parte técnica, sino la creativa. No tenemos capacidad para producir suficiente material y llenar todas esas horas, que así como nos llegan, podemos nosotros enviar al mundo entero, pero la realidad es que tenemos que llenar horas aire y no cerebros”

Y ese ha sido el problema principal de esta sobreoferta, pues lo mismo sucede en todo el mundo. La tecnología, una vez más rebasó la capacidad creativa para llenar miles de horas de transmisión, sin caer en las repeticiones y desenlates de series viejas. **Además, es más fácil y barato exacerbar las emociones, que buscar formas inteligentes y dinámicas que al tiempo que entretienen, hagan pensar o reflexionar racionalmente al telespectador.**

Volviendo a las repeticiones, baste señalar que el canal 9, se ha convertido en retransmisor de programas que tuvieron su gloria hace mínimo 15 años y que canales como *Sony Entertainment*, repiten las series de mayor éxito en Estados Unidos al grado de que en diferentes horarios puede verse una misma serie en las versiones de Primeros capítulos, Segunda, Tercera, Cuarta y hasta Quinta etapa de un programa.

El pasado genera nostalgia, vincula con la juventud o la infancia, ofrece un público cautivo, que no es más que la constancia de que la televisión logra el objetivo de generar emociones y vincular al telespectador con sus sueños y anhelos, reales o ficticios, pero auténticos.

Sobre todo, en estos tiempos en los que la mayoría teme al futuro, el pasado da certeza, mientras el mañana genera incertidumbre, pues es uno de los efectos que a nivel internacional ha producido el hecho de vivir en medio de una vorágine de cambios constantes a los que finalmente, el hombre común aún no se ha acostumbrado. Queda demostrado así, que la velocidad ha sido el reto fundamental de la sociedad contemporánea. Lo que lo ha llevado además a un callejón solitario que va contra la naturaleza gregaria del ser humano.

Regresando a la problemática interna de las televisoras, la fragmentación también esa parte de la producción. La grabación se hace por escenas que después gracias al video tape, y a las cada vez más sofisticadas máquinas de edición y de efectos especiales, son unidas como un rompecabezas. Surge así el continuista, cuyo trabajo es básico para que las escenas no pierdan realismo. Técnicamente para que no "brinquen", esto es, asegurar que los cortes de edición no se notarán. Si el actor termina una escena con camisa de cuadros y la mano en la oreja, la toma siguiente deberá empezar en esa misma posición y con el mismo vestuario.

El papel "integrador" del continuista en el armado de los rompecabezas que significan los segmentos o escenas de cada capítulo de una serie, cualquiera que sea el género, es el mismo papel que debiera tener la familia en la fragmentación que perciben sus integrantes a la hora de la transmisión y que, con una adecuada orientación y ayuda, podrían evitar.

Esto significa que a pesar de la fragmentación, en cuanto a la producción, la televisión, dividió y especializó en labores específicas a su equipo, pero con una idea integral del producto que querían realizar, mientras que al interior de las familias la fragmentación fue generando incomunicación y división. Empieza así a revalorarse el papel de los guionistas, en cuyas manos recaía la operatividad de una producción, por ser quienes "hilvanaban" las historias con "quebres" de producción constantes, pues la linealidad ya había sido sepultada. El esquema nuevo imponía poco a poco, un estilo surrealista o cubista, buscado y logrado, que se perfeccionó paulatinamente, con constantes brincos de tiempo, jugando con escenas de múltiples personajes, entre otras fórmulas, como la inestabilidad de las cámaras, y en el puro sentido manierista, la expresión libre de los productores.

Sin embargo, la sociedad no percibió estos cambios, y no supo responder. Siguió viendo escenas cada vez más rápidas y discontinuas sin mayor preocupación. Cabe señalar que la paleo y la neotelevisión continúan hasta nuestros días conviviendo "al aire" con las nuevas formas de hacer televisión. Basta ver los infomerciales para darse cuenta. El cambio aún no es total, a pesar de que ya

tenemos 15 años de neotelevisión. Los esquemas de una y otra se combinan y recrean mutuamente en convivencia pacífica, enfrentando lo que para muchos es la muerte de la televisión como la hemos conocido, ante la llegada de la postelevisión.

Saber a ciencia cierta si la velocidad de las ediciones de la neotelevisión y la fragmentación visual y sonora tienen consecuencias negativas en la salud del televidente, es todavía un reto de los especialistas.

El caso más conocido fue el de los 300 niños hospitalizados en Japón, por la sobreexposición al programa *Pokémon*, caricatura que tiene la característica de tener permanentemente en movimiento el *back*, detrás de la acción propia de los personajes de la caricatura. Sin embargo, el doctor Deimos Arturo Aguilar, Jefe de la Clínica de las Emociones del Hospital Psiquiátrico Infantil Dr. Juan N. Navarro, asegura que la televisión definitivamente no provoca **epilepsia fotosensible**, y que:

“Las imágenes repetitivas y sumamente luminosas pudieran desencadenarla sólo en niños que tuvieran una predisposición genética o un traumatismo craneo-encefálico” y asegura que el daño que sí puede provocar la sobreexposición a la televisión en niños, se da a nivel de las interconexiones neuronales porque “La red neuronal está en pleno desarrollo, y si se empobrece, consecuentemente, algunas áreas del desarrollo mental del niño se verán mermadas o disminuidas, como la creatividad, la fantasía, la memoria y el uso de la inteligencia, porque el niño ya no tiene la necesidad de crear absolutamente nada”¹¹²

Además dice:

“El perjuicio que la televisión puede ocasionar en los niños no es físico; más bien es un daño en el desarrollo de sus capacidades, por otra parte, la energía metabólica que se gasta frente al televisor es mínima y el niño necesita ejercitar su cuerpo. Entre esta situación y la comida chatarra, ha aumentado considerablemente la obesidad infantil”.¹¹³

En cuanto a que los niños menores de 6 años, no distinguen entre la ficción y la realidad, aunado a que aprenden por imitación y a que son curiosos por naturaleza, se han registrado casos de pequeños que terminan en el hospital por emular las acciones de sus héroes preferidos, aunque no es un problema generalizado, más bien se ha tratado de casos aislados.

Pese a todo, hay que tener presente que hasta los 12 años “el pensamiento del niño aún no tiene la capacidad para interpretar, inferir o discernir sobre muchos de los mensajes que la televisión envía, es hasta la adolescencia cuando somos capaces de hacer hipótesis y deducciones,” afirma el Doctor Aguilar.

¹¹² Myriam Ríos, *op cit.* p 84

¹¹³ *Idem*, p.84.

En este sentido, en el **Primer Foro de Violencia Televisiva y Conciencia Infantil**, realizado en octubre del 2000 en la Ciudad de México, la psicóloga Lucila Romero, aseguró que:

“Los daños ocasionados en la mente de los niños por la cantidad de violencia que se transmite en los programas infantiles de televisión son irreversibles, debido a que han borrado la frontera entre la imaginación y lo real”.

“La programación de tv contiene un promedio de 26 actos violentos por hora y los niños gastan el doble de su tiempo en ver televisión que en el salón de clases, expuso Rafael Enriquez, Director de Comunicación del UNICEF en México (...) La psicóloga Olga Bustos dijo que la violencia verbal, sociológica y simbólica es más dañina que la física y que el juego que representa los límites de lo real con la ficción es el principal gancho de los productores (...) Según sus estudios, en 47 programas para niños se contaron 4 mil 703 escenas violentas, cada 3 minutos.(...) Dijo que si bien los medios, no son los culpables, si son los principales incitadores de los cambios de conducta Propuso la formación de ‘grupos de audiencias críticas’, integrados por los medios de comunicación, padres de familia, académicos y maestros que tengan incidencia en las programaciones y actúen como interlocutores con las autoridades.

“La psicóloga Lucila Romero dijo que la influencia de la televisión es muy fuerte ahora, y lo será más la Internet, que por su cantidad de datos y propuestas se ha vuelto un clon de la *psique* humana. La frontera de lo real y lo ficticio se diluye y esto hace perder el control de un adoctrinamiento muy lejos de las tradiciones y de la imagen de los héroes que queremos para nuestros hijos. (...) No hay que asustarse ni reprimir o censurar los programas, hay que aprender y montarse en la cresta de la ola para hacer un diagnóstico correcto y alentar a producciones de calidad y con sentido moral y pedagógico”.¹¹⁴

Siendo así, lo más recomendable es programar actividades con los niños y cuidar la programación que ven, así como platicar con ellos sobre lo real y lo ficticio, enseñándolos a ver televisión, o seguir algunos ejemplos como el francés donde el código civil penaliza desde 1889, la paternidad indigna y en 1999 se aprobó la recomendación de castigar con cárcel a los padres que incumplan su responsabilidad educativa.

O quizá ser más radicales, al estilo ruso, donde por unos días en septiembre del 2000, un incendio en la torre Ostankino de Moscú dejó a oscuras las pantallas de televisión de la capital moscovita. De esta forma, sus habitantes descubrieron una nueva vida participando en actividades “raras”: como leer libros, caminar, conversar con todo el mundo, incluso con los padres, según señalaron estudiantes preparatorianos.

¹¹⁴ Fabricio León, “La TV, una droga peligrosa/Analizan expertos los daños que puede causar en la mente infantil” *La Jornada*, México, D.F. 10 de octubre del 2000. p. 48 .

"El incendio en la torre de la televisión que dejó 3 muertos y tomó 26 horas para extinguirlo, fue el último incidente (...) que transformó a casi 20 millones de moscovitas en participantes de un grandioso experimento social. Algunos aprovecharon la oportunidad para más que conversaciones íntimas. Leeré y haré el amor a las mujeres prometió un joven citado por el diario moscovita *Moskovsky Komsomolets*. Fui liberada dijo la jubilada Raisa Simonova, de 67 años. De súbito, tenía todo ese tiempo libre. Hice todas esas cosas que he estado tratando de hacer. Sin embargo, el experimento fue fugaz y los moscovitas empezaron a comprar masivamente antenas parabólicas con decodificadores, periódicos, atascaron el internet, alquilaron videocasetes y redescubrieron el placer de escuchar la radio".

"En un país donde la gente mantiene la televisión encendida todo el tiempo (...) en la era soviética la televisión era un instrumento de propaganda para el liderazgo comunista. Para la gente en aldeas aisladas, la TV era una biblioteca, un amigo, un consejero. El colapso de la Unión Soviética llevó a la difusión de noticiarios que, en ocasiones, desafiaban la línea del gobierno. También abrió las puertas a la televisión comercial occidental, que fascinó tanto como repugnó a muchos televidentes. (...) En un país golpeado por tantos percances unos días sin televisión no deberían haber sido gran cosa (...) Pero el gobierno de Putin comprendió que cada día sin programación serviría de recordatorio en los apartamentos moscovitas de que no podía cumplir con lo que en el mundo entero se da como derecho adquirido. Si algunos rusos trataron de ver las cosas por el lado optimista, no tenían deseos de hacerlo por mucho tiempo. La televisión es adictiva, me quita tiempo y estos tratando de dejar el hábito dice la jubilada Simonova. Pero tengo que decirlo: gracias a Dios, de nuevo tenemos noticiarios. Aunque en su mayoría las noticias sean cualquier cosa menos reconfortantes".¹¹⁵

Este es un buen ejemplo de las contradicciones entre lo racional y lo emotivo que genera la televisión no sólo en el plano individual, sino también social y político.

Para cerrar este apartado, hablan algunos de los personajes del *Chavo del 8*.¹¹⁶

- (Chavo): -- Chilindrina, ¿me dejas ver el fútbol en tu casa?
 (Chilindrina): -- No, es que mi papá no me deja prender la tele si él no está.
 (Chavo): -- ¡Mira, ahí viene!..
 (Chilindrina) -- Papá, ¿puedo ver la tele?
 (Don Ramón): -- ¡Sí, claro!, pero no la prendas (se da media vuelta y sale de la casa)
 (Chilindrina): Ya ves, ¡te lo dije!

¹¹⁵ Christian Correl, "Me liberaron" ¿Hay vida en Moscú sin la televisión?. *Newseek en español*. Ed. Ideas Publishing Group DMC, S.A. de C.V. New York. 13 de septiembre del 2000 p. 20.

¹¹⁶ Televisa *El Chavo del 8* Programa transmitido por el canal 9 el 25 de octubre de 1999 a las 17:00 horas.

1.2. ZAPPING: NAVEGACIÓN PARPADEANTE.

"En el espacio que separa a la paleotelevisión de la postelevisión, se incrustaron 15 años de neotelevisión. Una forma híbrida que potenció al máximo las discontinuidades, la fragmentación, la apertura de innumerables nichos y segmentos de audiencia, la aceleración de la visión, el **zapping** convertido en una estrategia de lectura y, sobre todo, una valoración del sonido y lo aural rara vez reconocidos en las formas más ancestrales de la televisión"¹¹⁷

Con la aparición del control remoto, que no es más que un **mando a distancia por medio de ondas herzianas**, a finales de la década de los 80, se registra el fenómeno del **zapping**. Al permitir, el control remoto, cambiar de canal sin necesidad de moverse, el zapping se vuelve una especie de adicción, que **facilita el acompañamiento del televisor en las horas vacías** de los teleespectadores, cualquiera que fuera la motivación del televidente para entrar no siempre, en esa situación evasivo-pasiva.

Para Jesús González Requena¹¹⁸, hay 3 posibles usos del control remoto:

- ❖ 1).- Examinar la programación y escoger un programa.
- ❖ 2).- Consumir dos programas a la vez, algo imposible por nuestras limitaciones perceptivas.
- ❖ 3).- Consumir trozos de programas, práctica que tiende a generalizarse."

Lo cierto es que en general, jóvenes o adultos, sobre todo los que trabajan bajo mucha presión, llegan a su casa y lo primero que hacen es tomar el control remoto y zapear automáticamente. Muy pocos consultan la cartelera. Incluso en los sistemas de cable o satélite, existen canales exclusivos con la programación por horas, donde ésta podría consultarse, sin embargo, es poco utilizado dicho servicio.

Lo común es observar cómo el teleespectador prefiere evadirse y relajarse, instalándose frente al televisor convirtiendo su tiempo en horas vacías, que no son más que una forma evasiva de enfrentar la depresión generada después de tensiones y angustias muy fuertes.

Roman Gubern en su libro "Mensajes Icónicos en la Cultura de Masas", afirma que las dos novedades capitales que la televisión ha aportado a las técnicas de comunicación audiovisual son la **instantaneidad de la comunicación y la**

¹¹⁷ Alejandro Piscitelli. *op cit* p 39.

¹¹⁸ Jesús González Requena *El Discurso Televisivo: espectáculo de la postmodernidad*. Ed Catedra Madrid, España, 1987. p. 51.

privacidad de su recepción. Así nadie presencia el mal estado emocional y tras apretar y apretar al pequeño teclado del control remoto, se va calmando la persona en caso de tensión, o confortando en caso de depresión, como una especie de auto-arrullo digital—(por hacerse con los dedos similar a lo conocido como digito-puntura)—Al parecer, el simple contacto con el control remoto, genera diversas “sensaciones”, que es otra área inteligente pero no reflexiva del ser humano.

Conforme se popularizó el uso de la televisión éste se individualizó. Baste decir que para 1946 alrededor de 8 mil familias norteamericanas tenían un receptor televisivo, y en sólo cinco años más, la cifra se multiplicó más del mil por ciento, llegando a los 10 millones de hogares teleconectados.

Hoy, existen 270 millones de televisiones tan sólo en Estados Unidos y se calcula que en el mundo hay más de 1,288 millones de aparatos de televisión.

Estas cifras nos dan una idea de la **individualización creciente que se registra en el acto de telever. Al no haber intercambio de ideas u opiniones sobre lo que se está viendo y escuchando, el televidente se aburre más rápido.** El consumo de horas-televisión es cada vez mayor, así como la repetición constante de la programación. Mientras que los jóvenes, buscan en la barra programática algo novedoso y emotivo, que pocas veces tienen la oportunidad de encontrar.

Un comentario común, es el de: “tengo 122 canales, cuando encuentro algo que me guste, ya se terminó”¹¹⁹

De esta manera, el zapeo se convierte también en un hábito adictivo que se incrusta en el fenómeno de la superfragmentación. Se divide la atención a una super velocidad, lo cual es posible gracias a un pequeño aparato llamado **control remoto o telecomando**, que es un enlace inalámbrico codificado y dedicado, a base de señales electromagnéticas de frecuencias intermedias entre microondas y televisión y que se ha homogenizado gracias a la estandarización de las frecuencias, pues de no ser así, necesitaríamos un control remoto para cada canal o señal de televisión.

La NASA, posee macro comandos para controlar los satélites no tripulados y poder rectificar sus órbitas desde tierra, **lo que nos hace suponer que dentro de algunos años, podremos controlar a distancia, cualquier aparato eléctrico y electrónico.** Existen ahora, para aparatos de audio, alarmas de casa y automóvil, apertura y cierre de puertas, encendido y apagado de luces y contestadoras telefónicas, entre otros.

Volviendo al zapeo, éste se registra inicialmente en los cortes comerciales, así, la Unión Europea regula el tiempo máximo de publicidad al 15% del total de emisión

¹¹⁹ Televisa: Fragmento de la película Hielo Mortal, con el actor Michael Gross. Canal 4. 16:00 hrs. Ciclo Cinevisión. Miércoles 7 de julio de 1999 De 16:00 a 18:00 horas.

diaria y sólo se permite que los anuncios comerciales interrumpan las películas cada 45 minutos. En México, los programas de mayor *rating* registran cortes comerciales cada 7 minutos en promedio y cada corte es de 3 minutos, lo que significa un bloque de 6 a 9 anuncios publicitarios, según sean de 20 o 30 segundos cada uno.¹²⁰

Aunque se inició como un fenómeno de “aprovechamiento de tiempo”, esto es, informarse, divertirse o simplemente saber que está pasando en los otros canales, el zapeo fue paulatinamente transformando el comportamiento individual, familiar y social.

En términos populares, zapear es considerado una manía: el sábado 6 de febrero del 2000, la artista Erika Buenfil, fue entrevistada en el programa Hoy, del canal 2 de Televisa. Le preguntaron: ¿Qué manías tienes?. Ella contestó: “estar viendo la televisión y cambiarle y cambiarle”. Lo mismo contestó el cantante Ricky Martín, quien en MTV el 18 de enero del mismo año, fue entrevistado y cuando le preguntaron: ¿Qué haces cuando viajas?. El contestó: “Cuando estoy en mi cuarto de hotel, echarme en la cama, prender la tele y estar dale que dale”. Llama la atención que siempre que se refieren al acto de zapear, invariablemente, se utiliza el gesto con la mano, por la falta de popularización del término que lo explica.

Algo que se hace comúnmente y a diario y que todavía no tiene nombre ni apellido para el televidente, lo que denota la falta de interés por un medio que forma parte de la vida cotidiana.

En términos generales, existe una tendencia mayor al zapeo por parte del sexo masculino y mientras más jóvenes, mayor la incidencia del mismo.

Hablar del “*Homo Zapping*”, es hablar del uso del control remoto y sus repercusiones en la vida cotidiana. Al igual que la mayoría de los electrodomésticos, el telecomando, tiene una connotación estatutaria al interior de la familia, motivo por el que observamos que muchas veces, en la recámara de los padres, el control remoto es puesto en el lado del esposo, dándole una significación de poder o autoridad al diminuto artefacto electrónico.

En otras ocasiones, se ha convertido en apoyo psicológico, pues el tenerlo entre las manos, ofrece sensación de acompañamiento y control de la situación.

También puede ser utilizado como mecanismo de defensa frente a inseguridades, convirtiéndose en este caso, en un provocador de barreras de comunicación interpersonal, pues el individuo al apropiarse del objeto, controla sus estados de ánimo y establece barreras comunicacionales al “conectarse” con la programación del televisor y “desconectarse” de quienes le rodean. También puede tener un uso lúdico entre amigos que apuestan a adivinar lo que hay en cada canal, o para hacerse bromas diversas.

¹²⁰ Datos proporcionados por Metria S.C.

En general, son las actitudes observadas en el uso del control remoto, aunque **existen factores situacionales**: un día el teleespectador tiene interés en un programa específico, pero no recuerda el canal o la hora exacta y **zapatea en busca de algo concreto**. Esa misma persona, otro día puede estar deprimida o muy tensa y **zapatea vertiginosamente para evadirse**. Otro día, esta persona, puede estar acompañada y **juega como en las escondidas**, a “encontrar el “objeto del deseo”, siendo el deseo una emoción humana. El zapeo entonces es más pausado.

“El control remoto además de permitir la sintonización de canales, control de volumen, activación de candados de canales para control paterno, cambio para recepción de señales de DTH y de televisión abierta, así como solicitud de programas de pago por evento, activa otras funciones como las guías de programación en pantalla, la identificación de canales y programas que se están transmitiendo, su hora de inicio y de término, y la posibilidad de cambiar la banda del idioma en que se transmite un programa”¹²¹

También es significativo que **aumenta el zapeo en transmisiones informativas y deportivas**. Básicamente porque con el esquema de “parrilla” que se utiliza en la actualidad, en los mismos horarios están las barras informativas y deportivas en los canales de la competencia y el teleespectador desea conocer el punto de vista de los otros canales respecto a alguna información de interés personal, o ver otro partido de fútbol, o beisbol al mismo tiempo.

De esta manera, el *homo zapping* es el producto más acabado de todo un proceso de multifragmentación que hace al teleespectador brincar de una emoción a otra a una gran velocidad. Inciden en ello, los cambios en el modo de producción que trajo la industrialización, la fragmentación de la vida cotidiana, laboral y social y que ha conducido a una actitud frente al televisor de matar el tiempo, como respuesta a un tipo de vida impuesto por Occidente. Esto ha puesto al hombre en una carrera individualista y aislada, donde la motivación de intercambiar y crecer a través del discernimiento oral se ha inhibido significativamente.

Aunque se responsabiliza a la televisión de este fenómeno, la realidad es que **nadie obliga a zappear**. Es más bien, un fenómeno vinculado a la teleadicción, vista como la necesidad compulsiva de consumir imágenes y sonidos, así como las emociones y sensaciones producidas por éstos, pero que tiene su origen en la forma de vida y no al revés.

Conviene puntualizar que el vertiginoso parpadeo luminoso producido por el zapping, genera una especie de estado hipnótico que produce sedación, al estresado teleespectador. De esta manera, el zapping, se convierte en un vehículo para llegar al punto de encuentro consigo mismo. Una nueva manera

¹²¹ Pilar Sevilla, *op. cit.*, p. 463

de reflexionar, asociando como en una película interior, los hechos del día y acomodar emociones, sensaciones y pensamientos en sus archivos correspondientes, a fin de poder dormir más tranquilos.

Los teleespectadores pueden ver un programa bajo condiciones similares a las de un observador de una película. Se puede hablar incluso, de una literatura televisiva y muchos jóvenes son particularmente letrados en telever, pues tienen la capacidad de ver 2 programas simultáneamente a través de ir hacia adelante y hacia atrás con el control remoto, aunque se produce con el tiempo de exposición una especie de hartazgo, pues la llamada "conexión sistemática" lleva a pescar desde el más deseado programa hasta el más fortuito e indeseado, a través del zapping.

Y es que en el zapeo, juega un papel importante el azar. Muchas veces es cuestión de suerte, de cambiar a tiempo para empezar a ver algo interesante o deseado, mientras que otras, se llega tarde a lo que era de interés para el televidente.

El **zapping** permite al telespectador construir una experiencia visual de fragmentos de un collage postmoderno de imágenes y sonidos discontinuos y yuxtapuestos que enfrentan al televidente a importantes contradicciones. Es un extremo de la fragmentación que hace de la televisión la más abierta productora de textos visuales que se enganchan con los intentos de evasión total y cerrazón individual.

"Es una forma de ruido visual que produce una lectura individualizada de la televisión que deja fuera el trabajo de producción masiva"¹²²

La variedad de lecturas visuales y auditivas está en relación directa con la frecuencia del zapeo. En Estados Unidos, el cambio de canal vía control remoto, registra un promedio de **230 cambios diarios en la población urbana de clase media.**

En general, en Estados Unidos, el 18 por ciento de los televidentes zapean más de una vez cada dos minutos y el 46 por ciento lo hace cuando menos una vez cada 20 minutos, de acuerdo a datos proporcionados por la empresa Metria, S.C. En Italia, el 12% zapea en el primer corte comercial, y en Alemania el 20%, siendo la media internacional de zapping, de 3 minutos 43 segundos, por lo que las grandes televisoras procuran evitar pausas comerciales de más de 5 minutos, pues corren el riesgo de perder hasta el 35% de su audiencia.

Los publicistas reconocen que existe menos zapping durante la emisión de programas seriados y durante la transmisión de películas, así como los fines de semana. Curiosamente, el cable tiene más incidencia de zapping que la señal abierta, donde existe mayor publicidad. **Esto quizá sea una respuesta de protesta por tener que ver comerciales por un servicio pagado que en un principio ofrecía no tener comerciales.**

¹²² John Fiske. *Televisión Culture*. Rotutledge, Great Britain. 1997. p. 105.

Sin embargo, el medio televisivo es fugaz en términos publicitarios y está comprobado que a los anuncios no les prestamos atención después de la primera hora y media.

El zapping, fue el paso inicial, que dio el teleespectador como manifestación de su inconformidad frente a los cortes comerciales. Es una especie de respuesta contracultural, que nos demuestra que el teleespectador de hoy, es radicalmente diferente al paleotelevidente. Es desesperado, más exigente y menos concentrado.

Como glosario, *zapping* es cambiar de canal para saltarse los comerciales y aprovechar a ver otra cosa; *flipping*, es cambiar constante y permanentemente entre dos canales, para ver al mismo tiempo ambos programas; *zipping*, es brincar de canal, pero regresar al programa original; y *grazing* es el extremo del zapeo, o cambio indiscriminado y constante de canales, hasta que se encuentre algo que guste. Es ver sin ver. Es marearse. Es apaciguarse o autohipnotizarse. Es también la forma más "emocional" del zapeo.

En estricto sentido, a través de la observación participativa, se pudo concluir que el *zapping*, es una decisión "racional", tomada para evitar lo que no se quiere ver.

Lo mismo sucede con el *flipping*, donde una "decisión racional" opta por ver dos programas al mismo tiempo ya que ambos son de interés. Aunque aquí empieza a registrarse la llamada "ansiedad consumista", cuestión meramente emocional, porque se puede programar la televisión y grabar un programa en lo que se ve el otro, a fin de concentrar la atención en cada programa por separado, pero la norma social de "ganarle tiempo al tiempo" porque este es "oro molido", se ha impuesto de tal manera, que obliga a dividir la atención y "armar el rompecabezas" visual y sonoro, más tarde, cuando haya más tiempo libre. O quizá llevar el conjunto de imágenes y sonidos que forman cada programa al territorio onírico, cuando se duerme.

Supongamos que la persona no tiene videocasetera, entonces la actitud del televidente se presupone menos ansiosa, pero si la tiene, el *flipping* le hace sentir el placer de "ganarle tiempo al tiempo". Esto es, fragmentarse y no concentrarse al 100 por ciento en ninguna de las emisiones que está viendo, dejándose vencer por la emoción de la velocidad.¹²³

El *zipping*, denota aburrimiento, indecisión, y un tanto de apatía, dejando al azar, la decisión que el televidente no se atreve a tomar, aquí la decisión racional es substituida por la emotiva.

¹²³ Warner Channel, empieza a utilizar una campaña publicitaria en la que habla del "virus" del zapping, y menciona que zapear es como un surfing programático, asegurando que esto se acabará con la variada programación que dicho canal ofrece.

El *grazing* que por desgracia, es el que prolifera a pasos agigantados, sobre todo entre la población joven, es totalmente evasivo, cien por ciento emotivo y denota enojo, depresión, hiperestrés y por supuesto una gran ansiedad. El televidente lo que busca en el fondo es una respuesta emotiva a su angustia a través de un color, un sonido, una frase o una imagen que lo "conecte" emocionalmente con algo grato sucedido en su pasado, a fin de que la nostalgia le sirva de sedante a su tristeza, coraje o estrés al tiempo que castiga con su indiferencia a la programación de toda la banda. Como si se tratara del volante de un auto de carreras, trata de romper la velocidad del sonido con una digitalización hiperveloz. Es quizá una forma postmoderna de vivir una aventura.

Aunque también es adictivo, porque está conectado al lado emocional del ser humano, el zapeo contrasta con la alineación o enajenación que vivieron las generaciones anteriores al neotelevidente. Ahora hablamos de una conexión anímica y sensorial entre televisión y televidente.

El *zapping* (utilizado como vocablo genérico) le da un significado unitario dentro de la subjetividad individual que fractura la fuerza de la visión colectiva antes de la aparición del control remoto. La queja fundamental sobre el *zapping* es que ya nadie sigue el desarrollo de un programa. En su lugar, el televidente se escapa para ver otros programas cada dos minutos en promedio.

"Pero acaso en un cine semicongelado de Moscú en el mil novecientos veintipico, alguien vio toda la película sin pensar en otra cosa? El placer estético funcionó siempre como un *zapping* sobre el objeto, porque toda obra de arte es siempre una obra abierta, pero no se sabe a qué, ni qué recombinación secreta hace el receptor para seguir disfrutándola."¹²⁴

El carácter dictatorial que en un principio tuvo la televisión al tener cautivo al televidente frente a una sola opción, quedó totalmente rebasado con la superoferta programática, así como por la actitud *zapeadora* que reta a publicistas, productores, programadores y gobiernos, que tienen que instrumentar todo tipo de artimañas psicotecnológicas a fin de mantener la atención de los telespectadores.

Sin embargo, "deberíamos confiar más en el caos humano, que a la larga hace lo que quiere aunque después se lamente de los resultados. Ni la CIA ni el Vaticano, ni los guardaespaldas de Ceaucescu, han logrado controlar la historia y menos aún los sueños. Las imágenes funcionan solas. Y allí, en medio de esta multiconexión de imágenes, está el espectador, al que se quiere convencer, controlar, dominar. El problema es que no se puede entrar con seguridad adentro de la cabeza del espectador, porque su red es todavía más compleja y su conexión con los actos un misterio. (...) el éxito como el arte, comienza en una infracción de lo que debería ser. Y esto lo decide el que mira, que tampoco lo sabe antes de mirar. Está frente a su

¹²⁴Alberto Ure, "Un espectador cínicó" Prólogo al libro: *Post/televisión ecología de los medios en la era de internet*. Ed. Paidós-Contextos, México, D.F. 1998.p. 18.

televisor, en un lugar donde puede hacer mucho más lo que quiere que en un lugar público, oculto en su nicho íntimo, aislado, rodeado, pero no se entrega, aquí está la cuestión.”¹²⁵

Hay quienes piensan que zapear equivale a navegar sin mapa ni estrellas en un océano de imágenes, y que para llegar a buen puerto se requiere de una dosis de cinismo, frente a lo que se ve, pues muy pocos se pegan estrictamente a lo proyectado: **Hay incluso quienes se quedan viendo algo que les disgusta tan sólo para confirmar su desacuerdo.** O como los anuncios publicitarios de Warner Channel: “No necesitas “surfear” por los canales para ver la mejor programación”, refiriéndose al “virus” del zapping. Esta es la primera publicidad que habla abiertamente del zapping y que lo utiliza para promoverse, relacionándolo con uno de los deportes que generan más emoción y sentido de aventura en los jóvenes norteamericanos.

Aunque los niños y las amas de casa son quienes ven más la televisión, no son los que más zapean. Es curioso darse cuenta que **parece existir una contradicción entre horas de consumo televisivo y zapeo.**

Por lógica, pensaríamos que quienes más tiempo ven televisión, más se aburren y cambian de canal, sin embargo, se ha descubierto que conforme avanza la edad de las amas de casa, más horas-televisión consumen, (4 horas diarias en México) pero menos zapean **Ellas son al parecer, las televidentes más fieles y reposadas. No buscan emociones nuevas y más fuertes. Sólo quieren reposo y emociones que tengan bajo control, como en el caso de las telenovelas, donde se repite hasta el cansancio la misma historia, pero cambian los personajes, actores y escenografías, entrando en el juego de “adivinar” el final de la historia en cuestión, en una especie de “enganche” con el género televisivo.**

De esta manera aunque la televisión se vuelve adictiva, la manera de verla y decodificarla tiene que ver con los anhelos individuales de cada teleespectador y de su situación emocional determinada por su ámbito familiar y social más que televisivo.

“Hoy cuando en Latinoamérica se consumen 500,000 horas anuales de televisión, donde gracias al dólar basura decenas de millones de videograbadores, TV y cámaras han saturado con creces el consumo de las capas medias y altas, el triunfo de la TV. apenas una curiosidad 6 décadas atrás. aunque pasajero es total. (..) superando la previsible conectividad telefónica que sólo alcanza el 93% de los hogares, el 98% de los hogares norteamericanos está TV-conectado. El consumo televisivo norteamericano es de 6 horas diarias. Al cumplir 20 años, el promedio de los estadounidenses ha visto por televisión 800.000 propagandas, unas 800 por semana.”¹²⁶

¹²⁵ Alberto Ure, *op. cit.*, p. 19.

¹²⁶ Alejandro Piscitelli, *op. cit.*, pp. 12-13.

De acuerdo a un estudio realizado por el Instituto Francés Mediametrie, en 64 países a una audiencia de 1,200 millones de televidentes, dado a conocer en mayo del 2001¹²⁷:

Estados Unidos dedica en promedio, 266 minutos por persona a ver televisión diariamente. Esto lo coloca como el país que más horas de televisión ve en el mundo. Esto es, 4 horas con 26 minutos.

México, ocupa el segundo lugar, con 263 minutos diarios, que equivalen a 4 horas con 23 minutos. Casi igual que Estados Unidos.

La población japonesa ve en promedio, 240 minutos de televisión, equivalentes a 4 horas diarias.

Italia, 230 minutos; o sea, 3 horas con 50 minutos. Brasil, 229 minutos; equivalentes a 3 horas con 49 minutos. Argentina, 220 minutos; esto es, 2 horas con 40 minutos diarios. La población de Puerto Rico, ve diariamente, 206 minutos de televisión; que se traducen en 3 horas con 26 minutos. Perú, 199 minutos; lo que es lo mismo a 3 horas con 19 minutos.

Israel, ve en promedio, 178 minutos diarios de televisión; equivalentes a 2 horas con 58 minutos. Suecia, 150, minutos; que corresponden a 2 horas y media y Europa del Este, 203 minutos; que equivalen a 3 horas con 23 minutos.

El promedio mundial de 208 minutos diarios; es equivalente a 3 horas con 23 minutos.

El mismo estudio señala que con relación a 1995, el consumo de televisión en 35 de los países encuestados, entre ellos México, aumentó 20 minutos diarios.

El canal 2 de Televisa, registró una de las audiencias más grandes en el mundo, junto a TV Globo de Brasil, TV Markisa de Eslovaquia; TVBJ, de Hong Kong; Channel 8 de Singapur y Romania 1 de Rumania. 2/3 de los programas más vistos durante el año 2000, fueron producciones locales y los programas de ficción, (series, películas, telenovelas, etcétera) representaron el 44 por ciento de las emisiones. La Eurocopa de Naciones de fútbol, fue la emisión más vista durante el 2000 en Bélgica, Francia, Italia, Noruega, Holanda, Portugal y Rumania.

Estos datos, apoyan lo dicho anteriormente, de que el género del Entretenimiento es el más popular y visto en todo el mundo, por el televidente actual.

Por otro lado, la teleadicción es fortalecida con la comodidad que da el control remoto, así como por la capacidad de acumular y archivar imágenes en la videocasetera. lo que fortalece el consumismo de imágenes y emociones, pues además de la posibilidad de ver 2 o más canales al mismo tiempo, se puede

¹²⁷ <http://www.mediametrie.com>. Consultado el 16 de junio del 2001.

zappear para hojear visualmente la banda completa, y cuando se está ausente del hogar, programar la videocasetera y grabar lo que se transmite en ausencia del telespectador adicto.

"La clase de hipnosis que la televisión ejerce sobre lo que se ha dado en llamar "mayoría silenciosa" es un equilibrio entre su vida vegetativo-social y sus apetencias externas. La televisión se hace a medida de esta mayoría - sociedad de consumo- y a su vez es ésta la que conforma, mediante la incorporación de sus colaboradores y técnicos, toda la actividad televisual."¹²⁸

En el caso concreto de los jóvenes televidentes que son los más propensos al zappeo, "a través de la televisión el adolescente y el muchacho ya formado, irán confeccionando inconscientemente aquellos clisés que luego han de constituir, en su vida de hombre, verdaderas vendas que le impidan llegar a la verdad cruda y desnuda de las cosas que le rodean. Su cerebro cegado por la visión de lo artificioso, quedará inútil para razonar, para adherirse a la dialéctica pura de la realidad (...) la televisión ofrece interesantes esquemas de triunfo fácil en todos los órdenes de la vida, desde la conquista de la mujer al matrimonio con el resto de la especie. Cultiva fervorosamente una serie de incitaciones individualistas, que, en el período de la juventud cuando el elemento social no se ve inmediato, constituye el horizonte visible de su acción" Para la televisión todo es cuestión de cantidad y no de calidad "¹²⁹

Si tal afirmación era viable para inicios de los 70, hoy, las nuevas generaciones viven una situación totalmente diferente, pues como se trata de jóvenes letrados en imágenes que hablan, observan lo más irreal posible, como parte del caleidoscopio visual y sonoro que muchas veces sólo forma parte del silencio o el diálogo interior, sin mayores consecuencias.

El problema fundamental del *zapping*, es que da la posibilidad de viajar vertiginosamente por todo el mundo televisivo, en menos de 80 segundos, pues la velocidad en momentos de evasión total (*grazing*) es de 3 a 4 canales por segundo, lo que da una posibilidad de 240 a 320 canales en un minuto y 10 segundos. El récord soñado por Julio Verne de recorrer al mundo en 80 días es rebasado por una realidad tecnológica que ni el más aventurado futurólogo preveía. Aunque en general, el promedio de velocidad del zappeo es de 2 canales por segundo.

A esta velocidad, se cae rotundamente en lo que el doctor Giuseppe Amara, señala como horas vacías, tristes horas vacías, que no permiten más que la acumulación vertiginosa de sensaciones producidas por imágenes arremolinadas, que en el momento de realizar el *zapping* es imposible reflexionar o asociar, pero que se archivan y abren canales cerrados hasta entonces, del pensamiento humano y

¹²⁸ José M. Rodríguez Méndez, *Los teleadictos* Ed.Laia, Barcelona, España. 1973. p. 65.

¹²⁹ *Idem*, pp. 81-83

que llevan a las nuevas generaciones al desarrollo de la inteligencia emocional; activándose así los dos hemisferios del cerebro humano y que sin duda alguna, nos darán mucho material de análisis en el futuro, pues radicalmente ha cambiado la forma de pensar, reflexionar, asociar y sentir de las generaciones neo y posttelevisivas, con respecto a las paleotelevisivas.

Zappear tiene la intención de buscar algo novedoso que estimule y dado que conceptualmente no se enganchan, los jóvenes en general se quedan:

"En la significación de las imágenes. Muchos jóvenes zappean buscando escenas eróticas, como si fueran las únicas que los mantienen inactivos, están cansados, no quieren pensar, se refugian en eso, obviamente se empobrece el interés intelectual de la persona, yo no estoy en contra de las escenas eróticas, sería hipócrita, pero no hay que ver solo esas, de vez en cuando cuando pienso, cuando veo algo que me toca el alma, cuando me enseña como ser, si soy arrogante, si soy envidioso, quién soy?, entonces puede ocurrir eso en el zappeo, que se vacían las horas buscando una imagen que me estimule porque estoy muy deprimido y ya no quiero hacer nada, ni ver nada, tedio, aburrimiento con la vida, eso es muy lamentable. el joven piensa que es poco humano, poco grato, es decir, es muy cómodo y grato para el flojo, pero no para el que lo puede usar a distancia, el zappeo habla de la falta de educación para ver televisión, dónde están los papás? Cuando alguien zappea tanto no digo que se le deba reprochar pero sí una llamada de atención para saber qué busca?. (...) debemos educarnos para que tengamos tolerancia de reconocer en un programa algo de valor, escoger los programas que me lleguen al corazón".¹³⁰

En síntesis, podemos decir que el zappeo, es la respuesta conductual de una multifragmentación y que el televidente mientras más zappea, trata fundamentalmente de resolver tres cosas:

- A).- Evadirse y relajarse mirando sin ver.
- B).- Acompañar su soledad y frustración diaria, sin comprometerse fielmente ante ninguna producción televisiva, quizá como sucede en sus relaciones interpersonales, ya sean familiares, sociales o profesionales.
- C).- Como una barrera comunicacional que ofrece la tecnología, para evitar cercanía con quienes les rodean y por tanto, compromiso e interacción.

¹³⁰ Dr. Giuseppe Amara, entrevista personal.

Al formar parte de nuestra vida cotidiana, el *zapping* se vuelve parte de los rituales individuales y a veces colectivos de la sociedad urbana contemporánea.

Baste recordar "lo que Levy-Strauss considera los dos componentes fundamentales del ritual: la Fragmentación, porque la acción está disgregada en una multiplicidad de secuencias, aunque es posible hablar de ciertas variaciones, dependiendo de la práctica ritual de que se trate. Repetición, porque obedece a un esquema invariable y a secuencias que son como figuras impuestas a pesar de que sabemos en detalle lo que va a suceder, nos entusiasmos como si lo presenciáramos por primera vez".¹³¹

Virus, manía, adicción o lo que sea, la realidad es que en la actualidad existen miles de marcas de televisores y videocaseteras, que tienen las funciones de menú, volumen, control de color, brill, cambio de canal y un sinnfín de acciones únicamente en el control remoto, pues el aparato en sí carece de botones de control. La tendencia actual va en ese camino. Esto significa que el poder el control remoto aumentará con cada golpe de dedo.

1.3. ARMANDO ROMPECABEZAS: FRAGMENTACIÓN Y VIDA COTIDIANA.

*"Hoy, el occidente está imbuido en las emociones del post-alfabeto"*¹³²
 O como diría Tim Taylor: "Son cosas que se dicen en la intimidad de una ferretería, no en un lugar público como el hogar"¹³³

Las telecomunicaciones, favorecieron también este proceso, ya que era más sencillo hablar por teléfono, sobre todo con la introducción de los inalámbricos, mientras seguían realizando sus quehaceres domésticos o laborales, que llegar a una cita a fin de intercambiar ideas. Es así como la televisión como parte importante de las telecomunicaciones, acerca a personas distantes, pero aleja a las cercanas. Aficiona al deporte espectáculo, más que al físico.

Como se explicó anteriormente, la vida cotidiana también fragmenta, al tener que realizar un sinnúmero de actividades a la vez, impidiéndose la concentración total en una sola acción.

A pesar de que se están haciendo muchas cosas al mismo tiempo, cuando alguien pregunta ¿qué hiciste ayer?, seguramente contestará: NADA. Porque todas las

¹³¹ Claudia Benassini Félix. *op.cit.*, p. 131.

¹³² Marshal y Erick Mc Luhan, *Leves de los medios, la nueva ciencia*. Consejo Nacional Para la Cultura y las Artes y Editorial Patria, S.A. de C.V. Mex. D.F. 1990. p. 17.

¹³³ Televisa. Programa televisivo *Tiempo de Herramientas* transmitido en el canal 4 el 5 de oct. de 1999 18:30 Horas

actividades que el ser humano hace de manera rutinaria, se convierten en NADA. Esto es básicamente, porque ya no contienen ninguna EMOCIÓN. Porque ya no se produce adrenalina que es un elemento fundamental para el registro de emociones, sensaciones y de la memoria.

La lista sería interminable, pues con esta lógica de vida fragmentada, cada día se va construyendo como un rompecabezas. Cada "pendiente" que se logra resolver es un verdadero triunfo contra la fragmentación impuesta por la dinámica de la vida subdesarrollada capitalista. Si bien es cierto que este proceso también se da en los países desarrollados, es mucho más significativo en los países subdesarrollados, sobre todo en las grandes ciudades como el Distrito Federal.

Baste decir que en el primer mundo, desde hace más de 20 años, cualquier servicio se paga con cheque y por correo, al igual que las cuentas crediticias en tiendas departamentales, factible por el predominio de las clases medias. En Francia con el miditel, hace más de 15 años que los franceses pueden reservar boletos para cualquier espectáculo con sólo pedirlo a través de su pequeño ordenador.

El servicio postal es rápido y confiable y las reparaciones a domicilio están controladas por compañías que responden con garantías avaladas por un sistema jurídico que le da un real valor al ciudadano común.

Al Tercer Mundo se le insertó en la vorágine consumista sin las responsabilidades y obligaciones legales que exige el Primer Mundo a los productores y a los prestadores de servicios, como parte de una actitud verticalista que desdeña la horizontalización del poder y la ciudadanización del sistema.

Existen también factores culturales como la puntualidad y "certeza" de que el autobús pasará a la hora indicada en la parada programada. Que el operador o técnico que quedó en ir a reparar el televisor, lo hará con exactitud el día y hora señalados. Esto es, **la cultura del respeto al tiempo ajeno**. Todo ello, no es que sea un paraíso, ahí también existe fragmentación; pero cuando menos, **los bordes del rompecabezas están más delimitados y eso ya es ganancia.**

En un país como México, predomina la ley del caos, haciendo de la fragmentación parte de la anarquía generalizada. Y aunque la teoría del caos es muy utilizada para el análisis de ciertos fenómenos socio-económicos y científicos, **el caos en el que vive, sobre todo el capitalino, se convierte en un elemento fragmentador hiper estresante.**

No en vano la cultura popular señala que para sobrevivir se requiere la amistad y confiabilidad de un abogado, un médico y un técnico. Esto, porque a pesar de los esfuerzos de la Procuraduría del Consumidor, la realidad es que el rubro de servicios no embona con la tecnología que utilizan las clases medias y altas, generando frustración y ansiedad en los consumidores de insumos y servicios, que en su gran mayoría son también televidentes.

Por su parte, los jóvenes hacen ejercicio escuchando su *walk man*, hablan por teléfono y ven la televisión o escuchan música, mientras se bañan, platican a pedazos con los amigos, se lavan los dientes, bailan, manejan el auto y hablan por el celular, o se visten al tiempo que toman un magro desayuno, o chatean mientras hacen la tarea y ven la televisión.

Por otro lado, el espacio habitacional ha sufrido transformaciones significativas. Así lo demuestra la arquitectura moderna. Démosle la palabra a la Arquitecta Sarah Toppelson:

"Nosotros caminamos por una ciudad histórica como París, tiene una unidad, en altura, en tipo de materiales, hay unidad en ese París, pero si nos salimos del París intramuros y nos vamos a la *Defense*, el mensaje ya no es lineal ni homogéneo, es totalmente heterogéneo, construido a base de fragmentos. Cada edificio es autónomo, casi no se habla con el de al lado, son esas imágenes como de golpe y que nos da la ciudad contemporánea (...) ahora, si quieres ver una ciudad donde la fragmentación es la protagonista: Tokio. Es a propósito, si este edificio es rectangular, blanco de 28 pisos, el de junto es ovalado, negro y de 34 pisos, y el de junto es cuadrado, verde de 7 pisos y el que sigue es redondo, con ventanas redondas, hay una voluntad ahí sí, de una individualidad que se manifiesta a través del contraste que genera una mayor fragmentación, lo cual es estresante, en Japón esos estímulos son uno tras otro, tras otro, y muchos, muy estresantes que no son convenientes para una vida tranquila, es un extremo digamos excesivo"¹³⁴

—¿Cuál sería la razón de los arquitectos japoneses al hacer estos contrastes tan grandes, existe alguna intencionalidad?

"Yo pienso que la arquitectura a través de los siglos responde a la cultura, aunque no se vea a simple vista. ¿Qué pasa en Japón?, que el japonés vive en cuartos muy chiquitos, es muy trabajador, disciplinado, metódico, trabaja, hace ejercicio, estudia, pero todos los seres humanos, todos, necesitamos un cierto límite de individualidad, en dónde lo expresa el japonés? pues en parte en esta arquitectura, es una manera de expresión de esta individualidad, ya sea de la empresa o de la gente que vive ahí, o de la individualidad del arquitecto"¹³⁵

En otro extremo se encuentra la ciudad de Nueva York, en la que acaba de presentarse la exposición "El espacio no privado", respuesta arquitectónica a lo que podría considerarse la antítesis de la fragmentación, pues unifica espacios internos, pero reduce la intimidad, convirtiéndose en una nueva forma de fragmentar, aunque a simple vista no lo parezca. La arquitecta Toppelson, nos dice al respecto que:

¹³⁴ Arquitecta Sarah Toppelson, Presidenta de la Unión Internacional de Arquitectos. México, D.F. Noviembre de 1999. Entrevista personal.

¹³⁵ *Idem.*

"En el siglo 19, se hablaba del espacio privado, entraba uno a la casa y era el templo de la privacidad, pero ha cambiado la conformación de las familias, hay familias heterosexuales, homosexuales, hay familias sin hijos, y hay muchos singles, entonces los departamentos de estas parejas no requieren privacidad, se ve el baño, casi se ve la regadera. El espacio se abrió, se dejó de fragmentar, ya no hay puertas y además hay muchas superficies de vidrio, que en un espacio cerrado no existe, es la búsqueda de una emoción diferente dentro del espacio. (...) Algunos de estos departamentos sirven de lugar de residencia y de trabajo o para invitar a un potencial cliente o amigo. Entonces abres el espacio público al cliente y el privado al amigo es significativo porque el amigo es cotidiano y el cliente es esporádico (...) la arquitectura del siglo 20 ha tratado en general de hacer espacios menos compartimentados, a fin de permitir la fluidez de las actividades de sus habitantes. Por ejemplo la cocina se amplía para que al mismo tiempo sea el estudio de los niños y la mamá pueda cocinar y supervisar al mismo tiempo, la lavandería está al lado y puede echar al mismo tiempo la ropa a lavar, y al mismo tiempo tenga la televisión y al mismo tiempo tenga la computadora, porque actualmente la mamá tiene que cocinar y hacer muchas cosas más."¹³⁶

Paradójico, que mientras se quitan los muros que fragmentan los espacios físicos se generan compartimientos internos y cognoscitivos en un afán de ganarle tiempo al tiempo, haciendo del hombre actual un ser multiactivo, pero distraído y confuso. Al utilizar el tiempo en múltiples acciones, las personas fragmentan su atención y energía. Por ende, la concentración necesaria para cada una de ellas y la pérdida de emoción en aras del estrés.

Esta multiactividad, se une a un mundo multimediático mientras la atención se dispersa con la pérdida paulatina de la privacidad, pues para muchos la casa se ha convertido también en oficina y hotel, en una convivencia *sui-generis*, que obviamente impide el descanso total tan necesario para la reflexión.

Con este panorama, de **autoinvasión interna**, la convivencia familiar y social se traduce en pláticas discontinuas, **respuestas mediatas** y actitudes mesuradas y distantes, en general.

Los momentos de interacción familiar se reducen cada vez más y la parte ritualista es transformada en inmediatez y reducción al máximo de protocolo, pues quita demasiado tiempo. El ritual **deja de ser colectivo o familiar para transformarse en individual con el televisor.**

Cualquier ritual individual, familiar o social, permite que las personas concentren su atención en la elaboración de un proceso que culminará en un momento de convivencia. **Se despierta la parte emotiva y ésta aumenta conforme se acerca el momento ritual**, el cual puede servir de catarsis individual y colectiva, de introspección, de relajación, de esparcimiento, o de convivencia plena, pero lo que sí

¹³⁶ Arq. Sarah Toppelson, entrevista personal.

es seguro, es que se trata de un proceso de preparación para vivir a plenitud un momento determinado, excepto frente al televisor, por tratarse de un acto automático e inmediato.

A manera de ejemplo están los rituales de iniciación de ciertas sociedades, los cortejos amorosos, las celebraciones familiares, sociales o cívico-nacionales e internacionales. Sin embargo, cada vez más, se acentúa la ausencia de este componente que tantas satisfacciones ha dado a las generaciones que nos han precedido, pues la comunión de ciertos momentos, energizan el espíritu y alma humanas. Pues como dice Thomas Moore en su libro "El Cuidado del Alma" :

"Estamos excesivamente ávidos de diversión, poder, intimidad, satisfacción sexual y cosas materiales, y creemos que podremos hallar todo eso si encontramos la relación perfecta, el trabajo adecuado, la iglesia verdadera o la terapia que más nos conviene. Pero sin alma, cualquier cosa que encontremos será insatisfactoria, porque lo que verdaderamente anhelamos en todos esos ámbitos y en cada uno de ellos, es el alma."¹³⁷ O como dice el poeta Wallace Stevens "tal vez la verdad dependa de un paseo alrededor de un lago. " ¿Cuestión de tiempo?."

El punto de equilibrio para evitar la fragmentación en la vida cotidiana, curiosamente puede tener convergencia en la Postelevisión, al concentrar en un sólo punto diferentes actividades, con lo que se fortalece la concentración, quedando demostrado que mientras más lucha el hombre por ganarle tiempo al tiempo, pierde intimidad, y oportunidades de vivir, la parte complementaria del lado productivo, tan necesario para disfrutar una vida plena. La obscuridad, el descanso, la intimidad, las cuales no son fragmento, sino complemento, viven aparte, pero no están divididas y son absolutamente interdependientes y unitarias.

1.4. FRAGMENTACION Y SEXUALIDAD.

"El mundo de la sociedad civil ciertamente fue hecho por los hombres, por consiguiente sus principios deben encontrarse dentro de las modificaciones de nuestro propio espíritu humano."¹³⁸

Al ser la sexualidad humana parte importante de la vida cotidiana, vale señalar que el comportamiento del hombre al respecto también ha sufrido algunos cambios significativos, como es el hecho de una mayor propensión a la masturbación y el placer individual, sobre todo en los jóvenes que asustados por el embate de enfermedades como el Sida, prefieren autocomplacerse, antes de correr riesgos. Y esto, aunque tampoco lo parezca, es también una fragmentación.

¹³⁷ Thomas Moore, *El cuidado del Alma* Ed.Urano, S.A. Barcelona, España, 1993.p.18

¹³⁸ Vico Giambattista, *Scienza Nuova* (C331) 1725.citado por Marshal y Erick Mc Luhan *op cit*, p. 16

Estamos acostumbrados a escuchar que todo lo independiente es integral y unitario. Sin embargo, la unidad sí se puede hablar de ella en este caso, está compuesta de dos partes que embonan física y emocionalmente.

El bombardeo y la liberalización de restricciones a publicaciones pornográficas, videos caseros, profesionales y películas de clasificación X, se han convertido paulatinamente en sustitutos o aderezos de la sexualidad, ya sea en pareja o individual, al grado que muchas personas lo requieren como estímulo para poder tener relaciones sexuales "satisfactorias".

Lo anterior ilustra el problema de la atomización de la atención, dado que los rituales están "pasados de moda", la **inmediatez de las relaciones sexuales se contraponen a la mediatez de las respuestas cognoscitivas**, con lo que se observa una tendencia al predominio de lo **sensible sobre lo cognoscible**, de lo **asociativo, sobre lo reflexivo**, pero que al final de cuentas, se traduce en una **nueva forma de reflexionar y por tanto, de responder a los estímulos emotivos, cualesquiera que sean, pero que no la elimina**.

La excitación sexual o erótica puede ser inmediata, pero la reflexión sobre sus consecuencias hoy como nunca, es parte del diálogo juvenil, ya sea interpersonal, vía telefónica, internet, e mail, o por fax; por tanto, es una actitud reflexiva permanente. Esto, en algunos, ha reforzado el miedo y la inseguridad a la relación interpersonal, pero en otros, ha servido de catalizador para quitar temores a través del establecimiento de diálogos "íntimos" a larga distancia, de gran valía.

Existen otros matices que vale la pena mencionar. Por ejemplo, la preponderancia de la estimulación visual sobre la sensitiva o táctil. Desde siempre, la curiosidad ha llevado al hombre a "asomarse" a aquello que desea conocer. Qué mejor herramienta que la capacidad visual del hombre. Aquello que está cubierto, despierta el deseo de destaparlo. Durante muchos años, siglos, a la mujer se le aconsejaba tapar sus "encantos" a fin de despertar el deseo erótico del hombre. Sin embargo, los jóvenes de hoy, están visualmente educados para ver a mujeres desnudas y semidesnudas en los centros vacacionales, sin el menor riesgo de sufrir un "colapso hormonal".

Esto quiere decir que **la preponderancia de lo visual en el plano social o del mundo exterior, dejó de ser significativo, pero magnificó su significado en la intimidad**. Si bien es cierto que el placer voyeurista de ver desnuda a la pareja forma parte del juego amoroso, también es cierto que cada día más, los jóvenes le han perdido el recato a la exposición corporal, sabedores además, de poseer dotes que vale la pena "mostrar". No en vano, desde mediados de los 80 la proliferación de gimnasios y el establecimiento paulatino de la cultura del cuidado físico, se ha ido consolidando convirtiéndose en una norma social. Lo que se decía de que el hombre es visual y la mujer auditiva, porque el hombre quiere ver el objeto del deseo, y la

mujer oír lo que desea, se ha ido homogenizando dándosele preponderancia a lo visual.

La vida sedentaria del confort capitalista, encuentra en la cultura del Gym, una forma de compensar la falta de actividad física de los paleo y neotelevidentes, que en algunos casos, ha tenido consecuencias graves de salud como anorexias y bulimias, registradas inicialmente en los países desarrollados, donde el proceso de **reflexión asociativa** va más adelantado que en el Tercer Mundo. El estereotipo de la figura cuasi cadavérica de modelos y artistas, se asocia al éxito, la felicidad y el amor.

La psicóloga clínica Lila Villarreal en su libro “¿De qué tenemos hambre realmente?”, menciona que el padecimiento de estas enfermedades, tiene que ver con cierta incapacidad para trabajar el inconsciente, al ser “mejor vomitar que enfrentar el dolor del abandono” y al parecer estar en “línea” garantiza el amor de la pareja. O en su defecto, evita el abandono. **Cuestión de asociaciones cognoscitivas y emocionales.**

Así, en su vida privada prefieren hacer el amor con las luces y la televisión prendidas y los ojos bien abiertos, a apagarlas y en medio de la oscuridad y el silencio, descubrir a través del tacto, la geografía del cuerpo de su pareja, conectarse emocionalmente y soñar juntos, descubriendo y escuchando lo que cada poro del otro transmite.

Pues como dicen Marshal y Eric McLuhan, “Cuando tocamos algo, entramos en contacto y creamos una interacción con él”.¹³⁹

O como dijo Jacques Lusseyran, sobre la tactilidad en la ceguera.

“Tocar tomates en la huerta, y realmente tocarlos, tocar las paredes de la casa, los materiales de la cortina o un terrón de tierra, es sin duda, verlos tan plenamente como pueden verlo los ojos. Pero más que verlos, es sintonizar con ellos y permitir que la corriente que llevan se conecte con la nuestra propia, como electricidad. Dicho de otro modo, esto significa un fin de vivir enfrente de las cosas, y un principio de vivir con ellas.”¹⁴⁰

¿Será que el ciego puede conectarse a través del llamado tercer ojo del que hablan las culturas orientales?. ¿Será necesario utilizarlo para vivir a plenitud, sin fragmentaciones?

La duda queda, pero la ciencia cada vez se acerca más a estos preceptos, sobre todo la corriente de la física cuántica. Lo cierto es que el universo está formado por luz y oscuridad, por movimiento y estática, por positivo y negativo, por día y noche, y la cultura occidental nos ha llevado paulatinamente, a la ruptura de todos estos umbrales, uno de ellos, el de la preponderancia de la luz y lo visual con el precepto de lo correcto y bueno, mientras lo oscuro y no visible, o intangible, es considerado

¹³⁹ Marshal y Eric McLuhan, *op cit.* p. 19.

¹⁴⁰ *Idem*, p 19.

malo y negativo. La falta de complementariedad también es un elemento de fragmentación.

De ahí que en lugar de integrarnos con las leyes universales y vivir con ellas, estamos frente a ellas perdiendo la oportunidad de existir plena, e integralmente, permitiendo que la fragmentación deteriore nuestra calidad de vida.

Pues como dice Proteo en la Odisea. "Cuando los sentidos danzan todos ellos, la transformación es el modo de experiencia del sentido común; cuando la visión reina sobre los demás, el universo se vuelve estático."

Así las cosas, la televisión tendrá que aprender a explorar en "el lado oscuro del corazón" del televidente, a fin de encontrar la llave que permita la entrada a la abstracción.

En términos coloquiales, le damos la palabra a Lissa, la gemela de Jessica en el programa *Sweet Valley*, que se transmitió el 9 de noviembre de 1999, por el canal 4, cuando estaba con su novio, peleando por la falta de intimidad:

--"En otra época lo romántico era tomarse de las manos. Ahora es... tomar el control remoto!.. Ya sé como sería una velada perfecta para los dos.

--¿Cómo? pregunta el novio --¡En un apagón!!! Contesta.

1.5. FRAGMENTACIÓN Y REFLEXIÓN.

"La mayor superioridad es tener sabiduría, y sabiduría es decir la verdad y actuar de acuerdo con la naturaleza (es decir con la voluntad del logos), escuchándola (es decir, en comprensión intuitiva)".

(F.M. Cleve, The Giants of Pre-Sophistic Greek Philosophy, 1:107)

Los neotelevidentes, al formar parte del ritual televisivo diario, van cambiando paulatinamente su forma de "enfazar" las imágenes y sonidos transmitidos en la televisión, haciendo sus propias historias con fragmentos de lo que ven entre un cambio de canal y otro y como cada vez que lo hacen es diferente, el caleidoscopio es infinito.

A pesar de la fragmentación televisiva a la que muchos autores responsabilizan de la pérdida de capacidad reflexiva, ver televisión y pensar no es tan incompatible, pues:

"El cerebro es muy rápido y está pensando y analizando. ¿Por qué en la noche (...) existen 4 fases de 20 minutos de sueño, que comprenden 100

minutos de sueño profundo cada noche?. ¿Por qué el cerebro de noche no descansa?. Porque el cerebro no puede descansar. El cerebro tiene que estar siempre activo para dar vida. Con el sueño se activa automáticamente, por eso soñamos. Todos soñamos, hasta los animales de sangre caliente (...) porque el enemigo del cerebro es la pasividad, o la falta de contenido real, si yo no tengo ningún contenido que me conmueva, que me apasione, que me motive, que me estimule durante días enteros estoy caminando hacia el vacío y de ahí vendrá una depresión, un menoscabo de mis funciones cerebrales, y más tarde, el Alzheimer¹⁴¹.

Pero estas horas vacías no son producidas por la televisión, sino por la **falta de motivación interna del teleespectador en cuestión**. En última instancia, la televisión servirá de catalizador para generar aunque sea diversas emociones, que harán que el teleespectador mitigue su depresión. Una persona que en su vida personal y profesional está bien, al prender el televisor y no encontrar nada que le agrade, lo más seguro es que la apagará y se pondrá a hacer cualquiera otra actividad. Difícilmente se quedará zapeando o grazzineando. Quien se queda frente al televisor pasivamente, es por **problemas individuales, sociales, familiares, pero no teleproducidos**, si acaso, es un vehículo que refuerza su actitud, **encontrando en la falta de programación adecuada a sus necesidades, un mecanismo reforzador de su evasión**.

La televisión es un espejo de la sociedad, y quizá lo que debemos cuestionar es la forma en la que las relaciones interpersonales se han deshumanizado. La imposición de valores de un sistema dominado por intereses económicos que olvida los preceptos humanistas es también reflejado por la televisión comercial que en el caso de México es la predominante y donde el 80 por ciento de los hogares cuenta con un televisor, con lo que podemos calcular el impacto y efecto de su programación.

Volviendo al discurso sobre la **preponderancia “fatal” de los sentidos sobre el carácter reflexivo de la humanidad impuesto por la neotelevisión**, baste decir, que lo mismo sucedió con la escritura cuando sustituyó las pinturas rupestres y los códices, predominantemente visuales, por la codificación de símbolos gráficos. Sin embargo, el acto de leer, también nos permea a través de los impulsos sensoriales.

“¿No será nuestra auténtica herencia prehispánica, con su sobredeterminación oral y su culto iconográfico el verdadero *humus* para el sincretismo y una potencial fuente de incompatibilidad con la tradición lineal, racional europea?”¹⁴²

Conviene señalar que de acuerdo a investigaciones realizadas por Joaquín Galarza, doctor en Etnología y Letras por la Escuela de Altos Estudios y Ciencias Sociales de París, Francia, quien lleva más de 30 años dedicado al estudio de los Códices,

¹⁴¹ Dr. Giuseppe Amara Pace, entrevista personal.

¹⁴² Alejandro Piscitelli, *op. cit.*, p. 28

asegura que “No son meras representaciones pictóricas, sino que constituyen un sistema original de escritura que obedece a sus propias leyes.” Y descubrió que:

“La escritura azteca convencional es el empleo continuo, en varios niveles de imágenes relacionadas entre sí:” (...) “este gran conocedor enseña a leer códices “levantándolos”, es decir, llevándolos a tercera dimensión, pues descubrió que la escritura azteca convencional: ... es el empleo continuo, en varios niveles, de la imagen y que las palabras, frases y párrafos son un conjunto de imágenes aztecas tradicionales, son el texto mismo, ya que no existe en la concepción indígena una separación del texto y la ilustración como en Europa. En esas imágenes,, todos los parámetros y las cualidades del dibujo entran en juego: formas, colores, asociaciones gráficas y distribución del espacio;”¹⁴³

Al parecer, el ojo indígena estaba entrenado para “descifrar” en tercera dimensión lo que a primera vista parecía plano y sin profundidad, gracias al simbolismo dado a cada elemento de los códices, a pesar de la ausencia de símbolos fonéticos. En este caso, la imagen hablaba gracias a su significado y a más de 500 años de la llegada de los españoles, apenas empezamos a descubrir la capacidad prehispánica para quitarle lo estático a lo visual, a través del simbolismo. Y todo, sin decir una sola palabra.

Volviendo al tema central, en el formato de la no-linealidad de las historias, en el cine sobresale Quentin Tarantino, quien le da un sello en cuanto a la velocidad de sus ediciones y escenas similar al producido por la neotelevisión. Finalmente, se trata de un joven que nació y creció, durante la evolución neotelevisiva. Así a través de la velocidad, trata de dar un significado simbólico a la imagen.

Con todas las críticas que podamos hacerle a la neotelevisión, es indudable que **inició el camino hacia la interactividad** y que a pesar de producir fragmentación, incluso, mareo para quienes no están acostumbrados a la velocidad de sus imágenes, generó la posibilidad de que cada televidente construyera su propia historia. O mejor dicho, **interpretara** la misma historia, la cual necesitaba de una **serie de asociaciones**, que en conjunto conforman **una nueva manera de reflexionar, esto es emocionalmente reflexivo**.

En el nuevo contexto, el mensaje tiene que estar fragmentado a fin de que cada persona pueda interpretarlo de diferente manera. Lo que le da un **sentido lúdico propio de la interactividad, que es uno de los mejores caminos para la reflexión**.

En conclusión: “la televisión -paradigma de lo impensado e impensable según los críticos letrados- no es algo que se contempla. Se trata, por el contrario, de una **máquina de contactar** que está simplemente encendida todo el tiempo.” (...)“No hay ninguna afinidad entre ver televisión y

¹⁴³ María Isabel Álvarez de la Peza. Escucharé sus lágrimas. Norma Ediciones, S.A. de C.V. Mex. D.F. 1999.pp 122-123.

reflexionar sobre una relación causal. TVer es un proceso pasivo, pero increíblemente eficiente, de archivar y asociar información para ser utilizada en el futuro. Manejar un auto en la ruta o jugar al fútbol son analogías más apropiadas del acto de ver televisión, que deducir teoremas o reconstruir argumentos. Por ello es pienamente contradictorio y propio del proceso de pastiche en donde se conjugan, confundiendo, las distintas épocas y funciones de la televisión." ¹⁴⁴

Pues como dijo Heráclito: "el hombre mismo es parte de su medio y no sólo una figura contenida o despegable"

Dicho de otra manera, "Todas las situaciones comprenden un área de atención (figura) y una mucho más vasta área de inatención (campo). Ambas chocan y juegan entre sí a través de un esbozo o límite común o intervalo que sirve para definir las simultáneamente. El contorno de la una se conforma exactamente con el de la otra. Las figuras surgen del campo y retroceden a él, que es con-figuracional y comprende al mismo tiempo todas las demás figuras disponibles. Por ejemplo, en una conferencia, la atención pasará de las palabras del conferenciante a sus gestos, al zumbido de las luces o los sonidos de la calle, a la sensación de la silla o al recuerdo o a la asociación o al olfato. Cada nueva figura, a su vez, desplaza a las demás, haciéndolas volver al campo. El campo aporta la estructura o el estilo de conciencia "el modo de ver" como decía Flaubert, o los "términos en los cuales" es percibida una figura. El estudio del campo "en sus propios términos" es virtualmente imposible; por definición, en cada momento es ambiental y subliminal. En el orden de las cosas, el campo viene primero y la figura surge después." ¹⁴⁵

1.5.1. LO PRIMERO: LA ATENCIÓN.

¿En qué reside la capacidad "hipnotizadora" de la televisión?. ¿Es tan sólo una cuestión de confort, es una adicción, una evasión, o un placer?. Es todo y nada. Es todo y mezclado. Lo cierto es que el telespectador se "conecta" y desenchufarse le cuesta trabajo. En ocasiones, deja prendida la televisión y la programa para que se apague después de dormirse y se vuelva a prender antes de despertarse.

Hasta ahora, hemos visto algunos de los procesos provocados por la preponderancia de lo visual, pero lo sonoro tiene tanta o más importancia en el estudio de la televisión.

Si consideramos que pasamos de las tradiciones orales a las escritas, el sonido de transmitir las ideas, o de comunicarse, fue sustituido por el silencio y la introspección, salvo en los casos de leer en voz alta, usado hasta nuestros días por la escuela, "esto constituye otra significativa escisión entre la experiencia interna y la externa, dado que --es en el acto de leer y no en el de escribir,

¹⁴⁴ Casetti Francesco y Odin Roger. De la Paleo-a la neo-televisión. Cit. por Alejandro Piscitelli, *op cit.*, p. 35.

¹⁴⁵ Marshal y Eric McLuhan, *op cit.*, p. 18.

donde subsiste el secreto del alfabeto-- de cualquier transcripción que previamente había memorizado los valores apropiados, pudo adquirir un automático y rápido "reconocimiento"--término griego para el acto de leer-- de lo que se estaba diciendo."¹⁴⁶

Similar a lo sucedido con el proceso de la lectura-escritura, telever, es también teleoir. La preponderancia del estímulo auditivo sobre el visual se observa desde siempre, tanto en el cine como en la televisión. Casi siempre empieza primero la música o la palabra antes que la imagen. En general se aconseja dejar un lapso de 2 a 3 segundos, antes de que la imagen haga *fade in*.

Así, "el viejo y acústico "sentido común" del espacio continuo, esférico, multisensorial y multidimensional, hasta bien entrada la época de la letra alfabética: aportó la base de la considerable oposición al nuevo y abstracto espacio visual de los atomistas."¹⁴⁷

Y es que lo limitado y plano de la visión es que sólo podemos ver hacia el frente, la lateralidad es mínima, apenas perceptible y poco definida; el campo visual es mucho más pequeño que el auditivo, también mientras la oralidad y lo auditivo son cálidos, pues despiertan la imaginación y arrullan el alma; lo visual es frío. Es lo que se ve y punto. Nos guste o no.

Lo curioso es que así como la escritura y lectura (visuales), fueron las herederas de las tradiciones orales, la televisión lo es a su vez, de la radio, equivalente tecnológico de la oralidad antigua.

"El espacio visual, creado intensificando y separando ese sentido de su relación con los demás, es un recipiente infinito, lineal y continuo, homogéneo y uniforme. El espacio acústico, siempre penetrado por la tactilidad y otros sentidos, es esférico, discontinuo, heterogéneo, resonante y dinámico. El espacio visual es estructurado como una figura estática, una figura abstracta menos un campo, el espacio acústico es un flujo en el que la figura y el campo se frotan y transforman uno al otro."¹⁴⁸

Lo que significa que la audición nos conecta directamente con la imaginación, por su carácter táctil, mientras que la visión es descriptiva y limitada. **La televisión al conjugar estos dos elementos, mantiene en éxtasis al telespectador básicamente por el contraste y contradicción entre lo imaginativo sonoro y lo descriptivo visual.** En el inconsciente se mantiene la atención ante el aparato, en espera de que llegue el momento en el que la imagen se vuelva onírica o permita entrar en esa dimensión.

En este sentido, la neotelevisión logró hacer viable este proceso, dado que la diferencia entre los primeros *videoclips* que narraban una historia y eran como

¹⁴⁶ *Idem*, p.31.

¹⁴⁷ Marshal y Eric McLuhan, *op cit.*,p. 32.

¹⁴⁸ *Idem*, p. 45.

descripciones visuales del texto de la canción, a mediados de los 80, emerge el formato llamémosle, "cubista" del *videoclip*, donde la imagen y el texto de la canción no tienen vinculación. Cada elemento camina por su lado, permitiéndole al teleespectador, entrar en el onirismo visual y sonoro.

Sin embargo, los teleespectadores debían asimilar paulatinamente este nuevo formato, quizá al igual que en su momento Aristóteles lo hizo con respecto a la lecto-escritura: "trabajaba con un pie en cada mundo, por decirlo así, empleando las nuevas formas de conciencia, pero tratando de retener o de poner al día las ideas de la vieja cultura oral."¹⁴⁹

Y es que a pesar de la preponderancia de lo visual, la televisión hasta mediados de los 80, era el equivalente de las tradiciones orales. La imagen sólo confirmaba lo dicho por el locutor, conductor o actor. Era la "legitimadora" de que lo dicho era cierto. Aunque está más que comprobada la capacidad de manipulación que tiene la imagen y su manejo profesional a través de la edición, pero ese es tema de otro análisis.

En términos generales el sonido es lo que le da movimiento a la imagen, calidez, posibilidad de ensoñación, y sobre todo, es el que permite "atraer y centrar la atención" del teleespectador, o en su defecto, el que arrulla su cansancio, estrés, evasión o pasividad.

Pues como dicen Marshal y Eric Mc Luhan, "Oímos desde todas las direcciones simultáneamente; el espacio acústico tiene la estructura de una esfera en que las cosas crean su propio espacio y se modifican y coaccionan entre sí. Sin la presión visual necesaria para mandar a los otros sentidos a la "clandestinidad", al inconsciente, su interrelación es constante. El modo de cognición en el espacio acústico o multisensorial es la mimesis."¹⁵⁰

El atraso televisivo en cuanto al desarrollo de la imagen se puede apreciar en que el movimiento cubista, surrealista y abstracto, en el campo de la pintura ya se había consolidado décadas atrás, mientras la televisión seguía bajo el precepto realista descriptivo que imitaba a los paisajistas o retratistas de hace siglos, pues tenía una gran necesidad de "convencer" a su teleauditorio de que lo que "decía" y "proyectaba", eran verdad.

Hasta los años 70, la televisión ganó credibilidad en Occidente, pero la Guerra de Vietnam, Tlateloico, París, la caída de las dictaduras latinoamericanas, y el exceso de "silencio" sobre temas centrales de interés mundial, como las pruebas atómicas, entre otras muchas cosas, "despertaron" a los televidentes de su letargo y se inició el período de desconfianza y recelo sobre "todo lo que se ve es verdad". Se volteó entonces la atención al valor de la palabra, a la forma en la que se decían las cosas,

¹⁴⁹ *Idem*, p. 45.

¹⁵⁰ Marshal y Eric McLuhan, *op.cit.*, p. 47

y sobre todo, a lo que se callaba o a lo que se mentía abiertamente. Fue el inicio de la pérdida de credibilidad no sólo hacia el medio, sino también hacia sus principales voceros, salvo honrosas excepciones en el mundo.

En contraste, a partir de los 80 cuando las señales satelitales hacían llegar sus programaciones a los países detrás de la cortina de hierro, sirvieron para generar anhelos de cambio de vida en una población a la que sus libertades humanas se le habían arrebatado. Incidió también, el fuerte movimiento internacional de protección a los derechos humanos y la exigencia social a buscar la verdad a través de asociaciones civiles, organismos no gubernamentales y algunos movimientos independentistas en pleno.

Fue hasta la década de los 80, que la neotelevisión permitió "liberar" la supeditación de lo visual a lo sonoro y le cambió el rol descriptivo por un rol lúdico, caprichoso, incoherente, pero creativo que permite "enganchar" visualmente al televidente. Atraído por el ritmo, la música y la emoción de la velocidad visual, se pierde el carácter "pasivo" de la visión, poniendo en interactividad ambos sentidos. ¿Cómo asegurar entonces, que la reflexión se pierde en aras de la televisión?. A pesar de la fragmentación que provoca, los jóvenes nacidos bajo ese esquema, la han aprendido a dominar y los ha llevado a una nueva forma de pensamiento más asociativo que reflexivo, más digital que analógico, más rápido e inmediato en cuanto a la asimilación, pero más mediato, pausado y digerido en su respuesta.

Este nuevo formato permite activar la imaginación, generándose además una retroalimentación constante, activa, en permanente movimiento, pues como señala Max Planck, el innovador de la teoría cuántica:

"Una nueva verdad científica no triunfa convenciendo a sus adversarios y haciéndoles ver la luz, sino antes bien, porque sus adversarios mueren, y surge una nueva generación ya familiarizada con ella."¹⁵¹

Una paradoja más del asunto: Lo fragmentado, con presentación de rompecabezas, deshilvanado, inconsistente, antireflexivo y puramente sensorial, logró lo que la linealidad ordenada, pausada y supuestamente más reflexiva de la producción televisiva no había logrado: que los jóvenes prestaran atención, en este caso, a un *videoclip*.

Se comprobó que la vista no puede ser abstracta pero la televisión sí, ya que refleja la capacidad creativa de sus hacedores. Al perder su analogía con el sentido de la vista, la televisión permitió "conectar" al televidente con la imaginación y el inconsciente, acaparando lo fundamental del caso: la atención.

¹⁵¹ Marshal y Eric McLuhan, *op cit.*, p. 53.

1.5.2. LO SEGUNDO: LA CONCENTRACIÓN.

“...Es la discontinuidad, la que más que ninguna otra cosa, trae un contenido nuevo, libera potencias ocultas y abre las mas grandes tareas en el ámbito de la vida no menos que en el ámbito de las ciencias”.¹⁵²

“En *The Tao of Physics*, Fritjof Capra, observa las similitudes que hay entre las formas de conciencia implícitas en la física moderna y la filosofía tradicional de las culturas orientales, no-alfabéticas”(…) y dice que:

“La característica más importante de la cosmovisión oriental —casi podríamos decir su esencia— es la conciencia de la unidad y de la mutua interrelación de todas las cosas y hechos, la experiencia de todos los fenómenos del mundo como manifestaciones de una unicidad básica. Todas las cosas son consideradas como partes interdependientes e inseparables de este todo cósmico: como manifestaciones diferentes de la misma realidad última.”¹⁵³

Por su parte en *El concepto de la Angustia*, el filósofo danés, Kierkegaard, descubrió que tanto el espíritu creador como la voluntad humana actúan por medio de **súbitas y discontinuas transiciones o saltos**. Lo que coincide con la teoría de la física cuántica.

Así, a través de este análisis, se plantea que la fragmentación de los mensajes televisivos no impide la reflexión, más bien cambia la forma de hacerla, al “engancharse” los mensajes televisivos en el inconsciente del teleespectador, sobre todo, de los jóvenes de las generaciones posteriores a los años 70 y que por una multiplicidad de factores entre los que inciden la era digital y computacional, han transformado la vieja forma de “almacenar” y “procesar” la información en el cerebro para llegar a lo que llamo “*la reflexión digitalizada*”.

Una respuesta a la asimilación computarizada de estímulos vertiginosos, que son compactados dada la rapidez con la que se hace y que tienen que, con base en asociaciones, conformar la unidad de respuesta; por lo que ésta generalmente es más mediata que inmediata, más racional que emotiva, justo lo contrario de lo sucedido hasta antes del registro de este cambio en el ser humano, o podríamos decir, en la aparición del *Homo Zapping*.

Es tal la velocidad con la que los jóvenes almacenan información de todo tipo, que tardan su tiempo en procesarla, pero logran algo importante que es la capacidad de síntesis, parecida a la capacidad de compactación o compresión de

¹⁵² Harald Höffding, *The problems of Philosophy*. Nueva York, 1905. P.8. Citado por Marshal y Eric McLuhan.

¹⁵³ Marshal y Eric McLuhan, *op.cit.*, pp. 54 y 174.

información en el caso de las computadoras o la digitalización en la transmisión de señales televisivas a través de los satélites.

Y aunque muchas veces, pareciera que el telespectador está distraído, su forma de **concentración también cambió**. No necesita mirar fijamente algo para observarlo, ni concentrarse demasiado para escuchar. Al igual que los aparatos de audio y video de 16 canales y alta definición, los jóvenes neo y postelevisivos tienen una especie de antena parabólica que les permite concentrarse sin necesidad de abandonar el mundo sensorial que les rodea. Desde niños, atendieron varias actividades a la vez y para su adolescencia, eran ya expertos en unificar, el equivalente a “fragmentos” de cada una de las actividades que realizaban y siguen realizando al unísono. Algo semejante al proceso de **scaneo de las computadoras**.

Quizá sea la respuesta a la necesidad inconsciente, ancestral del ser humano por mantener el sentido de unidad y de integridad. Todos esos fragmentos de imágenes, sonidos, informaciones, emociones y sensaciones, que entran por todos lados como bombardeo permanente, los guardan, arman sus “rompecabezas”, asocian pieza con pieza y después transmiten sus opiniones, mientras que las generaciones anteriores, van formando sus opiniones a través de la disertación, el diálogo, hasta que logran decantar lo que sienten realmente, en un afán de que predomine la lógica y la razón sobre la emoción, ese prejuicio, los jóvenes de hoy no lo tienen.

Se trata de un proceso de concentración donde la **percepción es analógica y la respuesta digital**. Recordemos que los jóvenes tienen ampliado su espectro analógico, esto es, perciben lo que para otras generaciones entra al inconsciente directamente, dado que la velocidad no les permite que la visión lo capte

Estos jóvenes están entrenados visual y auditivamente y perciben muchos más estímulos visuales y sonoros que las generaciones anteriores. Obviamente también lo hacen a mayores velocidades, lo que les facilita desechar o aceptar un estímulo determinado con una concentración que no necesita del ensimismamiento.

Pero más que un problema, para los neo y postelevisivos, es un placer “desenredar” lo que las imágenes abstractas sugieren ya que como dijo Edgar Allan Poe :

“Una indefinición sugestiva es preferible a la claridad que exige la tendencia visual”

O lo que es lo mismo, “sugerir” algo es un deleite mayor a nombrarlo. Básicamente porque la imaginación entra auténticamente “en juego”.

Y el proceso de desciframiento, organización, acomodo y formación conceptual se vuelve más lúdico que nunca, bajo este esquema de la nueva forma de pensar,

concentrarse y reflexionar. Porque sin duda la reflexión no está exterminada en aras de la televisión, ni siquiera de la sociedad alienada en su conjunto.

Para reforzar este concepto, algo analizado hace cientos de años, es vigente hoy, bajo la premisa de que los artistas son "las antenas de la especie".

Charles Beaudelaire, en su libro *Las Flores del Mal*, dice que "los sentidos, el intelecto, las emociones, se encuentran en una interrelación candente, como mosaico de autor, lector y poema." Beaudelaire, afirmó lo anterior, cuando analizó la correspondencia entre los sentidos y el valor musical de la poesía.

A lo que el poeta irlandés W.B. Yeats agrega en su libro "Símbolos", escrito en 1937: "Me he pasado la vida limpiando de poesía cada frase escrita por el ojo, y devolviéndolo todo a la sintaxis, que es sólo para el oído, de modo que pueda hacerme comprender instantáneamente, como cuando un actor o un cantante popular se encuentra ante su público. Yo habría deseado que la poesía diera la espalda a esa curiosidad de moda, la psicología."¹⁵⁴

2.- PERCEPCIÓN ANALÓGICA Y RESPUESTA DIGITAL.

Aunque el proceso de producción y transmisión de la señal televisiva se empieza a realizar de manera digital, la recepción en el aparato casero se transfiere al sistema analógico, dado que la percepción visual no podría decodificarlo por tratarse de un proceso de percepción humano.

El cambio significativo con la televisión numérica es su capacidad de empaquetar la información y ya codificada poderla transmitir a velocidades mayores de las no codificadas o analógicas, cuyo origen está en los diagramas matemáticos de Bell

En este tipo de señales el tiempo es muy importante, pues el precio por la transmisión satelital es demasiado costoso. Antes de la digitalización el tiempo de transmisión era el real. Si un *video tape* era de 10 minutos, ese mismo tiempo duraba la transmisión de la señal. Hoy, paquetes programáticos de horas se transmiten en cuestión de minutos.

Lo mismo sucede con las computadoras, que en un documento largo, no van a la primera página, o a la 20, o a la 35, en tiempo real, (analógico, o natural), sino en cuestión de segundos, gracias a la compactación, compresión y codificación de la

¹⁵⁴ Marshal y Eric McLuhan, *op cit.*, p. 61.

información a través de un sistema matemático. El ahorro es de mil veces del tiempo normal.

De esta manera, el pensamiento humano es analógico, pero la toma de decisiones es digital, afirma el Ingeniero Fausto Leal Espinoza, quien afirma que:

“Nuestras decisiones requieren una serie de conocimientos y datos hasta llegar al límite y en la medida que los tengo; acumulo, asocio y reflexiono, cuando tomo la decisión, ésta es instantánea”¹⁵⁵

A pesar de este paso monumental, de ganarle tiempo al tiempo, el pensamiento humano sigue siendo más rápido que cualquier computadora digital. Ejemplo:

“En el sistema social, el analógico vendría siendo el empleado menor, y un ejecutivo sería digital, ya que cada pendiente de él, involucra a muchas personas, y al tomar sus decisiones, está empaquetando todo lo que hizo o dejaron de hacer sus empleados. El ejecutivo no puede decirle a su cliente, espérame es que fulanita no me ha pasado su reporte, tiene que dar respuestas”.¹⁵⁶

En nuestra vida cotidiana, el proceso de acumulación de información es analógico y el momento de ejecutar es digital, requiere una mínima fracción de segundo. Así la toma de decisiones es digital porque necesita el cúmulo de información previa, que el cerebro ha empaquetado y codificado previamente.

Asimismo, las emociones son digitales porque están ligadas a los instintos. Hay un dígito intermedio en las computadoras antes de empaquetarse y salir. Lo mismo sucede con lo instintivo humano. La sed, por ejemplo, se puede controlar, pero llega el momento en el que debe tomarse agua, aunque este proceso (tomar agua) es analógico, la señal cerebral que avisa la necesidad urgente de líquidos en el cuerpo es digital.

En cuanto a la similitud entre las computadoras y el pensamiento humano, el ingeniero Leal afirma:

“El ver hacia atrás, nos conduce a través de los registros de nuestra memoria a la asociación y la computadora trae a pantalla, con un teclazo lo que corresponde al recuerdo humano.”¹⁵⁷

¹⁵⁵ Entrevista personal realizada en México, D.F. en septiembre de 1999, al Ing. Fausto Leal Espinoza. Gerente general de Controles Eléctricos Avanzados, S.A. de C.V. (empresa mexicana para la investigación científica y el desarrollo tecnológico fundada en marzo de 1974). Experto en automatización de sistemas biofísicos robotizados con láser. Controles Eléctricos y automáticos asistidos por computadoras para máquinas y procesos Biológicos e Industriales.

¹⁵⁶ *Idem.*

¹⁵⁷ Ing. Fausto Leal Espinoza, entrevista personal.

También, emulando a las computadoras, los seres humanos tenemos un programa genético que tiene que ver con la capacidad individual y familiar heredada. Esta puede ser activada con la experiencia de vida emocional o racional.

"Imagínense a una persona a la que nada más le pasan los alimentos sin contacto con nadie. Carece de toda su capacidad, está ansiosa, sin conocer nada. Los seres humanos deben aprender y mucho, a través del contacto personal, pues así la capacidad instalada, o memoria y experiencia combinadas, son como los discos duros, donde está la información que da la experiencia. Por ejemplo, si sabes que si te vas por esta avenida hay congestión, no te metes, pero si la persona no sabe eso, se va a meter al embotellamiento."¹⁵⁸

El cúmulo de información es analógico, aunque el almacenamiento de tales datos el cerebro lo realiza digitalmente a una velocidad inimaginable. Aún en el caso de recuerdos fragmentados, están llenos de cosas pequeñas y cada cosita está digitalizada, por ello podemos viajar imaginativamente en el tiempo y el espacio, pues el mismo tiempo nos lleva pensar en la luna que en la playa, o en el vecino.

El cerebro no se tarda más en un recuerdo sucedido en la infancia que en uno de ayer. Si está almacenado, digitalmente lo procesa y lo saca de su archivo correspondiente. De ahí que no podamos recordar sólo la mitad de una persona. O se recuerda o no se recuerda. Quizá podamos recordar sólo la voz o algún gesto, pero ello implica un concepto completo y no fragmentado.

Para concretar, el cerebro a través de la percepción recibe los impulsos emocionales o cognoscitivos analógicamente, pero los almacena y procesa digitalmente.

Es increíble que a pesar de los esfuerzos de la ciencia y la tecnología por miniaturizar los ordenadores, no se puede comparar con el cerebro humano, el cual "pesa un promedio de 1,380 gramos en el hombre y 1,250 en la mujer. Sus casi 100 trillones de interconexiones en serie y en paralelo mil millones de neuronas, cifra aproximada al de las estrellas de nuestra galaxia, proporcionan la base física que permite el funcionamiento cerebral. Y que, gracias a los circuitos formados por las células nerviosas o neuronas, es capaz de procesar la información sensorial procedente del mundo exterior y del propio cuerpo, y emitir las respuestas que mueven nuestros músculos, el aprendizaje, la imaginación y la memoria"¹⁵⁹ "Una computadora con el mismo número de bits cubriría España y Portugal."¹⁶⁰

¹⁵⁸ Ing. Fausto Leal Espinoza. entrevista personal.

¹⁵⁹ Santiago Ramón y Cajal Junquera, "El cerebro la última frontera de la ciencia". Muy Especial No. 22 Editorial Televisa. S.A. de C.V. México. D.F. noviembre de 1999. P. 10.

¹⁶⁰ Enrique M. Coperjas, "El prodigioso mundo del cerebro." Muy Interesante. Año IX No. 9. Editorial Provenemex, S.A. de C.V. México. D.F. julio de 1992 p. 19

Se estima que el número de recuerdos almacenados por una persona a lo largo de su existencia supera los 280.000.000.000.000.000.000 *bits*, a pesar de no existir un órgano de la memoria. Sin embargo, dentro del encéfalo el sistema límbico parece controlar todos nuestros recuerdos, cuya formación comienza antes del nacimiento.

Aunque nadie ha logrado encontrar hasta el momento, el área concreta relacionada con el almacenamiento de la memoria, no es de extrañar "que muchos consideren el mecanismo fisiológico de la memoria un auténtico Santo Grial de la neurobiología de nuestros días."¹⁶¹ No en vano, Hipócrates describió al cerebro como "el intérprete de la conciencia." Sin embargo, como se explicó anteriormente, los ejercicios de asociación, son recomendados para fortalecer la memoria y eso el neotelevidente lo hace todos los días, viendo televisión y zapeando.

Sin embargo, según datos del Dr. Ignacio Madrazo, Director de Especialidades del Centro Médico Nacional Siglo XXI, un millón de mexicanos padece alguna de las 650 enfermedades del sistema nervioso, quien asegura que en Estados Unidos entre 47 y 50 millones de personas han sido afectadas por algún desorden neurológico, lo que se convierte en un drama social que implica un costo económico superior a los 150 millones de dólares anuales.

El padecimiento de muchas de estas enfermedades, incide con el estilo de vida actual y por qué no, con este nuevo estigma social de vivir corriendo, casi volando, bajo la premisa: "el tiempo es oro".

El doctor Amara señala que los medios electrónicos deben humanizarse y preponderar el ritmo analógico propio de nuestra fisiología, a fin de tener oportunidad para poder reflexionar lo que se asimila y para lograrlo, no se puede ir más rápido de la capacidad cerebral donde están también las emociones, que son

"irradicables e inextinguibles, por ser de nuestro patrimonio cerebral".¹⁶²

Aunque la década de los 90 fue designada "del Cerebro", por el gobierno norteamericano, los accidentes cerebro-vasculares ocupan el tercer lugar en causa de muerte en los países industrializados. **La velocidad con la que se vive, generadora de stress, es uno de los factores incidentes en este asunto.**

Los psiquiatras saben que un cambio de conducta significa un cambio en la química cerebral. "Así, la liberación de la hormona cerebral colecistoquina nos produce ansiedad, la hormona hipotalámica CRF provoca stress en el cerebro; el DDAVP hace que memoricemos con mayor facilidad una lista de objetos, el péptido hipotalámico LRH abre el apetito sexual, la serotonina refuerza nuestra personalidad; un

¹⁶¹ Enrique M. Coperias, *op.cit.*, p. 30

¹⁶² Dr. Giuseppe Amara, entrevista personal.

exceso de 5-HIAA puede convertirnos en auténticos psicópatas. Además nuestro cerebro está constantemente fabricando y consumiendo drogas. Estas, algunas muy similares al opio, la heroína, la morfina y otros narcóticos, filtran las señales que llegan del exterior y modulan la realidad que percibimos. Cuando el equilibrio químico se altera, el riesgo de que aparezca una enfermedad mental es mayor.”¹⁶³

Es incuestionable, que la vida urbana ha alterado ese equilibrio y que el refugio es la capacidad selectiva y humana de las acciones cotidianas.

Se dice que tenemos alrededor de 10 mil millones de neuronas con lo que podemos establecer entre 10 mil y 50 mil contactos con las células vecinas y recibir hasta 200 mil mensajes.

“Si comparásemos la máquina pensante con una computadora, la capacidad del cerebro tendría memoria más que suficiente para albergar un alma. Para hacerse una idea aproximada, esta cifra equivaldría a la información contenida en todos los libros escritos, desde las primeras tablillas sumerias hasta el último *best-seller*”¹⁶⁴

Finalmente, la actividad del cerebro consiste en miles de millones de impulsos eléctricos que viajan a través de las neuronas a una velocidad de 5 kilómetros por segundo.

Pero se trata de la capacidad sensorial que es absolutamente digital, quizá por ello, la televisión digital encontrará la forma de interactuar sensitivamente con sus interlocutores, dando paso a un salto evolutivo que podría generar una nueva categoría antropológica a las personas nacidas tras esta vorágine científica y tecnológica en la que incide el HOMO SAPIENS SAPIENS ZAPPING, quien sobrevivirá sanamente, en la medida de su capacidad de adaptación a las nuevas hiperestresantes condiciones de vida. De no ser así, veremos la proliferación de suicidios, depresiones, enfermedades psicológicas y emocionales, así como de patologías de todo tipo como suicidas y homicidas.

Los actuales jóvenes de menos de 30 años, podrían pertenecer a la categoría que dejó atrás al sapiens que leía, escribía, reflexionaba y procesaba cognoscítivamente de manera analógica. Ahora además, decodifican y desarrollan la inteligencia emocional, esto es, el otro lado del cerebro, a una velocidad digitalizada. La importancia fundamental de la tolerancia, la comprensión, el diálogo y el interés y cariño a niños y jóvenes, hoy más que nunca se presenta como uno de los principales retos de la humanidad.

¹⁶³ Enrique M. Coperías, *op.cit.*, p. 24

¹⁶⁴ *Idem*, p. 32

Aunque aquí conviene hacer una observación: “A pesar de esa pomposidad antropocéntrica, estamos a años luz de ver al Homo Sapiens Sapiens, lo que somos desde luego, es Homo Faber, pues estamos en los primeros peldaños de lo que podríamos llamar civilización, ya que vivimos en la edad de piedra aunque electronizada, pues se ha desarrollado la ciencia y la tecnología pero no el humanismo, de otra forma cómo entenderíamos que en este momento existan en el planeta 42 guerras y que hayan existido 2 guerras mundiales por falta de diálogo y cooperación, eso no lo haría un homo sapiens sapiens”¹⁶⁵

Regresemos al tema de la **inteligencia emocional**. No es que antes no existiera o no se usara, lo que pasa es que **ahora se perfecciona su uso**, a través del adiestramiento diario que da la velocidad con la que se vive y la permanencia con la que nos exponemos al mundo sensorial de la televisión y el cine, lo que conduce a los jóvenes a **una nueva forma de pensar más asociativa que reflexiva, más rápida y digitalizada que analógica, más emocional que racional, pero que tiene su mecanismo lógico y reflexivo**. Estos jóvenes, seguramente nos enseñaran a cruzar el umbral de incertidumbres que genera la digitalización de la vida cotidiana.

A fin de cuentas, “la plasticidad del sistema nervioso es la última responsable de la enorme flexibilidad adaptativa de los mamíferos y en mayor grado del hombre. La gran ventaja que ofrece la plasticidad es que el cerebro puede sustituir funciones perdidas con áreas no dedicadas originalmente a esa función”¹⁶⁶

Pues como dice el investigador norteamericano Lyall Watson, “Si el cerebro fuera tan elemental que pudiéramos entenderlo, seríamos tan simples que no podríamos entenderlo.”

Entonces, **¿cómo afirmar que la reflexión se acabará en aras de la postelevisión? ¿Acaso no será que sólo se transformará digitalizándose?** Sobre todo si consideramos que probablemente estemos frente a una nueva categoría antropológica a la que sin duda pertenece el homo zapping.

“El gran neurocientífico Suzuki, de la Universidad de Filadelfia, demostró que las **emociones, pasiones y sentimientos son más importantes que la inteligencia racional, compuesta por la razón y la lógica** ya que nuestra vida se rige más por las emociones, pasiones y sentimientos que por la razón o la lógica, incluso aseguró que **la memoria se decanta a**

¹⁶⁵ Dr. Santiago Genovés, entre vista personal.

¹⁶⁶ Enrique M. Coperias, *op.cit* , p. 28.

través de las emociones. Vivimos a base de emociones, pasiones y sentimientos pero progresamos gracias a la razón, aunque a veces disfrazamos nuestras emociones, sobre todo, los políticos, quienes cubren sus pasiones y emociones con razón y lógica o tratan de hacernos creer que todo lo que hacen es inteligente, pero la realidad no es así. Los grandes creadores no ocultan sus emociones, sentimientos ni pasiones, pues es lo que les permite mantenerse vigentes, la curiosidad infantil es un ejemplo de ello.”¹⁶⁷

El compromiso fundamental de todos, como sociedad internacional es la de valorizar los pro y los contra de esta nueva forma de vida que se impone vertiginosamente y evitar que la fragmentación de la vida cotidiana nos lleve por senderos equivocados. Sobre todo a que nos fragmente como individuos en aras de la indiferencia y la frialdad que impone el esquema de hiperproductividad del sistema capitalista globalizador, dejándonos deslumbrar por el brillo de la tecnología, sin ponderar los aspectos humanistas que sólidamente se establecieron a través de nuestra capacidad reflexiva, del discernimiento, del diálogo y de las emociones involucradas en dichos procesos.

Así, el *homo faber*, se enfrentará al *homo zapping* y lo enseñará a decodificar adecuadamente el vertiginoso mundo de las emociones y sensaciones acumuladas a lo largo de los 60 años de televisión en la historia humana.

Recordemos tan sólo, que ahora el televidente tiene una conexión más anímica que racional, que podemos hablar de alineación emocional, pero no cognoscitiva, pues los neo y postelevidentes son los mayores críticos de la producción televisiva actual, quizá la enajenación de la que tanto se ha hablado, no sea más que una especie de súplica del alma, ante las adversidades de la vida cotidiana actual.

“Cada noche, o en la mayor parte del día, la también llamada “caja idiota” brinda al teleauditorio su dosis de autoestima con cuentos de “Cenicientas de barrio”, después de lo cual podrá tener “dulces sueños” y enfrentar el nuevo día con renovadas ilusiones para finalmente darse de topes con una realidad que le disgusta. Pero no hay problema. Al llegar de nuevo la noche, la televisión le dará una vez más la oportunidad de sentirse “feliz” aunque sea momentáneamente.”¹⁶⁸

¹⁶⁷ Dr. Santiago Genovés, entrevista personal.

¹⁶⁸ Rosario Pinelo. “Televisión Alternativa”, Revista tiempo libre. Ed Unomex, S.A de C.V. 10-16 mayo 2001 XXI-1096. México, D.F p. 46.

Joseph Le Doux, profesor del Centro de Ciencias Neurológicas de la Universidad de Nueva York y miembro de la Sociedad de Neurociencias, autor del libro "El cerebro emocional", dice que para la ciencia:

"Ha sido muy difícil estudiar la emoción. En cambio, los científicos pudieron estudiar la razón, empezando a investigar la memoria, la percepción, la atención y así fue posible hacer grandes progresos en la comprensión de estas cuestiones. Pero el concepto de emoción ha sido algo intangible, porque no hay nada más subjetivo en cuanto a percepción que una emoción"

Agrega: "Creo que la emoción es más fuerte que la razón, porque es fácil para la primera controlar la reflexión, y en cambio es muy difícil que el pensamiento racional controle la emoción. Cuando sentimos ansiedad o depresión, la razón puede decir basta, pero casi nunca consigue eliminarlas".¹⁶⁹

Baste citar un poema del doctor Santiago Genovés, Premio Nacional de Ciencias 1967.

*"Los ojos del corazón ven lo que no ven los ojos,
Todo se torna dolor, cuitas, sinsabor y enojos, cuando priva la
razón.
Que en las cosas del amor,
Lo que importa son los ojos,
Los ojos del corazón"¹⁷⁰*

¹⁶⁹ Gonzalo Casino. "Joseph Le Doux.; La Emoción es más potente que la Razón" . Muy interesante. Año XVII No. 4. Ed. Televisa, S.A. de C.V.. Mex. D.F. febrero 2000. p. 36.

¹⁷⁰ Fragmento del poema "Los ojos del corazón" del Doctor Santiago Genovés.

3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL TELEVIDENTE DEL NUEVO MILENIO.

En un pequeño muestreo realizado con un grupo de estudiantes de Producción Avanzada en Televisión, compuesto por jóvenes entre 20 y 30 años de edad, dedicados a la comunicación, se obtuvieron algunos datos significativos que se describirán lo más sintéticamente posible.

Se escogió a este grupo de 6 mujeres y 6 hombres, por tratarse de personas familiarizadas con la terminología utilizada en este trabajo, lo que facilitaría la respuesta. **Se trata de productores que hablan de sí mismos como telespectadores y como usuarios de las tecnologías de punta en asuntos telecomunicacionales.**

Todos viven y trabajan en la Ciudad de México, pertenecen a la clase media urbana, con familias de mediano tamaño, 1, 2 o 3 hermanos como máximo. Son universitarios y solteros, a excepción de 2 mujeres casadas de las cuales solo una tiene un hijo de 2 años de edad.

Resultó interesante porque nos da una idea de cómo se perciben a sí mismos y **hacia donde puede tender la profesionalización del comunicólogo actual que es a su vez, postelevidente en potencia.**

La experiencia profesional les enseña las demandas del mercado actual en asuntos televisivos y de ahí a la toma de decisiones.

Significativo fue encontrar que **la edad no los hace cambiar, sino la experiencia profesional.** El grupo femenino empezó a trabajar en promedio a los 23 años, mientras los hombres lo hicieron a los 25.

De un cuestionario de 100 preguntas, se seleccionaron las más significativas, ya que lo que interesa destacar es **la importancia del zapping en la vida cotidiana y los cambios de comportamiento o costumbres en los que este fenómeno haya incidido** dentro del grupo, así como el perfil general de ellos como televidentes.

Por obvias razones, de los 12 entrevistados, 9 ven diariamente televisión, mientras 3 lo hacen ocasionalmente.

Estos fueron algunos de los resultados:

Mientras las mujeres prefieren los programas de biografías, entretenimiento y videoclips, los hombres se inclinan por los informativos y las películas. Los videoclips los ven para analizar las propuestas visuales del caso.

El 67 por ciento de las mujeres tienen televisión en su cuarto, contra un 71 por ciento de los hombres. Sin embargo, las mujeres ven más horas de televisión que los hombres, quizá porque están menos tiempo en sus casas.

El 100 por ciento de las mujeres dijo usar el control remoto sobre un 80 por ciento de los hombres; pero, el 71 por ciento de los hombres zappea constantemente, contra un 67 por ciento de las mujeres.

Las mujeres coincidieron en “zappear” cuando el programa no les gustaba o buscando algo atractivo en la programación, mientras los hombres dijeron hacerlo buscando algo novedoso, cuando estaban acostados o no les gustaba el programa. Aunque la mayoría tiene televisión en su cuarto, señalan que existen peleas familiares por el control remoto y que en el caso de las 2 mujeres casadas, el marido lo acapara, pues acostumbran ver 2 o 3 canales al mismo tiempo.

Mientras las mujeres buscan al zappear un programa diferente o nuevas emociones, los hombres dijeron no buscar nada y dejar al azar la búsqueda. Aunque aceptaron “engancharse” por la emoción generada a la hora de zappear. (ejemplo de grazing).

De las mujeres, sólo una acostumbra consultar la cartelera, 3 no y 2 a veces, mientras que de los hombres, 4 dijeron no consultarla nunca y 2 a veces.

Curiosamente, la joven que acostumbra consultar la cartelera, es la de mayor edad del grupo. Al parecer, esta costumbre tiende a desaparecer y dejar al azar los programas que se verán cotidianamente, salvo los que los tienen como teleauditorio cautivo. Al preguntarles si algún familiar o amigo acostumbra consultar la cartelera; de los 12 entrevistados, sólo 3 respondieron afirmativamente: un padre de 76 años, una madre de 46 y una hermana de 25 años.

Al preguntarles si creían que zappeaban más los hombres que las mujeres, 11 contestaron que sí y sólo un joven contestó negativamente.

Las razones:

- ❖ Porque son más desesperados.
- ❖ Porque es más difícil que les guste un programa.
- ❖ Por necesidad de evasión y relajación después de un día de fuerte stress.
- ❖ Porque no son ellos los que compran, por eso no les interesan los comerciales.
- ❖ Porque buscan estar al corriente de lo más novedoso.

A la pregunta de si los jóvenes zappean más que los adultos, los 12 contestaron afirmativamente, señalando que lo hacen porque:

- ❖ No tienen sus gustos definidos.
- ❖ Son desesperados y poco propicios a reflexionar.
- ❖ Porque quieren ver primero lo que hay en todos lados antes de escoger un programa específico.
- ❖ Porque son desesperados e indecisos.

Respecto a si el control remoto es sinónimo de “poder” al interior de sus hogares, 7 dijeron que sí y 5 que no. Los que contestaron afirmativamente coincidieron en que el que tiene el control remoto decide qué y cuánto tiempo se ve la televisión. Incluso, coincidieron en que algunos, cuando no lo tienen, prefieren hacer otra actividad.

Las dos mujeres casadas, nuevamente, fueron las que dijeron tener problemas con los esposos por el “control” del control remoto. Razón por la cual se habían registrado incluso peleas.

Antes de que existiera el control remoto, sólo 2 de los entrevistados dijo que acostumbraba cambiar de canal. Curiosamente, son los más jóvenes del grupo y son hombres.

Aseguraron también que sus padres y abuelos no acostumbran cambiar de canal y sólo 5 de ellos dijo lo hacen pero muy ocasionalmente.

En lo que coincidió la totalidad del grupo, fue en responder afirmativamente en la “comodidad” del control remoto.

A la pregunta: *¿Por qué te gusta usar el control remoto?*, los 6 hombres dijeron:

- ❖ Por comodidad
- ❖ Para evitar la monotonía.

Las mujeres dijeron:

- ❖ Para evitar los comerciales.
- ❖ Por la rapidez
- ❖ Por la comodidad.

Los 12 coincidieron en que si no existiera el control remoto no cambiarían de canal con frecuencia.

4 de los entrevistados aseguraron que antes de la existencia del control remoto veían completos los programas de televisión, mientras que los 8 restantes lo hacían ocasionalmente. Cuando se aburrían o no les gustaba el programa, apagaban la televisión o se iban a hacer otras cosas. El control remoto los ayuda a “engancharse” más tiempo con la programación televisiva.

Los 12 coincidieron en que empezaron a zappear en los cortes comerciales y porque les aburría el programa que veían, lo interesante es que aún cuando les gusta el programa, un hombre y una mujer dijeron hacerlo. El resto lo hace ocasionalmente.

4 hombres y una mujer, casi la mitad del grupo, se declaró *zapping adicto*, “ya que es la única manera de no desesperarse frente al televisor”, aceptando incluso, padecer de hiperactividad. Cabe señalar que la chica que se considera *zapping adicta*, tiene incluso, una hiper-velocidad al hablar. Sus compañeros se burlan de ella, pues dicen que se le “rayó el disco”. En ocasiones es difícil entender lo que dice, porque cambia de plática como de canal televisivo. Esta es quizá una “mutación” generada por el zapping. Sin embargo, cuando analiza y presenta un análisis temático, es innovadora y creativa.

Otro dato curioso es que la mayoría de las mujeres acostumbran trabajar o chatear en su computadora mientras ven la televisión. Los hombres prefieren hablar por teléfono o comer.

4 hombres y 3 mujeres del grupo, aceptaron haber cancelado citas o llegado tarde a ellas, por quedarse a ver el final de algún programa televisivo, lo que confirma en parte, la hipótesis de la falta de compromiso que se genera con el efecto de “la cercana distancia.”

Dentro de una serie de características, 5 de los 6 hombres se autoconsideran: creativos, 4 alegres y 4 curiosos, mientras que todas las mujeres se consideraron curiosas, 4 también se sienten aventureras, reflexivas, asociativas, dinámicas, e inquietas .

Sobre si han tenido relaciones sexuales con la televisión prendida, 4 hombres y 3 mujeres contestaron afirmativamente. A 3 de ellos les da igual y en el caso de los 4 restantes, el asunto ha sido circunstancial.

La chica *zapping adicta*, apuntó no “perder tiempo en apagarla.” Interesante respuesta, si consideramos que basta un apretón de botón para desconectarla.

Por cierto, sólo uno de los chicos dijo no haberlo hecho nunca porque “se desconcentraba” y una chica “porque le molestaba”.

A la pregunta de que si era una falta de respeto, o los cohibía, todos contestaron negativamente. Por lo que se infiere que:

- ❖ 1).- Son muy concentrados y nada los distrae.
- ❖ 2).- Son relaciones pasajeras con intimidad *light*,
- ❖ 3).-La televisión es parte de la intimidad actual de los jóvenes neotelevidentes.

Con respecto a los *video-clips*, todos coincidieron en el valor de la producción, la diversidad de acciones y contenidos, la velocidad, el ritmo, la fuerza, la estética y el trabajo audiovisual tan avanzado. En síntesis, la admiración por lo postmoderno, la velocidad y la tecnología.

La velocidad y fragmentación a todos les gustó excepto un chico que dijo lo agobiaba. Al resto le parece un elemento estimulante y divertido.

A la pregunta de si la televisión los distrae al hacer otra actividad:

- ❖ 6 dijeron que no. (4 mujeres y 2 hombres).
- ❖ 6 dijeron que a veces. (2 mujeres y 4 hombres)
- ❖ Un joven aceptó el carácter distractor de la televisión.

Mientras a las 6 mujeres lo que más les atrae de un programa es lo artístico y los diálogos, a los hombres es la edición y el ritmo; mientras que los encuadres y lo novedoso atrae por igual a ambos.

La fragmentación de los contenidos a la mitad del grupo le agrada, mientras sólo a 2 chicas les molesta.

El formato surrealista a 9 de ellos los “engancha” a construir sus propias historias e interpretaciones.

10 de los integrantes del grupo se consideran televidentes críticos y 2 propositivos. Lo que demuestra que crear es más difícil que criticar. Siendo el reto actual de estos televidentes-productores y/o realizadores de televisión, el de proponer innovaciones creativas. Demostrándose que los talentos creativos son los más difíciles de encontrar, de ahí que la televisión se tarde tanto en dar pasos cualitativos en su programación mundial.

A 5 de los entrevistados les llegaron a castigar de niños con no ver televisión, lo que generaba coraje en 2 de ellos. A un tercero, lo hacía sentir en desventaja con sus amigos de la escuela, por no poder participar en las pláticas cuando sus compañeros hablaban del programa de moda, mientras él no tenía idea del asunto. A los 2 restantes les daba igual el castigo, ya que se ponían a hacer otras actividades. Además, el castigo era ocasional.

En este sentido, el carácter nostálgico de la televisión es reflejado en este grupo, al asegurar 9 de ellos que las repeticiones de programas viejos, les hacían recordar su infancia les gustaba. 6 de ellos aseguran divertirse al ver lo “ridículo” de las producciones de otros tiempos. Pero que a la vez, son más cálidos, por su dosis de “ingenuidad”.

Todos coincidieron en que la hora en la que más ven televisión es por las noches y aseguraron haber memorizado diálogos y escenas, música y efectos de programas que les han gustado mucho, o que en su defecto, les han disgustado severamente.

10 de los entrevistados recuerdan incluso, imágenes, sensaciones, sonidos y emociones generados por la televisión durante la infancia, las 2 que contestaron negativamente fueron las 2 mujeres casadas.

Hasta aquí, el perfil tiene que ver con lo que este grupo de televidentes-productores acostumbra hacer frente al televisor, pero en términos generales, podemos señalar algunos rubros que han sido eliminados por el neotelevidente y que seguramente el postelevidente ni siquiera conocerá.

De los resultados obtenidos por este pequeño sondeo, se sugieren líneas de investigación profunda y científica que nos pudieran llevar con certeza a afirmaciones determinantes, sin embargo, ello requeriría de una investigación empírica de gran alcance, difícil de cubrir en este caso. Sin embargo, con estos modestos resultados se pueden inferir de manera venturosa los siguientes puntos:

- ❖ El neotelevidente que será el iniciador y usuario de la postelevisión procura decidir sólo antes que consultar con otros. Para él, el carácter gregario, de las discusiones y decisiones colectivas va en retirada.
- ❖ Como prioridad, busca “calor humano” (emotivo) y admira la inteligencia, la audacia, la alegría y la disciplina. Contrario a lo que se cree, es un lector gustoso y frecuente, que además de consultar el internet, frecuenta revistas y periódicos.
- ❖ El neotelevidente es desconfiado. Confirma la información en varios medios, para a través del consenso, llegar a una opinión propia sobre algún tema específico.
- ❖ El postelevidente estará multiconectado a través de señales satelitales y dará prioridad a la compra de tecnología de punta sobre otras necesidades.

- ❖ Estará intercomunicado a través de la computadora y se convertirá en ciudadano del mundo, al establecer relaciones con personas de todos lados con una gran facilidad, dejando atrás el discurso nacionalista, lanzándose a la lucha de los asuntos mundiales: Derechos Humanos, Ecología, Equidad, Justicia, protección a los animales, con participaciones vía internet.
- ❖ Dejará de crear lazos fuertes e íntimos con compañeros de trabajo, vecinos, o conocidos esporádicos y formará parte de "comunidades virtuales" con personas que no están cerca físicamente, que no pertenecen a su barrio, pero con las que comparten intereses comunes.
- ❖ Estas comunidades virtuales, generan redes de afinidades que conducirán a la privatización de la sociabilidad. Al establecimiento de lazos afectivos con personas que ni trabajan ni viven en el mismo lugar, pero que comparten intereses y afinidades; la "cercana distancia" que la "lejana cercanía" no permite ver ni escuchar ni imaginar
- ❖ La privatización de la sociabilidad, produce también un sentido de aventura en el internauta, pues lo desconocido es siempre, productor de emociones, al conectarse directamente a lo imaginativo y lo sensitivo.
- ❖ Aunque ya existen monitores de televisión para conocer directamente a las personas conectadas en internet, aún no está masificado su uso. Cuando se generalice, el encanto de lo desconocido será mucho más breve.
- ❖ Barry Wellman, investigador en sociología de la Universidad de Toronto, Canadá; dice que en Estados Unidos y Canadá, aparte de internet, los individuos no tienen más de 6 lazos íntimos de relación fuera de la familia y al mismo tiempo, cientos de lazos débiles. Internet, dice, es apta para desarrollar lazos débiles y excelente para continuar y reforzar los lazos fuertes que existen a partir de la relación física.
- ❖ Con los microprocesadores, el posttelevidente, ocupará más tiempo con la computadora que frente al televisor, y se volverá excesivamente selectivo en la programación que verá. No aprenderá a consultar las carteleras, pero sabrá pedir su programación a la carta, así como el tipo de viaje que quiera realizar y comprará sólo aquello que corresponda a sus deseos y necesidades reales, pues el

consumismo masivo e indiscriminado, ya no será parte de la cultura postelevisiva. Recordemos que serán prosumidores.

- ❖ El postelevidente o televidente del nuevo milenio, empezará a crecer, según datos de los expertos, a partir del año 2006, cuando la tecnología necesaria para popularizarla haya sido obtenida por una población significativa del planeta.
- ❖ Aprenderá también a **diferenciar la realidad virtual sobre la realidad empírica**. Aunque hay quienes afirman que sucederán actos de violencia insólitos por disociaciones provocadas por esta mezcla, así como por el incremento significativo del individualismo y el aislamiento. En contraste con saltos cuánticos cada vez más frecuentes y cualitativos, llegando a controlar incluso, los viajes a través el tiempo.
- ❖ Aumentarán las horas que cada persona destinará al Internet, pero será más selectivo. Durante marzo del 2001, los estadounidenses estuvieron 107 mil millones de minutos en línea, más de la mitad de este tiempo se concentró en solamente cuatro sites, de acuerdo a un estudio de la empresa Júpiter Media Matriz.¹⁷¹
- ❖ El postelevidente será más solitario que generaciones anteriores. Las secuelas emocionales de los divorcios y las malas relaciones experimentadas por sus padres, los harán personas excesivamente cautas para el compromiso amoroso. En la película "El Club de la Pelea" el personaje Tyler Durden, personificado por el actor Brad Pitt dice: "No puedo casarme, soy un niño de 30 años, somos una generación criada por mujeres. Me pregunto si lo que necesitamos es otra mujer. (...) Somos los hijos medianos de la historia, sin propósito ni lugar. No tenemos una gran guerra, una Gran Depresión, nuestra gran guerra es espiritual. Nuestra gran depresión son nuestras vidas. Nos han criado viendo la televisión y creyendo que un día seremos millonarios y estrellas de cine de rock, pero es falso y lentamente nos estamos dando cuenta. Y estamos muy, muy, encabronados"
- ❖ La falta de "heroicidad" en la vida cotidiana, que precede al postelevidente, provocó enojo en los jóvenes postelevidentes que vieron a sus padres crecer en medio del gris cotidiano, al no haber tenido oportunidad de demostrar sus valores y su coraje humano.

¹⁷¹ José Antonio Chávez, "Controlan 4 sites la mayoría del tiempo en línea de usuarios" Reforma, México, D.F. 11 de junio del 2001. Sección Interfase, p.7A

De acuerdo a este artículo, las compañías que controlan la mayoría del tiempo en línea de los usuarios son: AOL Time Warner con el 32%; Microsoft con el 7.5%; Yahoo con el 7.2% y Napster con el 3.6%.

- ❖ Esto, que mantuvo al neotelevidente con la atención puesta en lo “superfluo”, las marcas de artículos sofisticados, la indiferencia hacia lo social y político, la evasión hacia los problemas colectivos, determinará la “guerra silenciosa” que la generación (punto) com, o postelevisiva hará en privado e individualmente, a través de las redes de afinidad que ofrece y fortalecerá cada vez más, la sociedad virtual.
- ❖ El determinismo actual que ha arrasado con todas las esperanzas de cambio, sobre todo, después de la caída del muro de Berlín, ha creado una especie de convicción de que con el neoliberalismo no hay opciones sociales, ni gubernamentales y que por lo tanto no hay opiniones individuales que valgan. Para los jóvenes neo y posttelevidentes, la movilización social de sus padres, no condujo a nada más que a la demagogia. Pero aunque los lenguajes generacionales son distintos, la necesidad de ayudar está presente en todos, el problema es que la impotencia se instaló colectivamente determinando la indiferencia de los jóvenes a la política.
- ❖ La impotencia que precede al posttelevidente y que convierte a la apatía en la hazaña cotidiana a su alcance, a su expresión rebelde, se transformará en masivas y millonarias manifestaciones a través de las redes electrónicas, con la ventaja de que el posttelevidente goza burlando sistemas de seguridad de los grandes centros de inteligencia y control de las potencias. Esto, es de por sí una revolución, ya que ahora el ciudadano común puede tener acceso a lo más secreto de sus gobernantes, sin necesidad de gritos, muertes, ni escándalos. Baste poner el ejemplo de que cuando en el año 2000, el ex presidente Salinas de Gortari, llegó a México, procedente de Irlanda a presentar su libro autobiográfico, cientos de jóvenes universitarios sin hacer declaraciones a la prensa, callada, pero colectivamente, se dedicaron a meter en las páginas de internet la transcripción completa de dicho ejemplar. Objetivo: “evitar darle a ganar más dinero del que ya ha robado al país al cuestionado ex presidente”. Por cierto, fue un éxito la estrategia estudiantil, ya que el despreciado libro, fue un rotundo fracaso editorial, al menos en México, lo que demuestra que hay guerras que se ganan sin fusiles. Eso lo domina y dominará aún más el posttelevidente, la generación de la realidad virtual, (punto) com.
- ❖ El posttelevidente verá películas en DVD, con las que podrá observar hasta el mínimo detalle de lo que pasó frente y detrás de cámaras. Será un experto en controlar volumen, idiomas, ángulos, acercamientos, velocidades, y en observar cuadro por cuadro la escena que quiera. Establecerá una especie de platica con películas

de gran definición auditiva y visual, con el plus de ser un formato interactivo, pues hay películas que incluyen ya, video-juegos vinculados a la cinta en cuestión.

- ❖ Para muchos analistas el siglo XXI será del fútbol soccer. No es de extrañar, si consideramos que la FIFA (Federación Internacional de Fútbol), aglutina la nada despreciable cifra de mil 200 millones de aficionados; esto es, una quinta parte de la población mundial. Sin embargo, el postelevidente, ya no estará sujeto a la programación determinada por canales de señal abierta y de paga, sino que establecerá a la carta lo que realmente desee ver, por lo que la FIFA enfrentará el hecho de si el fútbol es un gusto impuesto y manipulado por los medios electrónicos y por el poder económico que concentra o si realmente llega al corazón humano y por ello tiene tantos seguidores en el mundo.
- ❖ El postelevidente no verá las noticias transmitidas en horarios rígidos, preestablecidos como sucede actualmente. La información estará en los servidores, para que los usuarios la bajen conforme quieran y puedan. Desaparecerá el periódico por los altos precios del papel y el tiempo que requieren. En su lugar, cada persona imprimirá lo que necesite. Se pronostica que uno de los mayores negocios del futuro, serán los sitios con alta credibilidad porque la verdad, sea su norma de trabajo, pues la aldea global, desarrollará la sensibilidad necesaria para saber dónde está parada. La verdad y la sinceridad se perfilan como los grandes valores humanos del futuro mediato, y el apapacho como la gran terapia contra los crecientes índices de depresión.

De acuerdo a los 4 factores utilizados por las ciencias sociales para elaborar los índices de desarrollo, 1).-Vivienda, 2).- Salud, 3).-Alimento y Vestido y 4).- Educación y Cultura, puede decirse que en prospectiva:

La vivienda del postelevidente se reducirá en tamaño y en cantidad de mobiliario y accesorios, pues el minimalismo llegó para quedarse, aunque no sea estrictamente ese el estilo que utilizarán dentro de 10 años, la tendencia es hacia la simplificación.

En cuanto a salud, la conciencia ecologista ya ha cosechado las primeras generaciones de jóvenes postpsicodélicos que han dejado de lado las drogas y el exceso de alcohol, incluso el cigarro, en busca de una salud conservacionista, preventiva de enfermedades y de una cultura del ejercicio y la disciplina. Hay médicos naturistas que hablan que se cambió el ciclo de la muerte, por el de la vida. Bailaran esporádicamente, buscarán más las pláticas íntimas y las reuniones pequeñas a las grandes fiestas de otrora. Lo masivo serán

los espectáculos musicales, donde encontrarán el medio idóneo para las catarsis tensionales del caso. No en vano, Carlos Monsiváis dice que los “disc jockeys, son los nuevos manipuladores del gusto popular.

Con relación a los alimentos y el tipo de ropa, el naturismo, los productos frescos, crudos y la reducción en el consumo de carnes rojas, cada vez tenderá más a generalizarse, cuando menos en las clases medias y altas, ya que el temor a las consecuencias de ingerir alimentos con hormonas, conservativos químicos, y un sin fin de aditamentos, será el principal motor de este cambio en la alimentación.

Mientras tanto, la ropa será cada vez más ligera y cómoda. La elegancia radicará en la simpleza de líneas y diseños, aunque por períodos cortos se registren retornos barrocos en el vestir. La tendencia unisex también se fortalecerá, pues hombres y mujeres realizarán las mismas actividades, cualquiera que éstas sean.

La educación y cultura, es el punto más enigmático de todos, ya que por el momento, existe una tendencia mundial hacia la expansión cuantitativa, pero no cualitativa de la enseñanza. El proyecto parece ser el de crear generaciones de tecnócratas y técnicos de alta especialización, pero que las redes electrónicas neutralizan y lo harán más, pues está comprobado que el intercambio de ideas es fundamental para el crecimiento intelectual y cultural del ser humano. Sin embargo, con el apoyo de las nuevas tecnologías, se incrementarán y fortalecerán los programas incluso universitarios, del autodidactismo. Ya existen incluso, licenciaturas, diplomados y maestrías en diversas universidades de gran prestigio internacional, que ofrecen la variante autodidacta vía internet. La educación por televisión se abaratará y a través de la red, se podrá confirmar si el conocimiento fue comprendido. El punto neurálgico, será si los gobiernos en cuestión implementarán las políticas adecuadas para que esta tele-educación, sea de calidad.

La cultura tiende a universalizarse no en aras de la globalización, sino en aras de la mundialización inmediata que es muy diferente. Además de que la gente viajará más y más acompañada, pues el 21 por ciento de estadounidenses que viajan solos actualmente, buscan desde ahora compañía a través de internet y de páginas especializadas para compartir intereses comunes como el “share trip”. Siempre ha existido gente para todo tipo de actividades y gustos, pero el postelevidente podrá “contactar” con mucho mayor facilidad la compañía ideal para cada acción que desee.

En este sentido, baste decir que tan sólo en Canadá, el 85 por ciento de los jóvenes utiliza el internet de forma habitual, siendo la media de uso de 9.3 horas a la semana.

Sin duda alguna, el postelevidente, utilizará el internet como la mejor opción de socializar a nivel internacional. Su potencial educativo es demostrado al considerarlo como una gran herramienta para enseñar y para aprender. Tiene la ventaja de que no impone conocimientos, sino que éstos son buscados y encontrados desarrollando el interés por la investigación.

Existen algunos futurólogos que hablan de una Quinta Sociedad, básicamente emocional, cuyo círculo social estará en la Red y que incluso, los productos que consume, serán vendidos a partir de las emociones que genere la producción de los mismos.

La sociedad futura que vivirá el postelevidente, deberá generar filósofos y pensadores que cuiden la ética social, a fin de que se respeten las diferencias culturales, sociales y religiosas.

Hay que considerar también que la tendencia en los países más desarrollados, es la del aumento de la población mayor de 60 años. Tan sólo en Dinamarca, se calcula que ésta crecerá un 47% en los próximos 10 años, mientras los jóvenes de entre 17 y 24 años, se reducirán considerablemente.

No es de extrañar, si desde hace más de 10 años, empezamos a registrar un descenso significativo en el número de matrimonios, los jóvenes no desean irse de la casa de sus padres, pues están cómodos en ellas. Muchos se casan y al divorciarse, retornan al hogar en lugar de independizarse. Atrás quedaron los anhelos de independencia de las generaciones de los 70 y 80. En México, la falta de opciones laborales y de movilidad social, lleva a muchos jóvenes maduros a tener miedo al compromiso matrimonial.

De acuerdo a datos del Consejo Nacional de Población, 7 de cada 10 mexicanos entre 15 y 24 años son solteros y viven en hogares donde cohabitan en promedio 6 personas entre padres y hermanos, sólo el 16 por ciento de los jóvenes mexicanos ha constituido su propio hogar. Pero uno de cada 4 jóvenes no estudia ni trabaja y los que lo hacen, tienen largas jornadas, poco salario y cero prestaciones. Lo que demuestra que se debe reajustar el proyecto económico de México, de otra manera se seguirá perdiendo el bienestar entre la población principalmente juvenil.

Muchos viven en el hogar paterno, tienen prohibido tatuarse o ponerse aretes (43%), beber alcohol (39%) y fumar (38%). Aunque sus padres no son tan autoritarios como antaño, 40% mantiene buen diálogo con sus padres y 10% recurre al castigo. El 80 por ciento se declara católico, pero más de la mitad reconoce no ser practicante. El 89% cree en el alma, 64% en el infierno, 82% en los milagros, 88% en la Virgen de Guadalupe, 85% en el pecado, y 55% en el demonio. 40% cree en los espíritus, fantasmas y espantos, 28% en los horóscopos y 23% en los amuletos.

Gusta del rock el 21% y de la onda grupera el 20%. "Confían más en su madre que en su padre. (...) Son enamorados pero monógamos, usan condón y dispositivo intrauterino. Si apoyan causas sociales son las de los

indígenas, del medio ambiente y la paz. Son apolíticos, antisindicalistas y aprecian los consejos de médicos, sacerdotes y maestros. Su sueño es casarse, tener un buen empleo y una casa propia.

"Este es el perfil que la Encuesta Nacional de la Juventud 2000, obtiene de la población entre 12 y 29 años, la generación del nuevo milenio que representa a la mayor parte de los mexicanos. (...) Los resultados preliminares del primer estudio aplicado por el Instituto Nacional de la Juventud y el de Geografía e Informática en 54 mil 500 viviendas, dan una imagen de la vida de los jóvenes en tres facetas: familia, sexualidad y empleo. (...) La época en la que los chavos se emancipaban quedó atrás. La realidad económica se impone a sus ideales de independencia porque un 80 por ciento de los entrevistados, dice que permanece en el hogar paterno, porque no tiene medios para fundar su propia casa"¹⁷².

Además, hay que reconocer que la comodidad lograda por el desarrollo capitalista durante las décadas de los 70 y 80, determinó una personalidad colectiva de poca resistencia a la frustración, por lo que los jóvenes luchan menos y se deprimen más que generaciones que tuvieron que luchar arduamente por la simple sobrevivencia. La falta de "necesidades" primarias, los mantiene bajo resguardo en casa. Aunque como ya se explicó, el comportamiento individual incide con factores socio-económicos y políticos de una época que ofrece grandes retos no sólo materiales, también éticos, morales, emotivos e imaginativos..

Al paso que vamos, se requerirán entre otras cosas, de pantallas gigantes y minicomputadoras portátiles, multiconectables, con control remoto, pues estar sentado frente al monitor, resulta sumamente cansado y las nuevas generaciones, (postelevidentes) no están acostumbradas a estar demasiado tiempo en una misma posición. La comodidad llegó para quedarse y los jóvenes no permitirán perderla, pues forma parte del patrimonio entregado por la humanidad al *Homo Zapping*.

Sin embargo, el abismo entre ricos y pobres dentro del esquema neoliberal, es cada vez más profundo, por lo que las clases menos favorecidas, serán cada vez más castigadas en la obscuridad de la marginación. Las clases medias deberán conformarse con los desechos tecnológicos de los ricos, quienes serán los expertos primeros postelevidentes del mundo. Esto al menos, en los países subdesarrollados como México, porque en el llamado Primer Mundo, el fenómeno postelevisivo será más equitativo.

¹⁷² Claudia Herrera Beltrán. "La generación del nuevo milenio. Por el lastre de la crisis, la emancipación juvenil quedó atrás". *La Jornada*. México, D.F. 30 de noviembre del 2000. p. 56

ANOTACIONES FINALES:(IRREFLEXIVAS)
Palpitaciones de una percepción en latidos televisivos:

1) Después de la Segunda Guerra Mundial, la gente deseaba olvidarse de los horrores vividos, y tenía el anhelo de sobreponerse a ello rápidamente, **siendo un tranquilizante para el corazón angustiado, el consumo de entretenimiento.**

2) **Resultaba barato, grato y cómodo**, reunir a toda la familia, o al vecindario, en lugar de gastar en salir a un teatro, cine, parque, o cualquiera otra opción de entretenimiento. El corazón partido con la muerte de los seres queridos, **volvía a solidificarse con la unidad familiar, alrededor del televisor. Corazón doméstico.**

3) La cultura del confort, impulsada por los políticos de la época, entre quienes destaca Franklin Delano Roosevelt, coincidió con el establecimiento del ***American Way of Life***, que impulsaba por todos los medios, el valor de los electrodomésticos –la televisión entre ellos– en la pertenencia a un **status** determinado. No hay nada mejor para un **corazón herido**, que los curitas de los pequeños logros cotidianos, generadores de movilidad social.

4) La televisión formaba parte del paquete de electrodomésticos que daban confort, seguridad, promovían la vida en familia, la monogamia, y la pertenencia a un sector privilegiado en la escala socio-económica. El latido del capitalismo, impone un **ritmo cardíaco pausado**, que dejaba atrás al corazón angustiado.

5) Además de ser un fenómeno originalmente urbano, fundamentalmente de las clases medias y altas, su uso y acceso se democratizó conforme se fueron abaratando los electrodomésticos, debido a la enorme demanda y a la velocidad con la que la tecnología ofrecía y sigue ofreciendo innovaciones tanto técnicas como de diseño y presentación. **Latido parejo, armoniza diferencias.**

6) Con el uso de señales satelitales, se cayeron las “fronteras” de control unidireccional, de los mensajes televisivos, a nivel local, regional o nacional; permitiéndose la observación de producciones realizadas en cualquier parte del mundo, dando una connotación global a los problemas locales o nacionales. El **latido de la colmena, permite ver al panal completo.**

7) Para evitar acusaciones mayores, la televisión empezó a utilizar el género del "entretenimiento", incluidos los grandes eventos musicales y deportivos, basados en la exacerbación emocional, para la penetración y manipulación de los intereses políticos, económicos y gubernamentales en cuestión. Latido politizado a base de corazonadas, patadas y goles.

8) Las grandes empresas televisivas del primer mundo, aumentaron sus exportaciones hacia los países del Tercer Mundo, generándose el fenómeno de **Aculturación o Transculturación**, que funcionó por más de 3 décadas, pero que el formato Neotelevisivo, obligó a cambiar. Corazón transculturizado.

9) Los sistemas de transmisión por cable, y señales satelitales, permitieron mayor pluralidad programática y de puntos de vista hasta entonces sin acceso a las grandes televisoras, el sentido de *mass media*, se empieza a segmentar. Con más canales de donde escoger, escasearon los momentos en que países enteros se unían ante una misma señal. La fuerza emocional y política de cada imagen o programa se redujo. Atrás quedaban los momentos en los que cientos de millones de personas compartían las mismas emociones. Latido suave y selectivo.

10) Los sectores intelectuales de la sociedad salvo honrosas excepciones, se mantuvieron al margen de la producción televisiva, dejando los cambios de fondo en manos de los jóvenes profesionistas que recién egresaban de las facultades de comunicación. Latido juvenil, rápido y de buena circulación sanguínea.

11) Los canales culturales y educativos, no crearon estilo propio y terminaron copiando esquemas de la televisión comercial. Además del rezago tecnológico y de coberturas. Infarto por falta de condición física.

12) Los teleespectadores se educaron televisivamente y fueron capaces de discernir y evitar lo que no les gustaba de la programación. Los análisis y críticas de los teóricos a partir de los 70, ayudaron a concientizar a ciertos sectores y a desconfiar de que lo que "veían" podía estar manipulado. Corazón valiente.

13) La verticalidad del mensaje televisivo perdió fuerza, al no tener una audiencia permanentemente cautiva. Con la horizontalización permitida por una mayor oferta programática y de canales, era obligado el cambio pues no renovarse era morir. Sin embargo, el esquema vertical de la emisión y recepción masiva a través

del formato *mass media* había sido rebasado. El tiempo de lo masivo fue sustituido por el del vértigo individualizado. **Corazón acelerado en busca de solución.**

14) El nuevo formato televisivo creado por MTV y CNN, revolucionó la producción que durante 40 años, había permanecido estática, a pesar de la revolución del color, el video tape, y la digitalización. A principios de los 80, con la confluencia tecnológica, se inicia un movimiento de surrealismo visual y sonoro, comparable al movimiento pictórico del mismo nombre, incluso del cubismo. **Corazón Neotelevisivo, emocionado y creativo.**

15) La fragmentación de los mensajes televisivos, producidos por la neotelevisión, generó una nueva forma de lectura visual y auditiva en el telespectador. Se transforma la teleadicción pasiva, en adicción hiperactiva. **Corazón hiperrevolucionado.**

16) Con la llegada de la televisión digital, las computadoras y la fibra óptica, el televidente se convierte en un **consumidor multimediático**, que aprende a sacar el mejor provecho de esta convergencia tecnológica. **Corazón científico buscando la optimización de su tiempo y de sus recursos.**

17) Los avances tecnológicos rebasaron a políticos y gobernantes, a quienes les faltó visión para prevenir jurídicamente los abusos cometidos por algunas televisoras en el contenido y manejo de su programación. La crítica fue fuerte, pero la acción nula. Así la inmoralidad, o la falta de ética de algunas producciones televisivas, es una responsabilidad compartida con una sociedad que no supo exigir sus derechos como televidentes. **Corazón pasmado.**

18) La exacerbación de la violencia en programas incluso, infantiles, fue posible por la falta de un Código ético, que contemplara sanciones legales a los responsables. Se dejó a la ley de la oferta y la demanda, la regulación en el uso de la televisión, con una irresponsabilidad compartida por padres y sociedad. Recordemos que el control remoto es un arma mortal que tiene la capacidad de matar con un solo dedo, la violencia más descabellada de cualquier pantalla encendida. **Corazón muerto por dedazo.**

19) El exceso de manipulación informativa, el ocultamiento de hechos y en el caso de México, la relación servil con el gobierno de las Televisoras, por el sistema de Concesiones, llevó a los neotelevidentes a desconfiar de lo que veían y a detectar las mentiras o falsedades de la información. Se optó por leer periódicos y revistas de análisis, o por escuchar las noticias en la radio. La televisión ya no era el vehículo para informarse pues había caído en la subinformación. **Corazón manipulado.**

20) Los empresarios descubren que la calidad y la legitimidad son redituables y empiezan a invertir en comentaristas de prestigio y con credibilidad, a fin de aumentar sus niveles de audiencia para los programas informativos, que además ocupan en todas las televisoras del mundo, los horarios triple A, esto es, los más caros para su comercialización, por ser los de mayor audiencia y sintonía. La pregunta sería si ¿acaso la conciencia de un país puede convertirse en artículo de mercado? Corazón mercantil en busca de legitimación.

21) La calidad de la programación y la objetividad de la información, es utilizada por las televisoras como parte de una estrategia empresarial, más que por interés ético o moral, pues empiezan a perder gran cantidad de audiencia con la aparición de los "nichos de mercado", en los cuales se cautiva al televidente a través de las afinidades programáticas y por su alta calidad en producción y contenidos, ya que viven de sus suscripciones, más que de la publicidad. Corazón elitista.

22) La vida acelerada de los tiempos modernos y postmodernos, valoriza por sobre todas las cosas, la optimización del tiempo, que en la cultura occidental, es considerado la esencia del desarrollo y la productividad, el oro. El consumismo de imágenes y sonidos generado desde los años 70, se transforma en hiperconsumismo de emociones generadas con la producción neotelevisiva. Aparece en el mercado el control remoto y surge el homo zapping. Corazón zappero.

23) Los jóvenes nacidos con la neotelevisión, digieren con facilidad las imágenes vertiginosas y fragmentadas que proyecta la pantalla chica y los géneros programáticos son decodificados a pesar de ser vistos interrumpidamente. Corazón fragmentado, que domina el arte de "armar rompecabezas" visuales y sonoros.

24) El neotelevidente desarrolla la inteligencia emocional, y su umbral emotivo es mayor al de generaciones anteriores, convirtiéndose en un maestro en el uso de los dos hemisferios cerebrales, lo que lo convierte en un televidente más exigente y selectivo en el plano técnico y formal de la producción televisiva, pero más frágil en cuanto al contenido emotivo de la misma. Corazón emotivo.

25) La publicidad, da las pautas técnicas de una producción rápida y digerible, para evitar la pérdida de audiencia. Sin embargo, los jóvenes se vuelven selectivos, pero buscan emoción a cualquier precio. Sólo los detiene la nostalgia de los programas que formaron parte de su infancia. Es el efecto sedante de lo cierto y conocido. Corazón destilado.

26) La caja idiota, se convierte en centro de producción de emociones y el televidente en centro de almacenamiento de las mismas. Dando una interpretación individualizada de lo que ve, formando su propia programación a través de los fragmentos que por azar ve a través del zapping en la barra programática. **Corazón educado en el arte de telever y teleoír.**

27) Al convertirse los neotelevidentes en expertos consumidores de emociones, desarrollan la inteligencia emocional, generando una nueva forma de reflexión. **Corazón asociativo.**

28) La velocidad con la que asocian los jóvenes neotelevisivos imágenes, sonidos y emociones, les permite desarrollar una nueva forma de reflexión y de pensamiento. **Corazón digital.**

29) El homo zapping, es así, el experto manejador de la síntesis de una evolución tecnológica que a finales del milenio, converge en una serie de inventos electromagnéticos y digitales cuya velocidad en producción, transmisión y evolución, es digerida por los jóvenes postmodernos con gran eficacia. Los prejuicios son superados por una crítica silenciosa, individualizada, de no consumir lo que no les gusta y de zappear como protesta a lo aburrido o poco interesante. **Corazón sapiens sapiens, zapping.**

BIBLIOGRAFÍA

ALVAREZ DE LA PEZA, MARÍA ISABEL.

ESCUCHARÉ SUS LÁGRIMAS. NORMA EDICIONES. S.A. DE C.V. MÉXICO, D.F. 1999

ALBERT, PIERRE Y TUDESQ, ANDRÉ-JEAN.

HISTORIA DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN. EDITORIAL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA SERIE BREVIARIOS. MÉXICO, D.F. 1993

AMADOR BAUTISTA, ROCÍO.

NUEVOS MEDIOS. VIEJOS APRENDIZAJES: "Las nuevas tecnologías en la Educación". CUADERNOS DE COMUNICACIÓN Y PRÁCTICAS SOCIALES. PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Y PRÁCTICAS SOCIALES. DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA. MÉXICO, D.F. 1998.

ARANGUREN, JOSÉ LUIS

LA COMUNICACIÓN HUMANA. EDITORIAL GUADARRAMA. MADRID, ESPAÑA 1973.

BARNOUW, VÍCTOR

CULTURA Y PERSONALIDAD. EDITORIAL TROQUEL. BIBLIOTECA EL TEMA DEL HOMBRE. BUENOS AIRES, ARGENTINA. 1967.

BELTRÁN, LUIS RAMIRO Y FOX DE CARDONA, ELIZABETH

LA COMUNICACIÓN DOMINADA. (Estados Unidos en los Medios de América Latina) EDITORIAL NUEVA IMAGEN Y EL INSTITUTO LATINOAMERICANO DE ESTUDIOS TRASNACIONALES. MÉXICO, D.F. 1980.

BENASSINI FÉLIX, CLAUDIA.

LA METAMORFOSIS DE LA TELEVISIÓN "Perfectamente Bien Contestado: Los Programas Producidos por la Televisión Mexicana". CUADERNOS DE COMUNICACIÓN Y PRÁCTICAS SOCIALES DE LA DIVISIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA. MÉXICO, DF. 1995.

CASAS PÉREZ, MARÍA DE LA LUZ.

LA METAMORFOSIS DE LA TELEVISIÓN. "Los Actores De La TV. (Otra Forma De Pensar a la Televisión desde la Política)". CUADERNOS DE COMUNICACIÓN Y PRACTICAS SOCIALES DE LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA. MÉXICO, D F. 1995.

CASTILLA DEL PINO, CARLOS

LA INCOMUNICACIÓN. EDITORIAL PENÍNSULA. EDICIONES DE BOLSILLO, BARCELONA, ESPAÑA. 1973.

CATTEGNO, CALEB.

HACIA UNA CULTURA VISUAL. EDITORIAL SEP-SETENTAS. SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA MEXICO, D.F. 1973.

CEBRIÁN, JUAN LUIS.

LA RED. (Cómo cambiarán nuestras vidas los nuevos medios de comunicación).EDITORIAL SANTILLANA, TAURUS Y THE CLUB OF ROME. MADRID, ESPAÑA. 1998.

COVARRUBIAS, CARLA YOLANDA.

CUÉNTAME EN QUÉ SE QUEDÓ? (La telenovela como fenómeno social) EDITORIAL TRILLAS MÉXICO, D.F. 1994.

DE MORAGAS, MIQUEL

SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS (escuelas v autores). EDITORIAL GUSTAVO GILI, S.A BARCELONA, ESPAÑA 1985.

DIETERICH, HEINZ

NUEVA GUÍA PARA LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. EDITORIAL ARIEL. MÉXICO, D F 1998.

FREUD, SIGMUND

PSICOLOGÍA DE LAS MASAS. ALIANZA EDITORIAL. EL LIBRO DE BOLSILLO. MÉXICO, D.F 1991.

FRISKE, JOHN.

TELEVISIÓN CULTURE. ROTUTLEDGE, GREAT BRITAIN, 1997.

GÓMEZ MONT, CARMEN (COORDINADORA)

LA METAMORFÓISIS DE LA TELEVISION. CUADERNOS DE COMUNICACIÓN Y PRACTICAS SOCIALES. PROGRAMA INSTITUCIONAL DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Y PRÁCTICAS SOCIALES DE LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA MÉXICO, D F. 1995

GONZÁLEZ REQUENA, JESÚS.

EL DISCURSO TELEVISIVO, ESPECTÁCULO DE LA POSMODERNIDAD. EDITORIAL CÁTEDRA. MADRID, ESPAÑA. 1987.

GONZÁLEZ, FERNANDO.

Apuntes para una historia de la televisión mexicana "Los Conductores de Televisión".EDITORIAL REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN Y ESPACIO 98(ESPACIO TELEVISIVA DE VINCULACIÓN UNIVERSITARIA), MÉXICO, D.F. 1998.

GUTIERREZ ESPÍNDOLA, JOSÉ LUIS.

LAS REDES DE TELEVISIA: "LA INDUSTRIALIZACIÓN DEL MELODRAMA: HISTORIA Y ESTRUCTURA DE LA TELENUELA MEXICANA" EDITORIAL CÓMO-

ROTATIVO Y CLAVES LATINOAMERICANAS, MÉXICO, D.F. 1991.

HALL, T. EDWARD.

LA DIMENSIÓN OCULTA. SIGLO XXI EDITORES, 15ª EDICIÓN. MÉXICO, D.F. 1993.

IBARRA, LUZ MARÍA

APRENDE MEJOR CON GIMNASIA CEREBRAL. GARNIK EDICIONES. MÉXICO, D.F. 1999.

LINTON, RALPH

CULTURA Y PERSONALIDAD. EDITORIAL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA. MÉXICO, D.F. 1971.

MARTÍN BARBERO, JESÚS.

DE LOS MEDIOS A LAS MEDIACIONES. EDITORIAL GUSTAVO GILLI S.A. BARCELONA, ESPAÑA. 1986.

MARX, KARL

EL CAPITAL. Libro primero. (El proceso de producción del capital) tomo 1/vol.1. SIGLO VEINTIUNO EDITORES, S.A. BIBLIOTECA DEL PENSAMIENTO SOCIALISTA. 9ª. EDICIÓN. MÉXICO, D.F. 1980.

MATTELART; ARMAND

AGRESIÓN DESDE EL ESPACIO. (Cultura y napaim en la era de los satélites) SIGLO VEINTIUNO EDITORES, S.A. 7ª EDICIÓN. MÉXICO, D.F. 1980.

MCLUHAN, MARSHAL Y POWERS, B.R.

LA ALDEA GLOBAL. EDITORIAL GEDISA. COLECCIÓN EL MAMÍFERO PARLANTE, SERIE MAYOR BARCELONA, ESPAÑA. 1989.

MCLUHAN, MARSHAL Y ERIC.

LEYES DE LOS MEDIOS. LA NUEVA CIENCIA. CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES Y EDITORIAL PATRIA, S.A. DE C.V. MÉXICO, D.F. 1990.

MC. QUAIL, DENIS

LA ACCIÓN DE LOS MEDIOS. AMORRORTU EDITORES. BUENOS AIRES, ARGENTINA. 1988.

MEJIA PRIETO, JORGE.

HISTORIA DE LA RADIO Y LA T.V. EN MÉXICO. EDITORES ASOCIADOS, S DE R.L MÉXICO, D.F. 1972.

MOORE, THOMAS.

EL CUIDADO DEL ALMA. EDITORIAL URANO, S.A. BARCELONA. ESPAÑA 1993.

OROZCO, GUILLERMO.

HABLAN LOS TELEVIDENTES (Estudios de recepción en varios países).
CUADERNOS DE COMUNICACIÓN Y PRÁCTICAS SOCIALES. PROGRAMA
INSTITUCIONAL DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Y PRÁCTICAS SOCIALES,
DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD
IBEROAMERICANA. MÉXICO, D.F. 1995.

PAOLI, J. ANTONIO.

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN. EDITORIAL TRILLAS Y UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA METROPOLITANA. MÉXICO, D.F. 1994.

PIAGET, JEAN

PSICOLOGÍA, LÓGICA Y COMUNICACIÓN. EDICIONES NUEVA VISIÓN. BUENOS
AIRES, ARGENTINA. 1970.

PICAZO SANCHEZ, LETICIA

UNA DÉCADA DE VIDEO EN MÉXICO (Dependencia extranjera y monopolios
nacionales). EDITORIAL TRILLAS MÉXICO, D.F. 1997.

PISCITELLI, ALEJANDRO.

POST-TELEVISIÓN. ECOLOGÍA EN LOS MEDIOS EN LA ERA DEL INTERNET.
EDITORIAL PAIDÓS-CONTEXTOS. MÉXICO, D.F. 1998

POSTMAN, NEIL.

LA CULTURA DEL LIBRO VS LA CULTURA DE LA TELEVISIÓN EDITORIAL LA
IMAGEN DEL PORVENIR. BIBLIOTECA DE MÉXICO. MÉXICO, D.F. 1994.

RAMÍREZ, SANTIAGO

EL MEXICANO. PSICOLOGÍA DE SUS MOTIVACIONES. EDITORIAL GRIJALBO.
MÉXICO, D.F. 1977.

REICH, WILHELM

PSICOLOGÍA DE MASAS DEL FASCISMO. EDITORIAL LATINA BUENOS AIRES,
ARGENTINA 1972.

RODRÍGUEZ MÉNDEZ, JOSÉ MARÍA

LOS TELEADICTOS. EDITORIAL LAIA. EDICIONES DE BOLSILLO. BARCELONA,
ESPAÑA 1973.

ROJAS ZAMORANO, ALBERTO.

TELEVISIÓN VÍA SATÉLITE. EDITORIAL ERA. MÉXICO, D.F. 1987.

ROSADO RODRÍGUEZ, CARLOS.

COMUNICACIÓN POR SATÉLITE. EDITORIAL LIMUSA MÉXICO, D.F. 1998.

ROSSI, ALEJANDRO

LENGUAJE Y SIGNIFICADO. SIGLO VEINTIUNO EDITORES. 4ª. EDICIÓN. MÉXICO, D.F. 1981.

SÁNCHEZ, ALFONSO

ESTRATEGIAS DE MARKETING DE LAS EMPRESAS DE TELEVISIÓN EN ESPAÑA. EDITORIAL EUNSA, MADRID, ESPAÑA, 1998.

SANCHEZ, ANTULIO

TERRITORIOS VIRTUALES (del Internet hacia un nuevo concepto de simulación) EDITORIAL TAURUS, AGUILAR, ALTEA, ALFAGUARA, S.A DE C.V. MÉXICO, D.F. 1997.

SÁNCHEZ DE ARMAS, MIGUEL ANGEL. (COORDINADOR).

APUNTES PARA UNA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA. EDITORIAL REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN Y ESPACIO 98 (espacio Televisa de vinculación universitaria.) MÉXICO, D.F. 1998.

SANTA CRUZ, LINO.

HABLAN LOS TELEVIDENTES "La visión a distancia: de las Microondas a la Fotónica. Transformaciones tecnológicas de la televisión". CUADERNOS DE COMUNICACIÓN Y PRÁCTICAS SOCIALES. DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN Y POSGRADO DE LA UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA. MÉXICO, DF. 1995

SCHRAMM, WILBUR

LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA. EDITORIAL ROBLE. 3ª EDICIÓN. MEXICO, D.F. 1973.

SARTORI, GIOVANNI

HOMO VIDENS (La sociedad teledirigida). EDITORIAL TAURUS, AGUILAR, ALTEA, ALFAGUARA, S.A. DE C.V. TRADUCCIÓN DE ANA DÍAZ SOLER CUARTA REIMPRESIÓN MÉXICO, D.F. 1999.

SAXE-FERNÁNDEZ, JOHN (COORDINADOR)

GLOBALIZACIÓN: CRÍTICA A UN PARADIGMA. EDITORIAL UNAM. INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ECONÓMICAS. Y PLAZA Y JANES. 1ª EDICIÓN. MÉXICO, D.F. 1999.

SEVILLA, PILAR.

APUNTES PARA UNA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA. "Del Cable al DTH" EDITORIAL REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN Y ESPACIO 98 (ESPACIO TELEVISIVA DE VINCULACIÓN UNIVERSITARIA) MÉXICO, D.F. MARZO DE 1998.

TERCEIRO B, JOSÉ.

DEL HOMO SAPIENS AL HOMO DIGITALIS. ALIANZA EDITORIAL. MADRID, ESPAÑA, 1996.

TOUSSAINT ALCARAZ, FLORANCE.

TELEVISIÓN PÚBLICA EN MÉXICO. EDITORIAL PENSAR LA CULTURA Y CONSEJO NACIONAL PARA LA CULTURA Y LAS ARTES. MÉXICO, D.F. 1992.

TREJO DELARBRE, RAÚL. (COORDINADOR).

LAS REDES DE TELEVISIÓN. EDITORIAL CÓMO-ROTATIVO Y CLAVES LATINOAMERICANAS MÉXICO, D F 1991.

URE, ALBERTO.

"UN ESPECTADOR CÍNICO". PRÓLOGO AL LIBRO POST/TELEVISIÓN ECOLOGÍA DE LOS MEDIOS EN LA ERA DE INTERNET. EDITORIAL PAIDÓS-CONTEXTOS. MÉXICO, DF. 1998

VALADÉS, EDMUNDO.

EL LIBRO DE LA IMAGINACIÓN. EDITORIAL FONDO DE CULTURA ECONÓMICA. COLECCIÓN POPULAR No. 152 9ª REIMPRESIÓN. MÉXICO, D F. 1998.

VERÓN, ELISEO Y ESCUDERO, LUCRECIA

TELENOVELA. FICCIÓN POPULAR Y MUTACIONES CULTURALES. EDITORIAL GEDISA. BARCELONA, ESPAÑA. 1996.

VILLARREAL, LILA.

¿DE QUÉ TENEMOS HAMBRE REALMENTE?. EDITORIAL OCÉANO MÉXICO, D.F 1999.

WALLERSTEIN, IMMANUEL

IMPENSAR LAS CIENCIAS SOCIALES. SIGLO VEINTIUNO EDITORES. S.A. DE C V. Y CENTRO DE INVESTIGACIONES INTERDISCIPLINARIAS EN CIENCIAS Y HUMANIDADES DE LA UNAM. 1998, MÉXICO, D.F.

WARKENTIN, GABRIELA.

APUNTES PARA UNA HISTORIA DE LA TELEVISIÓN MEXICANA: "Caminos de la Tecnología Televisiva". EDITORIAL REVICTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN Y ESPACIO 98 (Espacio Televisa de Vinculación Universitaria) MÉXICO, D.F. 1998

HEMEROGRAFÍA.

BÁTIZ VÁZQUEZ, BERNARDO.

"Época de Incongruencias". La Jornada. México, D.F. 19 de junio de 1999. p.6.

CASETTI, F & ODIN, R.

"De la Paleo a la Neotelevisión: Approche Semio-Pragmatique" Communications No. 51, París, Francia, 1990. p.26

CAMIL, JORGE.

"El mundo digital". La Jornada. 11 de junio de 1999.p.17.

CASINO, GONZALO.

"Joseph Le Doux: La Emoción es más potente que la Razón" Muy Interesante. Año XVII. No. 4. Editorial Televisa, S.A. de C.V. México, D F. Febrero del 2000.

COPERÍAS M, ENRIQUE.

"El Prodigioso Mundo del Cerebro" Muy Interesante. Año IX No. 9 . Editorial Provenemex, S.A. de C.V. México, D.F. Julio de 1992.

CORREL, CHRISTIAN.

"Me liberaron ¿hay vida en Moscú sin la televisión?" Newsweek en español. Editorial Ideas Publishing Group. D.M.C, S.A. de C.V. 13 de septiembre del 2000.

CHÁVEZ, JOSÉ ANTONIO.

"Televisión de alta definición:Ya viene en camino" Reforma. Sección Interfase, 19 de febrero del 2001.p. 11 A.

CHAVEZ, JOSE ANTONIO.

"Controlan 4 sites la mayoría del tiempo en línea de usuarios" Reforma. 11 de junio del 20001 Sección Interfase p. 7A. México, DF.

DAVIS, WADE.

"¿Podrán las culturas ancestrales encontrar la libertad de cambiar según sus principios?. National geographic. Suplemento del milenio: "las culturas: cultura global" Editorial Televisa, S.A. de C.V. México, D.F. Agosto de 1999.

GARRIDO, GLORIA.

"Recuerdo, luego existo" Muy Especial no. 22. Editorial Televisa, S.A.de C.V.México, D.F. Noviembre de 1999.

HERRERA BELTRÁN, CLAUDIA.

"La generación del nuevo milenio: Por el lastre de la crisis, la emancipación juvenil quedó atrás" La Jornada. México, D.F. 30 de noviembre del 2000. p. 56.

JACKSON, PETER.

"Las culturas son mapas de significado que vuelven inteligible al mundo" National Geographic. Suplemento del milenio: "las culturas: cultura global" Editorial Televisa, S.A. de C.V. México, D.F. Agosto de 1999.

JARA ELÍAS, JOSÉ RUBÉN.

"Las audiencias de la televisión en español en América Latina" Revista Mexicana de Comunicación. Editorial Fundación Manuel Buendía. Año 10 No. 51 octubre-diciembre de 1997. México, D.F.

LEÓN, FABRICIO.

"La TV, una droga peligrosa/analizan expertos los daños que puede causar en la mente infantil". La Jornada. México, D.F. 10 de octubre del 2000. p. 48.

LOPASCHUK, GARY D. & STANLEY, WILLIAM C.

"Manipulation of energy metabolism in the heart. Revista Science & Medicine. Nov-Dic-1997, Washington, D.C. U.S.A.

MEDINA, JOSÉ ANTONIO.

"La nueva visión de la inteligencia (últimos hallazgos)". Muy Especial no. 22. Editorial Televisa, S.A. de C.V. México, D.F. Noviembre de 1999.

PEDRERO, FERNANDO.

"Acaparan publicidad" Reforma. Sección Negocios. México, D.F. 6 de octubre de 1999.

PEDRERO, FERNANDO.

"Acaparan publicidad" Reforma. 6 de octubre de 1999. México, D.F.

PINELO ROSARIO

"Televisión Alternativa" Revista Tiempo Libre Editorial Unomex, S.A. de C.V. 10-16 Mayo del 2001. 21-1096. México, D.F. p. 46.

RAMÓN Y CAJAL JUNQUERA, SANTIAGO.

"El cerebro, la última frontera de la ciencia" Muy Especial no. 22. Editorial Televisa, S.A. de C.V. México, D.F. Noviembre de 1999.

RATNESAR, ROMESH AND STEIN, JOEL.

"Everyone's a Star. Com". Time Latin American Edition. Time Inc. Latin America. New York, U.S.A. Marzo del 2000.

RÍOS, MYRIAM.

"Los niños y la televisión". Revista Paula no. 67. Editora Mexicana de Publicaciones, S.A. México, D.F. Noviembre de 1999.

SÁNCHEZ REBOLLEDO, ADOLFO.

"¿Todo el poder a los medios?" La Jornada 16 de junio de 1999.p.7.

SWERDLOW, JOEL.

"La prueba de la civilización es su fuerza para extraer el mayor beneficio de las ciudades" National Geographic. Suplemento del milenio: "las culturas: cultura global" Editorial Televisa, S A.de C.V. México, D.F. Agosto de 1999.

SWERDLOW, JOEL.

"El poder de la escritura". National Geographic. Suplemento del milenio: "las culturas: cultura global" Editorial Televisa, S.A. de C.V. México, D.F. Agosto de 1999.

SILVEIRA, MIGUEL.

"Las emociones, laberinto de pasiones". Muy Especial no. 22. Editorial Televisa, S.A. de C.V. México, D.F. Noviembre de 1999.

TOLEDO, HECTOR

Vicepresidente de Telemática de la Canieti. Declaraciones publicadas en el periódico Reforma. Sección Interfase. México, DF. 9 de julio de 1999, p. 3 A.

URIBE, ERIKA.

"El ABC para una memoria de 10" Revista Universitario Ejecutivo. Número 5 año 1 Volúmen 1. Grupo Internacional Editorial, S. A. de C.V. México, D.F. mayo del 2001.

ZINDER, MIKE.

"Waves of interference slow digital tv" USA Today. 27 octubre 1999. U.S.A. p. 7d.

ZWINGLE, ERLA.

"Los bienes circulan (...) las ideas circulan y las culturas cambian". National Geographic. Suplemento del milenio: "las culturas: cultura global" Editorial Televisa, S.A. de C.V. México, D.F agosto de 1999.

PELÍCULAS Y PROGRAMAS DE TELEVISIÓN.

BBC, LA AVENTURA DEL HOMBRE:

"TESTIGOS DE LA HISTORIA: REFLEXION ACERCA DEL FIN DEL SIGLO" ONCE TV, MÉXICO, D.F. 27 DE OCTUBRE DE 1999 DE 9.00 A 10:00 HORAS.

TELEVISA, CANAL 2:

"HOY" 6 DE FEBRERO DEL 2000. 9:00 A 12:00 HORAS.

TELEVISA. CANAL 4:

"TIEMPO DE HERRAMIENTAS" 5 DE OCTUBRE DE 1999 18 30 A 19 00 HORAS.

MTV (MUSIC TELEVISIÓN):

"BEHIND THE SCENES" 18 DE ENERO DEL 2000 21:00 A 22:00 HORAS.

TELEVISA, CANAL 9:

"EL CHAVO DEL 8" 23 DE OCTUBRE DE 1999 17:00 A 18:00 HORAS.

TELEVISA. CANAL 4:

"HIELO MORTAL" CICLO CINEVISIÓN. 7 DE JULIO DE 1999. 16 A 18 HORAS.

ART LINSON PRODUCTIONS, FOX 2000 PICTURES, REGENCY ENTERPRISES, TAURUS FILM.

"EL CLUB DE LA PELEA". Alemania-Estados Unidos, 1999. (139 minutos).

Director: David Fincher Guionista Jim Uhls. Basada en la novela del mismo nombre escrita por Chuck Palahniuk. Actores principales: Edward Norton y Brad Pitt.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS.

<http://www.unitec.edu/biblioteca/fibra/tm1> Consultado en octubre de 1999.

<http://www.unitec.co/biblioteca/fibra/tm1fo.html1>
Consultado en octubre de 1999.

<http://www.geocities.com/collegetpark/5025/dictadura.htm>
Consultado en octubre de 1999.

<http://www.mediametrie.com>
Consultado el 16 de junio del 2001.

<http://www.etcetera.com.mx/pag41ne5.asp>
Consultado el 16 de junio del 2001.

<http://www.etcetera.com.mx/pag20ne6.asp>
Consultado el 16 de junio del 2001.

ENTREVISTAS

LIC. MARCELA CENICEROS.

Directora de la Compañía Metria, S.C. Entrevista realizada durante el coloquio "Estrategias de Marketing en la Producción de Televisión", realizado del 26 al 27 de noviembre de 1999 en la Casa de la Cultura Jesús Reyes Heróles, de la Delegación Coyoacán. México D.F.

DR. GIUSEPPE AMARA PACE.

Médico, Psiquiatra, Psicoanalista, Psicoanálisis Social Discípulo de Erich Fromm en el Instituto Mexicano de Psicoanálisis A.C. Es miembro certificado del Consejo Mexicano de Psiquiatría desde 1975 y del Instituto Mexicano de Psicoanálisis, A.C. y miembro del Área de Salud de la World Sustainable Agriculture Association, con sede en Tokio, Japón. Autor de los libros: "la Violencia en la Historia", "El hombre imposible", "Cómo acercarse a la violencia" y "Una interpretación del Psicoanálisis para el Siglo XXI", entre otros.

Entrevista realizada en octubre de 1999 en la Ciudad de México.

DR. SANTIAGO GENOVÉS:

Doctorado en Antropología en Cambridge, Inglaterra. Investigador Emérito del Instituto de Investigaciones Antropológicas de la UNAM. Premio Internacional de la Paz, 1968. Premio de la Academia de la Investigación Científica en el Área de Ciencias Naturales, 1968. Autor de más de 40 libros, sobresalen sus investigaciones sobre la violencia humana y sus causas.

Entrevista realizada en noviembre de 1999 en Cuernavaca, Morelos

ARQUITECTA SARAH TOPPELSON:

Presidenta de la Unión Internacional de Arquitectos, México, D.F.

Promotora y constructora de vivienda popular. Maestra de Arquitectura en la Universidad Anáhuac.

Entrevista realizada en noviembre de 1999 en la Ciudad de México.

ING. FAUSTO LEAL ESPINOZA:

Experto en automatización de sistemas biofísicos robotizados con láser. Controles eléctricos y automáticos asistidos por computadoras para máquinas y procesos biológicos e industriales. Gerente general de Controles Eléctricos Avanzados, S.A. de C.V. (empresa mexicana para la investigación científica y el desarrollo tecnológico, fundada en marzo de 1974).

Entrevista realizada en septiembre de 1999 en la Ciudad de México.