

• Julio Cabero Almenara  
Sevilla

## ¿Pero sigue existiendo la televisión en un universo global de comunicación?

Does the TV shel exit in a global universe of communication?

Diferentes han sido las revoluciones de la historia de la comunicación humana, que han ido desde la calzada romana, hasta la imprenta, la radio, la televisión e Internet. Aunque es cierto que Internet va ganando terreno como medio de comunicación de masas, también lo es que hoy por hoy el único medio globalizado es la televisión, y ello es debido a una serie de motivos como volumen de usuarios, globalización y presencia mundial, impacto, volumen de duplicación de aparatos, calidad del medio, y multiétnico. En el ecosistema de comunicación mediático televisivo se han producido una serie de hechos que han cambiado las ideas iniciales que teníamos de él como medio, como son: una mayor comprensión de su funcionamiento como medio, la privatización y la creación de club mediáticos culturales, la participación del público, y la convergencia de las tecnologías. El artículo finaliza reclamando la existencia de un nuevo tipo de telespectador, más crítico para decodificar mejor los mensajes que son transmitidos por el medio.

The variety of revolutions in human communication history goes from the Roman roadway to the printing, radio, TV and Internet. At present, the only global media is the TV due to audience, quality, globalization, world presence, impact, sets duplication. Anyway, we cannot forget that is the TV communication ecosystem a series of facts have changed the initial ideas that we had. These facts are a bigger knowledge of its working, privatizations and media clubs creation, the audience participation and the convergence of technologies. Finally, the paper claims for a new viewer, more critical and analytic, who could decode the messages transmitte by media.

### DESCRIPTORES/KEY WORDS

Televisión, medios de comunicación de masas, globalización, telespectador.  
Television, mass media, globalization, viewer.

Diferentes han sido las revoluciones de la historia de la comunicación humana, y aunque con el riesgo de caer en

la simplicidad, podríamos decir que la primera fue la calzada romana o el sistema de comunicación terrestre creado por los incas, que permitió la extensión y el desarrollo del cristianismo y la extensión de su civilización; la segunda, la de la imprenta, que extendió las ideas de la Reforma por toda Europa y facilitó el pen-

❖ Julio Cabero Almenara es catedrático de la Universidad de Sevilla (España) y director del Secretariado de Audiovisuales de la misma Universidad (cabero@us.es).

sar que ya no fuera necesario que nadie le contara a uno los hechos y los acontecimientos, sino que uno mismo podía acceder a la información; la tercera, la de la radio, que volvió a despertar el interés por la oralidad, y facilitó el acercamiento a la información sin la necesidad de que las personas tuvieran un dominio de los códigos específicos para acceder a ella; la cuarta, la de la televisión, el verdadero medio de comunicación globalizado, que facilitó la construcción del mundo como «aldea global», aunque desde los inicios este medio mostró dos tendencias que han configurado su historia: la recepción pasiva de la información y el concepto de cultura mosaico; y la quinta, la de Internet, que favorece la globalización, la extensión de la información, y pone a disposición del usuario nuevas herramientas de comunicación que facilitan la construcción de información por los usuarios. Esta última está suponiendo un verdadero cambio en todo el ecosistema de comunicación y, en cierta medida, parece ser como si todo fuera Internet. Las «http», las «www», o las «@» están llegando a ser símbolos comunes de nuestra sociedad actual, incluso se acuñan términos para hacer con ellos referencia a su no utilización como los de «exclusión» o «brecha digital» (Cabero, 2005b). Sin embargo, no debemos olvidar que a la televisión se le puede aplicar la estrofa de la canción de Pablo Tamagnini: «pero sigo siendo el rey». Su importancia es de tal forma que las posiciones negativas hacia ella han venido tanto desde la derecha como desde la izquierda. Mientras que la derecha la ha visto con recelos por su añoranza de una cultura libresca, tradicional y elitista, la izquierda ha resaltado su papel como instrumento de dominación ideológica del poder (Pindado, 1997: 25).

En los momentos actuales en los que vivimos, en eso que algunos han denominado como «sociedad del conocimiento», las tecnologías de la información y la comunicación se han convertido en su elemento medular. Todo parece girar en torno a ellas, desde la economía hasta la cultura, sin olvidarnos de la educación y el ocio.

Las últimas décadas han traído fuertes consecuencias en el desarrollo de la comunicación mediática y ello se ha debido a una serie de aspectos, entre los que podemos citar los siguientes:

- La aparición de nuevas tecnologías en el universo de la comunicación.
- La aparición de nuevos usuarios.
- La aparición de nuevos tipos de usuarios.
- La aparición de nuevas modalidades de utilización de las tecnologías.

Posiblemente nunca en la historia de la comunica-

ción han aparecido de forma tan rápida, y algunas con una penetración casi inmediata en la sociedad, como en las tres últimas décadas, tecnologías para la información y la comunicación del ser humano. En muy corto período de tiempo a las tecnologías tradicionales –televisión, radio y cine– se les han incorporado otras que incluso las han desplazado como preferencia para el consumo, que van desde Internet, Internet 2, los videojuegos, los multimedia, los vídeos –tanto en su modalidad de reproducción como de grabación–, los MP3, la videoconferencia, hasta la realidad virtual.

La aparición de nuevas tecnologías ha supuesto la transformación de las concepciones tradicionales que teníamos sobre las mismas, de manera que lo que anteriormente iba por aire se comienza a desplazar por tierra (por ejemplo: la televisión), y lo que iba por tierra se distribuye por aire (por ejemplo: el teléfono). Y ello en un constante cambio, como por ejemplo podemos ver en la transformación que en los últimos años está sufriendo Internet.

Por otra parte no podemos olvidarnos que el número de usuarios que se incorpora al consumo de las TIC es cada vez mayor, como consecuencia de una serie de variables: el aumento de la población, la mejora de la «calidad de vida» en la sociedades occidentales, la mayor facilidad para acceder a la tecnología, y la disminución de la edad a la que comienzan a consumirlas. Tal es su impacto que en estas sociedades se empieza a hablar de otra serie de problemas asociados con su consumo como son los de aislamiento y construcción de una realidad mediática diferente a la realidad sociocultural en la que viven, o la formación de un mundo de soledades conectadas.

Pero su influencia no debemos percibirla únicamente por el aumento del volumen de usuarios y de la edad con que éstos se incorporan al consumo mediático, sino también por la diversidad de usos que hacen de las tecnologías de la información de la comunicación, aspecto que ya traté en otro lugar (Cabero, 2005a), y por ello aquí no me voy a extender, pero simplemente diré que los jóvenes hacen un uso más activo de las tecnologías que lo que podían hacer los de sus mismas edades en las décadas anteriores. Se podría decir que posiblemente lo hagan porque las tecnologías se lo permitan, pero yo creo que también porque su nivel de curiosidad, de facilidad de interaccionar con ella, o porque el «miedo a la libertad», utilizando el título de una de las obras de Erich Fromm, sea menor que el de nuestras generaciones.

Y por último, por la aparición de nuevas modalidades de utilización, que hacen que el usuario se convierta en uno más activo que pasivo, pudiendo ser per-

fectamente un constructor más significativo de mensajes, tanto por su producción directa en la realización de un vídeo, o indirecta, por la construcción de un nuevo discurso a partir del elaborado por el autor debido al desplazamiento hipertextual e hipermedia que realice sobre el «texto» digital; texto y contexto se convierten de esta forma en una nueva realidad discursiva.

Y tenemos que ser conscientes de que estos aspectos no producen exclusivamente consecuencias de tipo estética y mediática, sino también culturales, psicológicas y sociológicas. Estamos de acuerdo con Postman (1994: 15) cuando señala: «es una equivocación el suponer que cualquier innovación tecnológica tiene un efecto unilateral. Toda tecnología supone una carga como beneficio; no lo uno o lo otro, sino lo uno y lo otro». Para continuar diciendo en otro lugar: «Además, y todavía más importante, no siempre está claro, al menos en las primeras fases de la introducción de una tecnología en una cultura, quién saldrá más beneficiado de ella y quién más perjudicado. Esto es así porque los cambios forjados por la tecnología son sutiles, por no decir completamente misteriosos o incluso se diría que azarosamente impredecibles» (Postman, 1994: 23-24).

No cabe la menor duda de que en esta galaxia mediática de la comunicación, la tesis de Echevarría (1999), referida a que las nuevas tecnologías de la información y comunicación y las telecomunicaciones (NTIT) están posibilitando la emergencia de un nuevo entorno social que difiere profundamente de los entornos naturales (E1) y urbanos (E2) en los que tradicionalmente han vivido y actuado los seres humanos, es significativa, y sugiere nuevas formas de interaccionar. De forma que si el primer entorno (E1) es el natural —el sujeto domina mediante la aplicación de la técnica, que es lo contrario de la adaptación del sujeto al medio, sino más bien la adaptación del medio al sujeto—, el segundo entorno (E2) ya no es natural, sino cultural y social, y se puede denominar como entorno urbano. Mientras que el tercer entorno está posibilitado por siete tecnologías: teléfono, radio, televisión, el dinero electrónico, las redes telemáticas, los multimedia y los hipertextos; es por tanto el resultado del avance de una tecnociencia, y por tanto sólo ha podido tener lugar en aquellos países

evolucionados. Este tercer entorno establece distintas diferencias respecto a los dos anteriores, entre las cuales, por no extendernos demasiado, podemos apuntar la necesidad de no estar cerca de un objeto para apropiarnos de él, la no necesidad de capturar el objeto ya que es suficiente con su representación, son contextos de comunicación no naturales sino artificiales —sin que ello suponga un aspecto valorativo—, permiten una comunicación tanto sincrónica como asincrónica, no existe la movilidad física sino la electrónica, etc.

Estos cambios están suponiendo nuevas modalidades de aproximación al fenómeno comunicativo, y desde diferentes perspectivas mediáticas. De todas formas, no podemos olvidarnos que la televisión sigue siendo uno de los medios más significativos, por no decir el más significativo, dentro del sistema comunicativo mediático al cual podemos acceder. Como señala acertadamente Hartley (2000: 206), aunque pa-

**Aunque Internet va conquistando terreno como medio de comunicación social, y es cierto que en determinadas culturas occidentales se está convirtiendo en el medio más utilizado por los jóvenes, también lo es que en el conjunto de la sociedad, la televisión sigue siendo el medio por antonomasia para todos los colectivos independientemente de su edad, género, clase social, y formación cultural.**

rece que con el desarrollo de las nuevas tecnologías el interés por la televisión haya decaído, la realidad es que la «televisión en su forma clásica» de emisión todavía es preeminente a nivel cultural, si no tecnológico. Aunque los promotores de lo nuevo pasen a nuevas cuestiones excitantes, la televisión sigue ahí... Entre las audiencias, los públicos y los consumidores de todos los países conocidos, es la programación televisiva y la cultura de la televisión, no las nuevas tecnologías, lo que atrae la atención. Para nosotros ello es debido a una serie de motivos: volumen de usuarios, globalización y presencia mundial, impacto, volumen de duplicación de aparatos, calidad del medio, y multiétnico. Aunque Internet va conquistando terreno como medio de comunicación social, y es cierto que en determinadas culturas occidentales se está convirtiendo en el medio más utilizado por los jóvenes, también

lo es que en el conjunto de la sociedad, la televisión sigue siendo el medio por antonomasia para todos los colectivos independientemente de su edad, género, clase social, y formación cultural. No podemos olvidar que la televisión es uno de los medios, respecto al cual invertimos mayor número de horas de nuestras vidas. Pero no sólo debemos tener en cuenta el número de usuarios que interaccionan con el medio, sino también que es el medio, posiblemente con la radio, más globalizado, en el sentido de que su presencia es más constante en los diferentes escenarios del planeta. De él, y creo que no me equivoco, nunca se ha hablado de brecha digital o analógica, como está ocurriendo con Internet (Cabero, 2005b). Como anécdota diré que hace poco un grupo de profesores de distintas universidades españolas estuvimos en el Parque Natural de Canaima (Venezuela), un lugar maravilloso y se-

sólo cuestión de presencia, sino también del impacto que ha tenido, que no es tan influyente como desde ciertos sectores se nos quería hacer creer, ya que los efectos mediáticos no son unidireccionales, sino que el público con sus habilidades, actitudes y predisposiciones determina, consciente o inconscientemente su grado de influencia. Orozco (1996: 20) señala que: «si bien la televisión no es el medio todopoderoso que se creyó que era por mucho tiempo, y por lo cual se le ha temido tanto, tampoco es un medio inocuo ni neutral. No es neutral porque la televisión es, a la vez que medio, una institución, y como tal está necesariamente determinada de maneras específicas en las distintas sociedades. No es casual que la televisión actualmente en la mayoría de los países esté en manos del gran capital, y exista a gracias a sus alianzas con el poder político, conformando el bloque de poder. No es inocua, porque como medio, la televisión tiene un potencial intrínseco que ejerce por lo menos una mediación en su audiencia al estimular su percepción y sus hábitos cognoscitivos y lingüísticos de cierta manera y no de otra».

En consecuencia, no podemos olvidar que ha sido –y lo es– el medio mediático que más ha influido en la configuración de una visión de la Humanidad, aunque el que lo haya hecho o no en una dirección correcta es otro cantar. Pero no podemos dejar de reconocer que en el avance de las democracias occidentales, algo ha

**Si la televisión de los inicios era una televisión pasiva, es decir, una televisión donde los receptores únicamente desempeñaban el papel de receptores, la nueva televisión permite que los usuarios sean más activos e interactivos, existiendo formatos de programas de televisión que permiten la participación del usuario, tanto en el programa como a través de la realización de videomensajes que son emitidos por el mismo.**

miperdido, pero curiosamente con la existencia de parabólicas en medio de la selva para recibir programas de televisión. Me decía un profesor de la Universidad de Texas, mientras cenábamos después de una jornada compleja hacia el Salto del Ángel, que era llamativo que nosotros estuviéramos cenando y un televisor emitiera una película de «chinos», y además los únicos que lo observaban eran los habitantes de la zona. Era también sugerente que cuando desayunábamos un televisor mostraba un programa de música realizado en el DF mexicano. La televisión ha llegado, nos guste o nos disguste, a todas las partes del planeta, y además creo que no me equivoco, aunque no dispongo de datos, que lo ha hecho en un período tan corto de tiempo como no había ocurrido antes con otra tecnología de la información y la comunicación. Pero no es

tenido que ver la televisión como medio sociológico de masas al ofrecer realidades diferentes; aunque ello por sí mismo no es suficiente, como perfectamente observamos en algunos países latinoamericanos y asiáticos.

Su importancia es tal que nos encontramos con que es uno de los medios que está adquiriendo una doble presencia, por el volumen de aparatos que comienzan a estar presentes en los hogares. Si anteriormente la TV ocupaba el espacio principal del salón de nuestros domicilios, en la actualidad en diferentes hogares tiene una presencia en diferentes habitaciones, para atender a los gustos de los distintos miembros de la familia. No cabe duda de que está repercutiendo en la configuración de espacios aislados y no comunicativos dentro de las propias familias. Otro de los motivos que nos lleva a plantear su significación es la calidad

que posee como medio, que podemos observarla desde diferentes perspectivas, que superan con creces a la mera tecnología. Es cierto que desde un punto de vista técnico ha sido uno de los medios que más ha avanzado en las últimas décadas, pasando de los equipos analógicos a los digitales, cambiando de formatos de producción de peso y coste elevados a formatos más pequeños y con estándares de producción de calidad más alta; sin olvidarnos en este sentido de los diferentes proyectos que han existido y existen para ampliar sus números de líneas, o las visiones que nos ofrecen los nuevos receptores de plasma que están surgiendo en el mercado.

Pero tal aumento de la calidad tenemos que percibirla también desde otras perspectivas como son la mejora de sus lenguajes de expresión con la incorporación del software informático a la producción de videomensajes, la creación de efectos especiales y la configuración de nuevas realidades expresivas. Ésta también podemos observarla por la tematización que están sufriendo los programas de televisión, para un público específico y con contenidos adaptados a sus necesidades, que van desde los programas informativos (CNN), de turismo (Viajar, People + Arts), de historia (Canal Historia), de documentales científicos (Discovery Channel), etc. Y por último de calidad, porque las sociedades están creando mecanismos específicos para controlar la calidad de las emisiones y respeto a una serie de valores mayoritariamente aceptados, como el respeto al género, la no agresividad a los menores, etc.; ejemplo de ello es Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Y por último, multiétnicos y en este sentido no estamos completamente de acuerdo con Sartori (1998: 117), cuando señala que «la cámara de televisión no llega a la mitad del mundo, lo que significa que existe un mundo oscurecido y que la televisión incluso consigue que nos olvidemos de él», ya que la realidad es que varios fenómenos están repercutiendo para que diferentes colectivos vean plasmadas sus posiciones, visiones del mundo e ideas en la televisión; como viene reflejado por el movimiento de las televisiones comunitarias, locales o por la aparición de fenómenos como el de «Al yasira» que contrarresta ofreciendo otra visión informativa de las comunidades árabes. Pero en este ecosistema de comunicación mediático televisivo se han producido una serie de hechos que han cambiado las ideas iniciales que teníamos de él como medio, como son:

- Una mayor comprensión teórica de su funcionamiento como medio comunicativo.
- La privatización y la creación de clubs mediáticos culturales.
- La participación del público.

- La convergencia de las tecnologías.

La investigación que se viene realizando en los últimos años, tanto desde el terreno de ciencias de la comunicación como de la educación y la sociología, está permitiendo alcanzar conocimientos más significativos respecto al comportamiento del medio al que nos referimos, tanto desde una perspectiva social como educativa. Así, vamos sabiendo las posibilidades reales de influencia que posee, las formas en las cuales debemos diseñar los materiales para facilitar los procesos de adquisición y retención de la información, o los impactos que tiene como instrumento formativo y las maneras más significativas en las cuales pueden ser utilizados en la enseñanza.

Por otra parte, la televisión, que en la mayoría de los países occidentales nació como servicio público, se ha ido o bien privatizando o ampliando su oferta con otras. Lo que de verdad ha repercutido para ofrecer, por una parte, otros puntos de vistas diferentes a los «oficialmente establecidos» y, por otra, la configuración de verdaderos «lobbies» culturales y políticos con fuerte presencia internacional. De esta forma, su influencia sobre la sociedad es máxima para la configuración y creación de una «adenda» ya no sólo de un medio específico, sino de una galaxia de ellos: periódicos, televisión, radio... que tienden a configurar en el ciudadano un estilo de pensamiento.

Si la televisión de los inicios era una televisión pasiva, es decir, una televisión donde los receptores únicamente desempeñaban el papel de receptores, la nueva televisión permite que los usuarios sean más activos e interactivos, existiendo formatos de programas de televisión que permiten la participación del usuario, tanto en el programa como a través de la realización de videomensajes que son emitidos por el mismo. Por otra parte, los nuevos formatos de televisión interactiva que se aproximan permitirán que los usuarios seleccionen con el mando, el plano, la toma, o la composición, llegando incluso a la posibilidad de elegir el personaje desde el que se desea continuar la narrativa de la historia.

Y por último, la convergencia que están sufriendo las tecnologías, y por supuesto entre ellas la televisión. Como señala Ojeda en un reciente trabajo (2004), se está produciendo un acercamiento entre las diferentes tecnologías imperantes, gracias a la digitalización y así «se habla del acercamiento o aproximación entre los medios audiovisuales de la radio y televisión digital con las telecomunicaciones y, en especial, a partir de la aparición de la televisión digital interactiva, sea terrestre, por cable o vía satélite, la incorporación de la imagen en movimiento de larga duración en Internet de

banda ancha y, en un futuro muy próximo, dentro de su integración como servicios y aplicaciones de la comunicación móvil aportada por la reciente telefonía celular». En otras palabras, las tecnologías van a configurar un nuevo entramado mediático comunicativo, de forma que el todo no sea igual a la suma de las partes, y las posibilidades que le ofrecerán al usuario serán mayores que las que permiten de forma individual.

Para finalizar estas referencias a la convergencia, puede ser importante que nos detengamos unos instantes en los comentarios que nos realiza Ojeda (2004), y que se refieren a que podemos distinguir entre dos tipos de convergencia: «En el primer tipo de convergencia, se trata de la fusión entre las diversas tecnologías utilizadas para ofrecer y transmitir simultáneamente a sus usuarios reales y potenciales, comunicaciones audiovisuales y multimedia interactivas como el teléfono, la videoconferencia, la radio, la televisión, el teletexto, Internet, etc., ya sea por cable, fibra óptica, redes inalámbricas o satélite... en el segundo tipo de convergencia digital, y gracias a la gran flexibilidad que procura la comunicación digital interactiva, se trata de la integración de los diversos tipos de contenidos creados a partir de diferentes tipos de lenguajes o soportes comunicativos, ya sean visuales (textuales alfanuméricos, gráficos, iconográficos), sonoros, audiovisuales o multimedia. Con todo ello, se puede tener un nuevo modo de presentar y de utilizar la información que se transmite o distribuye de diferentes maneras, y dentro de una misma difusión sobre diversas plataformas tecnológicas». De todas formas e indepen-

dientemente de la convergencia a la que nos refiramos, entraremos en un nuevo universo donde la televisión cambiará de forma rigurosa respecto a las percepciones que de ella tenemos en la actualidad. Pero en esta nueva situación deberemos preguntarnos fundamentalmente por el telespectador. Ante la nueva situación que se presenta, y aunque ha sido ya reclamado por diferentes autores (Aguaded, 1999), creemos necesario finalizar reivindicando la necesidad de un telespectador más crítico y analítico, que pueda obtener el máximo de posibilidades de la televisión interactiva y convergente de tecnologías que se acercan.

### Referencias

- AGUADED, J.I. (1999): *Convivir con la televisión*. Barcelona, Paidós.
- CABERO, J. (2005a): «Cibersociedad y juventud: la cara oculta (buena) de la Luna», en AGUIAR, M.V. y FARRAY, J. (Coords.): *Un nuevo sujeto para la sociedad de la información*. La Coruña, Netbiblo; 13-42.
- CABERO, J. (2005b): «Reflexiones sobre la brecha digital», en SOTO, F. y RODRÍGUEZ, J. (Coords): *Tecnología, educación y diversidad: retos y realidades de la inclusión digital*. Murcia, Consejería de Educación y Cultura; 23-42.
- ECHEVARRÍA, J. (1999): *Los señores del aire: telépolis y el tercer entorno*. Barcelona, Destino.
- HARTLEY, J. (2000): *Los usos de la televisión*. Barcelona, Paidós.
- OJEDA, G. (2004): *Análisis de tecnologías convergentes de información y comunicación en el ámbito educativo*. Madrid, CNICE.
- OROZCO, G. (1996): *Televisión y audiencias: un enfoque cualitativo*. Madrid, De la Torre.
- POSTMAN, N. (1994): *Tecnópolis*. Barcelona, Círculo de Lectores/Gutenberg.
- SARTORI, G. (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus.