



GOBIERNO  
DE ESPAÑA

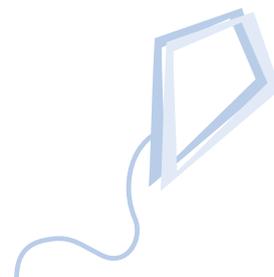
MINISTERIO  
DE EDUCACIÓN,  
POLÍTICA SOCIAL Y DEPORTE

mepsyd

# LA TELEVISIÓN, UNA MIRADA CRÍTICA

Eladio Bergondo Llorente  
Juan Carlos Flórez López

MEDIOS AUDIOVISUALES



Aula  
MENTOR



Nipo: 660-08-231-6

Coordinación pedagógica:  
**Verónica Borrego Polo**

Diseño gráfico:  
**Lorena Gordo López**

# **TELEVISIÓN: UNA MIRADA CRÍTICA**



## Índice

	Página
<b>Unidad didáctica 1. La comunicación y el lenguaje audiovisual.....</b>	<b>9</b>
1. La comunicación como proceso. Elementos: emisor, mensaje, receptor y retroalimentación.....	11
2. Medio, signo y código.....	13
3. La comunicación audiovisual mediante la imagen y el sonido usando medios técnicos. ....	15
 <b>Unidad didáctica 2. Relación entre imagen y realidad. Tipos de imagen. Imagen e intención comunicativa. ....</b>	 <b>21</b>
1. Imagen y realidad. ....	22
2. La formación de imágenes como fenómeno físico. ....	26
3. La imagen y los medios. Tipos de imagen. Unicidad y multiplicidad. ....	28
4. Imagen e intencionalidad comunicativa. ....	32
 <b>Unidad didáctica 3. Lectura e interpretación de imágenes. ....</b>	 <b>39</b>
1. Imagen y significado. ....	41
2. La reducción de la polisemia. ....	44
3. Las comunicaciones inadvertidas. ....	48
4. El emisor y el receptor en el proceso de comunicación mediante la imagen. ....	51
5. La situación de comunicación. ....	54
6. Niveles de lectura de las imágenes. ....	56
 <b>Unidad didáctica 4. Los principios de la ilusión de movimiento y el nacimiento del cine. Cine y televisión. ....</b>	 <b>65</b>
1. Los principios de la ilusión óptica de movimiento. ....	67
2. El nacimiento de la cinematografía. ....	67
3. La película y el formato. Cine y televisión. ....	69
 <b>Unidad didáctica 5. La televisión: fundamentos técnicos. ....</b>	 <b>77</b>
1. Captación y reproducción de la imagen televisiva. ....	79
2. La formación de la imagen en la pantalla del televisor. ....	81
3. La captación del sonido. ....	85
3.1. La naturaleza del sonido. ....	85
3.2. El micrófono. ....	86

4. La transmisión televisiva y su recepción. ....	88
4.1. La transmisión. ....	88
4.2. La recepción. ....	91
5. El futuro es digital: la TDT (Televisión digital terrestre). ....	92
6..La era HD (Alta definición) ¿Futuro o Marketing? ....	94
7..Elegir un televisor: una aventura. ....	96
7.1 Revolución en el salón. ....	98
<b>Unidad didáctica 6. La comunicación audiovisual en televisión. ....</b>	<b>107</b>
1. La televisión, algo más que un electrodoméstico: un medio de comunicación de masas. ....	109
1.1. Los medios de comunicación de masas y sus características. ....	109
1.2 Globalización, medios de comunicación de masas y poder. ....	111
1.3 Televisión y televidentes. ....	117
2. La televisión como medio de comunicación y de conocimiento de la realidad: La construcción social de la realidad a través de los medios. ....	119
<b>Unidad didáctica 7. La Televisión ¿Ocio o negocio? ....</b>	<b>127</b>
1.- La televisión: ¿Ocio y qué más? ....	129
1.1.- La televisión en el Estado español. ....	129
1.2.- La televisión y la actividad económica: ¿en qué consiste el negocio? ..	131
2.- ¿Qué es y cómo funciona la publicidad? ....	143
2.1.- La organización de la actividad comercial publicitaria en televisión. ....	149
3.- Los cambios en la comunicación televisiva hacen cambiar también a la publicidad. ....	156
3.1.- Fórmulas de inserción de la publicidad en TV: del anuncio directo al "bartering". ....	160
3.2.- ¿Cómo hacer negocio atrayendo al espectador?: del primitivo espanto de la teletienda a las nuevas formas de seducción. ....	170
4.- Televisión participación e interacción. ¿Interacción: qué y para qué? ....	176
4.1.- Los beneficios de la interacción unificada y controlada: ¿La TDT y la interacción un nuevo horizonte para la publicidad, las actividades comerciales y el consumo? ....	177
5.- Los límites de la publicidad en televisión. ....	183
<b>Unidad didáctica 8. Televisión y televidente. ....</b>	<b>197</b>
1. ¿Qué es la audiencia? Conceptos fundamentales. ....	199
1.1 ¿Cómo diseñan las cadenas su programación, o más bien en función de qué?: El <i>target</i> comercial televisivo. ....	205
1.2 La audimetría: fiabilidad y repercusiones. ....	206

---

1.3 Televisión, programación y ritmo de la vida cotidiana. Las bandas horarias. ....	213
2. La programación y sus funciones: informar, entretener y formar. ....	221
2.1. La función informativa. ....	228
2.1.1 La noticia y las fuentes. ....	228
2.1.2 Las fuentes de la información televisiva. ....	232
2.1.3 Características de la información televisiva. ....	234
2.1.4 La construcción de la realidad social. La ética informativa. Información y opinión. Censura y persuasión. Propaganda y Opinión Pública. Manipulación y desinformación. ....	236
2.1.5 Los debates y la opinión pública. ....	256
2.2. La función de entretenimiento. ....	258
2.2.1 El espectáculo permanente. ....	258
2.2.2 El último grito: del "reality show" a la "tele-realidad". ....	261
2.2.3 La basura televisiva: del amarillo al rosa. Morbo, escándalo y nivel de audiencia. ....	265
2.2.4 Ficción y entretenimiento: cine, series y culebrones en televisión. ....	272
2.2.5 Infancia, juventud y televisión. ....	278
2.3 La función cultural ....	287
2.3.1 Los espacios culturales. ....	287
2.3.2 Cultura ideología y comunicación. ....	288
2.3.3 Cultura e ideología en los medios. ....	292
2.3.4 Ideología y televisión. ....	292
Unidad didáctica 9. <b>La comunicación televisiva y sus efectos.</b> ....	303
1. Televisión y formación: diversión y consumo. ....	305
2. Televisión, formación y conducta: estereotipos y roles sexuales en la publicidad. ....	309
3. La imagen de los niños y las niñas a través de la publicidad sobre juguetes. ....	310
4. La imagen de los jóvenes en la publicidad. ....	314
5. Para ellas/para ellos. ....	316
6. El papel del sexo como motivación para el consumo. ....	321
7. Ficción y representación de la realidad en las imágenes publicitarias televisivas. ....	323
8. La televisión y la globalización. La supresión de las barreras espacio-temporales y sus efectos sobre los modos de vida: la aculturación y el colonialismo cultural. ....	327
9. La necesidad de un código ético: autorregulación y consejos audiovisuales. ....	332

Unidad didáctica 10. <b>Evolución de la comunicación audiovisual en la sociedad contemporánea.</b> .....	343
1. La comunicación en sus orígenes y su evolución. ....	345
2. Presente y futuro de los medios de comunicación audiovisual. ....	350
2.1 Nuevos sistemas de almacenamiento y presentación. ....	350
3 La comunicación televisiva frente al futuro. ....	351
 Unidad didáctica 11. <b>Televisión educativa.</b> .....	 359
1. ¿A qué llamamos televisión educativa? .....	361
2. La televisión educativa en el mundo. ....	362
3. La televisión educativa en España. ....	365
3.1 La Aventura del Saber. ....	368

**UNIDAD DIDÁCTICA 1**  
**LA COMUNICACIÓN Y EL LENGUAJE AUDIOVISUAL**

### **Objetivos**

- Comprender el concepto de comunicación como proceso.
- Conocer los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.
- Introducirse en la evolución de la comunicación mediante la imagen.

### **Contenidos**

1. La comunicación como proceso. Elementos: emisor, mensaje, receptor y retroalimentación.
2. Medio, signo y código.
3. La comunicación mediante la imagen.

### **Conocimientos previos**

- Ninguno en concreto. Es el punto de partida para comprender desarrollos posteriores.

## 1. LA COMUNICACIÓN COMO PROCESO. ELEMENTOS: EMISOR, MENSAJE, RECEPTOR Y RETROALIMENTACIÓN

En nuestra vida cotidiana todos nos comunicamos emitiendo mensajes constantemente, de una manera directa mediante la palabra, los gestos con los que expresamos nuestra alegría, tristeza, asombro, disgusto... o mediada, como cuando escribimos o utilizamos instrumentos como el claxon o las indicaciones luminosas. También somos receptores de las comunicaciones de otros, de sus palabras, gestos, escritos o signos realizados con medios diversos, dibujos y gráficos, fotografías, películas y programas televisados... etc.

Pero ¿qué es comunicar? Si buscamos la palabra en un diccionario encontraremos definiciones parecidas a estas: "Poner en común"... "Hacer partícipe a otra persona de algo que se tiene"... "Propagar, difundir lo que uno tiene"... "Transmitir a alguien sentimientos, costumbres..."

"Comunicar" es, entonces, establecer un proceso mediante el que alguien emprende un conjunto de acciones, que son percibidas por otras personas, que lo interpretan y le dan un sentido.

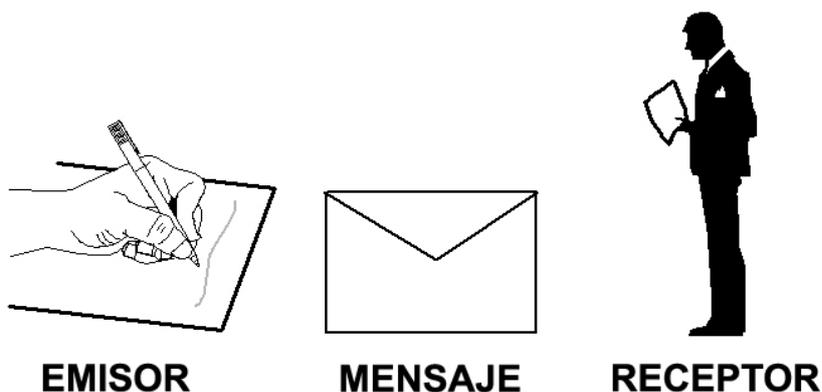


Figura 1

La comunicación, como hemos visto, es un proceso. En el proceso comunicativo existen tres elementos principales:

- El emisor.
- El mensaje.
- El receptor.

El emisor inicia el proceso comunicativo, emite un mensaje, con la intención de que llegue a un receptor.

Éste es el esquema que todos utilizamos, por ejemplo, cuando hablamos o escribimos una carta, es decir, cuando nos comunicamos con otra persona. A su vez, esa persona nos puede responder (de forma hablada, escrita o mediante los gestos que haga), reiniciando el proceso de comunicación.

La respuesta que el receptor devuelve al emisor se llama "retroalimentación".

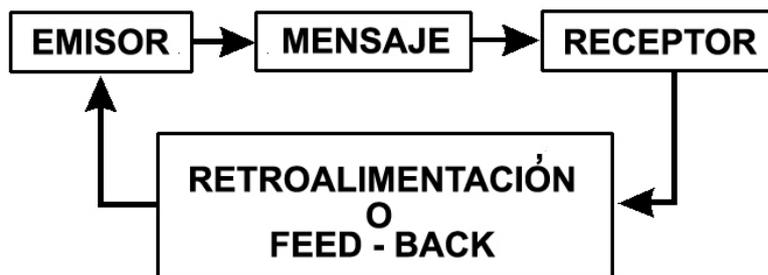


Figura 2

Al producirse la retroalimentación, el receptor se convierte en emisor y el emisor en receptor, reiniciándose el proceso de comunicación.

### Ejemplos:

#### Proceso de comunicación verbal

1. Una persona camina por una población que no conoce y busca una calle determinada, como tiene dudas sobre si va en dirección correcta, decide preguntar (inicia un conjunto de acciones, se convierte en emisor): *¿Me podría decir por dónde se va a la calle Mayor?*

Esta pregunta es el mensaje que es percibido por otra persona, que se convierte en receptor.

El receptor interpreta su mensaje y le da un sentido ("no sabe ir a la calle Mayor y quiere que le oriente").

El receptor responde indicándole la dirección que debe tomar (le devuelve una respuesta, que es a lo llamamos "retroalimentación").

Emisor y receptor han participado en un proceso de comunicación verbal.

#### Proceso de comunicación no verbal

2. Una persona camina por el campo y se encuentra con un perro. El perro empieza a ladrar y le enseña los dientes (inicia el proceso comunicativo, se convierte en emisor). El perro le comunica un mensaje que podría ser traducido como: *"ten cuidado porque te puedo morder"*.

El individuo se agacha, coge una piedra y mira fijamente al perro mostrándosela. Esta respuesta suya es la retroalimentación, (el mensaje que devuelve convirtiéndose así en emisor), y que el perro interpretará como *"yo también debo tener cuidado, porque este ser humano también me puede hacer daño"*.

Emisor y receptor han participado en un proceso de comunicación no verbal.

#### Actividad recomendada 1

Presta atención a procesos de comunicación de distinto tipo (verbales, y no verbales), tratando de identificar los diferentes elementos y, sobre todo, cómo al efectuarse la retroalimentación el receptor se convierte en emisor y viceversa, reiniciándose el proceso.

## 2. MEDIO, SIGNO Y CÓDIGO

El ser humano ha ido desarrollado a lo largo de su existencia nuevos tipos de comunicación en un proceso de perfeccionamiento progresivo. Tras el gesto y el grito apareció el lenguaje verbal, pero también desarrolló la comunicación mediante signos visuales, los adornos sobre el cuerpo de los pueblos primitivos, las señales que marcaban un territorio; las pinturas en las cuevas prehistóricas constituyen una muestra de los primeros signos visuales creados por los grupos humanos.

El signo es un medio para transmitir una información, para indicar lo que se quiere comunicar.

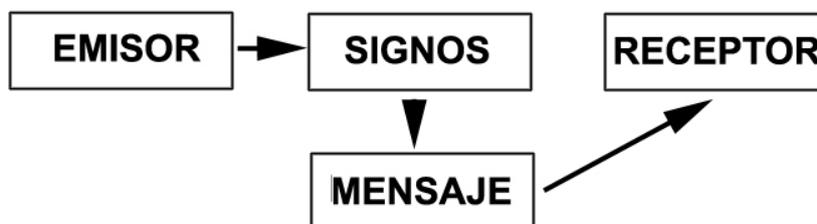


Figura 3

El signo tiene un carácter intencionado y su misión es comunicar algo, es algo que tiene un valor de sustitución en un proceso de comunicación.

Todos los seres vivos se comunican entre sí, utilizando distintos signos que componen diferentes lenguajes y son transmitidos por medios diversos. Los "pieles rojas" pintaban su cuerpo para transmitir el mensaje de que estaban en pie de guerra, los marinos antiguamente se tatuaban un ancla para indicar su condición de tales, los perros se comunican, entre otras cosas, mediante la posición de su rabo, las abejas, volando de formas determinadas...

Los signos han de ser difundidos a través de un instrumento o soporte, el cuerpo para los tatuajes, pinturas corporales, gestos o movimientos; la palabra para el lenguaje hablado, etc.

Por medio se entiende lo que sirve de soporte a la comunicación (la prensa, las cartas, el teléfono, un retablo en una iglesia, la fotografía, el cine, el vídeo, etc.).

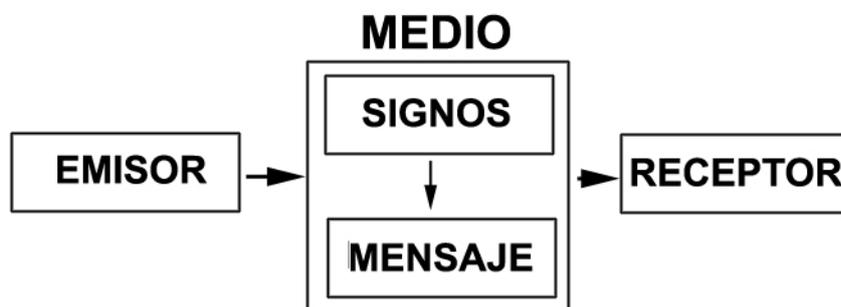


Figura 4

El ser humano inventó diversos medios que sirvieron como soporte a su necesidad de comunicarse. A partir de los gestos y gritos fue capaz de inventar lenguajes articulados cada vez más abstractos y complejos. Fijó sus mensajes haciéndolos independientes del momento mediante inscripciones, pinturas rupestres, música, tradiciones orales y danzas rituales. Desarrolló sistemas de transmisión del pensamiento independientes de la palabra hablada mediante la escritura, y mediante la imprenta pudo reproducir mecánicamente la