

LECTURA Y UNIVERSIDAD

*Puertas a la Lectura 19:
Lectura y Medios de Comunicación*



ÍNDICE

Presentación del monográfico de “Puertas a la lectura”.

Lectura y medios de comunicación,

Agustín Vivas Moreno 1

Lectura de la imagen televisiva:

Una aproximación desde la documentación.

Jorge Caldera Serrano 1

La literatura juvenil y los mitos y sagas fantásticas en el contexto de las nuevas tecnologías del S. XXI,

Eloy Martos Núñez y Ángel Suárez Muñoz 9

Nuevos métodos de difusión literaria:

Hacia la cultura digital,

José Agustín Sánchez Villalón 16

Lego-Lectores, los nuevos constructores de mundos,

Alberto E. Martos García 22

Las bitácoras o weblogs en los medios de información on-line de Extremadura,

Ana Castillo Díaz 25

Ficción radiofónica. Cienicienta programática, caleidoscopio narrativo

Ana Gragera Macías 33

Radio universitaria por Internet:

El caso de Onda Campus en la Universidad de Extremadura,

Daniel Martín Pena y José Antonio Montesinos Peña 41

Reflexiones sobre algunos bienes inmateriales en los medios de comunicación,

Miguel Ángel Encabo Vera 48

Sobre el concepto de comunicación en José Val del Omar.

Comunicación social, cinematografía, lenguajes audiovisuales, historia del cine, sociología,

Gerardo Palomo Pinto 51

Algunas consideraciones sobre las diferentes lecturas e interpretaciones de las imágenes,

Javier Trabadela Robles 59

El cine como recurso educativo para la prevención del maltrato infantil

Juan Manuel Moreno Manso 64

Las Tic (Tecnologías de la información y la comunicación) y los multimedia en parálisis cerebral,

Pedro Javier Montero y María Eladia Carrón Matos 81

A más tele-basura, a menos tele-cultura,

Soledad Ruano López 89

Interacciones sociales en red.

Nuevos valores del imaginario colectivo,

Tatiana Millán Paredes 94

La publicidad a debate desde la “crítica constructiva”,

María Victoria Carrillo Durán 98

El periodismo en la era digital.

Los periódicos digitales regionales: El caso de Hoy.es,

Sergio Suárez Ramírez 104

LECTURA Y MEDIOS DE COMUNICACION

Agustín Vivas Moreno

(Coordinador)

**Seminario Interfacultativo de Lectura
Vicerrectorado de Coordinación y Relaciones
Institucionales**

Edita:



Universidad de Extremadura
Vicerrectorado de Coordinación
y Relaciones Institucionales



DIPUTACIÓN
DE BADAJOZ

Depósito Legal

ISSN 1575-9997

Diseño y Maquetación: Código Gestión de la Información

Impresión: Diputación de Badajoz

Copyright: Puertas a la Lectura y Agustín Vivas Moreno
(Coordinador)

Portada: Alberto E. Martos García

Apoyo Documental: Sergio Suárez y Aitana Martos

PRESENTACIÓN DEL MONOGRÁFICO DE “PUERTAS A LA LECTURA” LECTURA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La lectura ha ampliado sus horizontes gracias primero a la revolución que encarnó la llamada Galaxia Marconi, es decir, la importancia creciente que adquirieron los medios audiovisuales (de la prensa al cine, o de la fotografía a la televisión) respecto a una cultura que se ha tildado de logocéntrica. En esta línea, el periodista Marshall McLuhan, con sus famosas premoniciones sobre la aldea global o con su aforismo de que “el medio es el mensaje”, nos invitaba, ya en los años 60, a sumergirnos en lo que hoy llamamos propiamente “cultura mediática”. En segundo lugar, no mucho tiempo después de estas “profecías” de McLuhan, la revolución de la sociedad de la información ha supuesto, con la digitalización, una aceleración de este proceso. Estamos, pues, en un ámbito cultural nuevo, en una cultura no sólo ya con una fuerte presencia de los medios de comunicación en nuestras vidas, sino que ha adquirido una dimensión virtual que está modificando también los hábitos de la lectura, que ya no se pueden desvincular de lo que se ha llamado “cibercultura”.

El mundo universitario, en particular, ha sido tradicionalmente reacio a estas nuevas prácticas culturales, porque lo que la comunidad académica valoraba era la publicación impresa, y lo impreso y la lectura convencional eran casi las únicas prácticas de prestigio. La comunidad universitaria, se dice, es conservadora y ritual, pero los nuevos modos de comunicación (v.gr. la información on line, el periodismo digital, los blogs, etc.) han supuesto sin duda una apertura de planteamientos. Estamos, como dice Hermann Hesse en “El lobo estepario”, en una época gozne o bisagra: aún están en pleno esplendor los frutos de la cultura de la imprenta, cuando ya destellan los “primicias” de la cultura digital, y de hecho Internet se ha convertido en la auténtica imprenta del s.XXI. Y, en las épocas de crisis o de transición, ya se sabe, persiste una gran confusión, lo “nuevo” que se alumbraba no termina de definirse y lo “viejo” aún impone su per-

cepción de la realidad. Aunque tampoco se trata de que haya un antagonismo entre cultura impresa y cultura digital, o de que ésta suplante a aquélla, aunque sí vemos una especie de “solapamiento”, como en su momento lo hubo entre la cultura oral y la cultura que emergía del mundo de la imprenta. Por eso necesitamos reflexionar y establecer itinerarios o puentes entre ambos universos comunicativos.

Lo cierto es que para adentrarse en éstos, necesitamos un lector polivalente, multimedial, capaz de moverse en los nuevos lenguajes y formatos sin, a la vez, perder la herencia magnífica que nos han legado siglos de lectura y escritura.

De toda esta amplia temática nos hablan los colaboradores de este número de Puertas a la Lectura, profesores en su mayoría de la Facultad de Biblioteconomía y Documentación de la Universidad de Extremadura, y, singularmente, del área de Comunicación Audiovisual. Como estos mismos artículos podrán consultarse en la versión de cd-rom que se adjunta a la revista, predicamos con el ejemplo sobre la “cohabitación” necesaria de que hablábamos entre el libro clásico y el mundo virtual, o de forma más amplia, entre las diversas culturas textuales (por ejemplo, como dice J.A. García Landa, del sujeto oral -fluido, cambiante, disperso, contextual-, al sujeto escrito -fijo, coherente, descontextualizado- y al sujeto virtual, en interfaz dinámica con el ordenador). Politextualidad, interdiscursividad, transfuncionalidad... conceptos nuevos para fenómenos nuevos, para los cuales los autores de los artículos han tratado de buscar claves de análisis que nos faciliten su comprensión. Por ello les quiero expresar mi agradecimiento, así como al Seminario de Lectura de la UEX y al Vicerrectorado de Coordinación y Relaciones Institucionales en el que se halla adscrito, por hacer posible, entre todos, que este número vea la luz y suponga una modesta pero significativa contribución en la temática abordada.

Agustín Vivas Moreno
Coordinador del Monográfico
Decano Facultad de Biblioteconomía y Documentación

LECTURA DE LA IMAGEN TELEVISIVA: UNA APROXIMACIÓN DESDE LA DOCUMENTACIÓN

Jorge Caldera Serrano
Facultad de Biblioteconomía y Documentación
Universidad de Extremadura

La Televisión: El Cuarto Poder

La televisión. Un medio odiado, criticado, vilipendiado, desautorizado de forma generalizada y sin embargo el más utilizado para entretenernos y para acceder a la información utilizando los informativos. El actual “pan y circo” se ha convertido en una herramienta de propaganda, en un instrumento al servicio del Poder y de la Economía, de un medio para cautivar y embaucar, de una plataforma para llegar a la antigua idea de Macluhan (1972), convirtiéndonos en una aldea globalizada gracias, entre otros instrumentos, a este medio de comunicación denominado Televisión.

Es cierto que la Televisión es utilizada con fines propagandísticos, y que incluso uno de los motivos de su potenciación y desarrollo es la utilización más o menos sibilina del Poder, sin embargo cuenta con un poder claramente cautivador, embaucador, que nos seduce. La naturaleza audiovisual de la Televisión es la diferencia con otros medios de comunicación, donde somos capaces de ver y escuchar acontecimientos, personajes, etc. que pueden ser observados igualmente por nosotros; pero sin lugar a dudas lo que lo ha potenciado a todas luces es su fácil captación por parte de una audiencia con un nivel cultural medio-bajo. Este medio audiovisual ha creado y potenciado un nuevo estadio en la evolución del hombre: el *homo videns*, ser humano que, aunque ha conseguido caminar erguido y controlar el fuego, dispone de la característica principal de contar con una atracción especial a los medios audiovisuales, muy especialmente, a la televisión.

En este trabajo no pretende llevar a cabo un análisis exhaustivo de la lectura de imágenes en movimiento, derivado de la complejidad de la misma y de los diferentes estudios que lo analizan desde diversos puntos de vista. Destacamos los siguientes documentos en castellano que versan sobre dicha materia y que pueden ser consultados para un estudio exhaustivo de la materia:

- Aumont, Jacques (1992). La imagen. Barcelona; Buenos Aires; México: Paidós.
- Barthes, Roland (1980). S/Z. Madrid: Siglo Veintiuno.
- Fabbri, Paolo (1995). Tácticas de los signos. Barcelona: Gedisa.
- Verón, Eliseo (1996). La semiótica social: fragmentos de una teoría de la discursividad. Barcelona: Gedisa.
- Vilches, Lorenzo (1994). La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión. Barcelona; Buenos Aires, México: Paidós.

La diversidad de puntos de vista desde los que se puede estudiar la imagen van de la semiótica a la sociología, desde la iconografía a la historia, entre otras posibilidades. Las Ciencias de la Documentación no aportan esencialmente nada novedoso ya que nuestra disciplina utilizada y adapta tácticas y fórmulas de otras ciencias para así poder llevar a cabo su labor de servicio en los Departamento de Documentación Audiovisual de las cadenas televisivas. Esta visión de nuestra disciplina como un Servicio (inviabile desde nuestro parecer otros puntos de vista) hace que sea la labor del periodista la que nos marque tanto la forma de interpretar, leer y comprender la imagen en movimiento. Por ello, vamos a realizar un repaso al cómo se entiende la imagen y como se interpreta, siempre simplificando el proceso y partiendo de las aportaciones que necesita un documentalista para descomponer, desmembrar el mensaje televisivo para ser posteriormente devuelto a sus usuarios.

Antes de comenzar a delimitar los elementos formales de la imagen queremos desmontar el concepto de movimiento en la televisión, ya que tal resultado no existe, sino que es un efecto óptico denominado “persistencia retiniana” por el cual recordamos las imágenes durante una breve fracción de tiempo. Al vi-

sualizar muchas fotografías una tras otra, a gran rapidez, da la sensación de movimiento aunque realmente observemos una rápida exposición de imágenes fijas.

Lectura de elementos formales televisivos


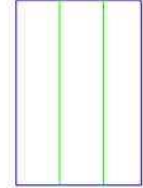
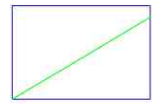
La información audiovisual debe ser entendida como un documento textual a la hora de su lectura e interpretación. Al igual que leemos un documento textual (de izquierda a derecha, y de arriba hacia abajo) se realiza con los documentos audiovisuales ya sea de imagen fija y de imagen en movimiento.

La composición de las imágenes, casi nunca realizada arbitrariamente, tiene como fin la comunicación de un mensaje unido a la información sonora de los documentos televisivos. Quedará evidenciado a lo largo del trabajo que la imagen no es tan universal como puede estimarse a priori, por ello esta forma de leer la imagen no será idéntica en todas las zonas del planeta. Existen lenguajes que se leen de arriba hacia abajo, y en otros casos de derecha a izquierda, lo que modifica igualmente la forma de la lectura de imagen.

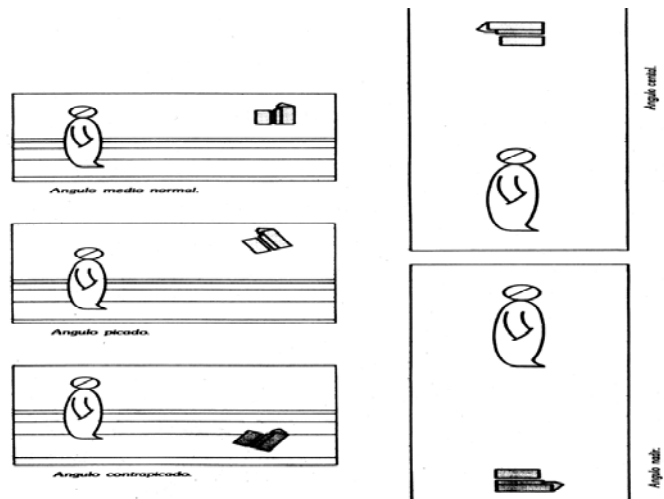
Es necesario tener intacto dos de los sentidos para poder captar en su magnitud el contenido de los mensajes audiovisuales como son la visión y la audición. Ambas cuentan con la suma de un 70% del total de las mismas, lo que nos muestra la gran capacidad de captación necesaria para asimilar televisión.

PERCEPCIONES OBJETIVAS	
Visuales.	40%
Auditivas.	30%
Táctiles.	15 %
Olfativas.	10%
Gustativas.	5%



El encuadre está limitado en formatos televisivos, siendo utilizado tan sólo uno de ellos: el horizontal; aunque podemos encontrar algunos programas transgresores desde el punto visual que utilizan el vertical en ciertos momentos y otros casos el encuadre holandés en el que cuenta con una angulación de 45 grados:

Enc. Horizontal	Enc. Vertical	Enc. Holandés
		

La composición de la imagen cuenta inicialmente con una incidencia angular que de hecho modifica la aprehensión de los mensajes audiovisuales. Esta incidencia viene determinada por la ubicación de la cámara respecto al objeto, personaje, etc. sobre el que se centra la composición. Los utilizados son: normal, picado, contrapicado, nadir y cenital.



		
NORMAL	PICADO	CONTRAPICADO

	
NADIR	CENITAL

Hemos de reconocer que el más habitual en la televisión es el “medio” y en menor medida el “picado”, siendo los otros mucho menos utilizados en programas informativos y muy rara vez en programas de entretenimiento. Este viene determinado por la moda de la captación de imágenes con cámara al hombro, lo que provoca tener a los diferentes personajes prácticamente de frente al objetivo tomando la apariencia de cercanía.

El ángulo picado cuenta con la particularidad de colocar la cámara por encima del objeto, por lo que ofrece una sensación de inferioridad al quedar reducido su tamaño debido a la perspectiva. Suele ser utilizado en televisión por la tendencia a la utilización de trípodes y ante la mucha presencia de reporteros gráficos en un hecho noticioso, lo que provoca que la cámara haya de ser levantada por encima de las cabezas del resto de compañeros/as. Mientras que el ángulo contrapicado es menos utilizado sí puede llegar a utilizarse en programas donde es posible una planificación de secuencias (ejemplo de utilización es en la cinematografía); la utilización de este tipo de ángulo ofrece la sensación de magnitud física, y por lo tanto, también intelectual. El nadir y el cenital raras veces son utilizados, salvo el segundo de ello en retransmisiones deportivas.

Los tipos de planos en la interpretación de la imagen

El plano es otro elemento físico que conforma la imagen y por lo tanto su lectura e interpretación. Los planos habitualmente utilizados son el Plano general, el Plano americano, el Plano medio, el Primer plano, el Primerísimo primer plano y el Plano detalle. Evidenciar lo complejo de identificar claramente los tipos de planos en una imagen que se mueve y modifica continuamente sus encuadres por medio de los movimientos de cámara.

El **Plano General** es válido tanto para personajes, conjunto de personas como para edificios, planos abiertos, etc. Ofrecemos una posible definición de Plano General como aquel en el que se recoge a un personaje en su totalidad, desde la cabeza hasta los pies, ofreciendo normalmente una parte de aire (vacío) entre el final del cuadro y el personaje. También será válido para espacios amplios, cuando el *zoom* está abierto de tal forma que podremos ver la totalidad del conjunto.



Toda la terminología como la determinación y conceptualización de los planos, ángulos, movimientos de cámara provienen del ámbito cinematográfico. De entre ellos el más cinematográfico y creado a partir de las películas de *Vaqueros* es el **plano americano** (PA) válido para ver desenfundar a los pistoleros durante los duelos. Por lo tanto la definición determinaría la imagen de las personas desde la cabeza hasta las rodillas, aproximadamente.



El plano que actualmente es más televisivo es el **Plano Medio**, al encontrarnos actualmente en un periodismo que su formato habitual es la declaración (ya sea espontánea o en rueda de prensa) lo que suele provocar que todas las argumentaciones, comentarios, explicaciones, etc. sean utilizando este tipo de plano. Como una posible definición del plano medio utilizaremos aquella que indica que es cuando apreciamos la figura humana desde la cabeza hasta la cintura. También suele ser normal, en aquellos manuales puramente fotográficos, hablar de plano medio largo (hasta la cintura), plano medio corto (a altura del pecho) y plano medio propiamente dicho (entre los dos anteriores) pero se considera innecesaria tal precisión para la generalidad de las consultas realizadas en las empresas televisivas.



El **Primer plano** es el más expresivo, pudiendo observar sensaciones y matices en el rostro de los personajes. Este plano toma al personaje desde la cabeza hasta los hombros, aunque es muy difícil determinarlo de una forma fija.



Podríamos igualmente tratar el **Primerísimo Primer Plano** (o Plano Corto) donde tan sólo se enfoca y se encuadra el rostro humano. Nada habitual para informativos convencionales, sí puede utilizarse en programas de entrevista donde se recalca la veracidad de las declaraciones por medio de planos muy cerrados en el que los ojos se muestran como espejo de lo ofrecido.



En último lugar, mostrar la existencia del **plano detalle** que intenta realzar aspectos precisos de la figura humana u otros objetos. Todos los planos pueden ser válidos para humanos y otros aspectos que pudiera extrapolarse la separación realizada para las personas. Sin embargo, algunos campos como el plano medio, americano, etc., son muy difíciles de que sobrepase el sujeto humano. El plano general junto al campo que nos ocupa, el plano detalle, sí que serán propios para determinar la imagen de algún aspecto en concreto de cualquier tipo de icono representado.



Los movimientos de cámara

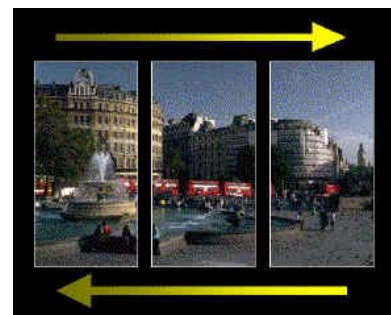
Otro elemento igualmente relevante y que hace que la lectura de documentación de imagen en movimiento se complique y que además se facilite son los movimientos de cámara. Éstos intentan dar sentido y unión a las diferentes imágenes, y en muchos casos, nos sirve para hacernos una visión real de la situación al ser los planos fijos insuficientes para una descripción exhaustiva de un estado o de una acción.

Son muchos y diferentes los movimientos de cámara por lo que aquí, y siguiendo este rápido recorrido, vamos a destacar los más habituales como son las panorámicas, los barridos, los “zooms” y los travelling.

La lectura y presentación de la composición audiovisual difieren bastante entre televisión y cine, tanto es así que existen movimientos mayoritariamente televisivos o cinematográficos, aunque la tendencia actual (que como cualquier moda será pasajera) es a llevar a cabo sólo movimientos de cámara para acciones, aunque se prefiere los planos fijos en los que se mueven son los actores o personajes implicados.

Las **panorámicas** son un movimiento que consiste en que la cámara se mueve alrededor de su eje, sin desplazamiento, en sentido vertical u horizontal. Con este movimiento puede observarse una situación completa de forma más o menos pormenorizada al poder reconocer tanto actores como objetos, y en algu-

nos casos, sirve de forma de seguimiento a los diferentes elementos de la acción. El barrido cuenta con las mismas características que el movimiento señalado, salvo con la peculiaridad de ser bastante más rápido, lo que provoca que no pueda identificarse claramente a los personajes de la acción pero sin embargo sirve para hacerse una noción general de la situación. Suele ser utilizado para mostrar el estado general de zonas cerradas donde se quiere mostrar una visión de conjunto.



Los **zoom** suelen ser un movimiento muy habitual en televisión derivado de su simplicidad; podríamos definirlo como el desplazamiento en profundidad a través del objetivo, es decir, acercarse o alejarse al objeto o personaje deseado a través de la tecnología incorporada en la cámara. El alejamiento o acercamiento de la acción puede tener diferentes intereses, pero es una forma de centrar o descentrar la atención sobre algún objeto o acción, lo que tendrá relación con los objetivos que desea transmitir el mensaje.

El último movimiento a describir es el **Travelling** en el cual existe un desplazamiento de la cámara sin modificar el eje. Suele ser habitual en producciones cinematográficas donde colocar todo el entramado necesario es posible. La manera habitual de llevar a cabo los travellings es instalando una plataforma sobre raíles, y sobre dicha plataforma la cámara que se moverá en su totalidad. El movimiento puede ser similar al del zoom para ojos inexpertos, pero desde el punto de vista audiovisual la utilización del travelling da una visión mucho más espectacular e in-

tensa. Pueden existir otras formas de llevar a cabo travelling mucho más artesanales, caseras y baratas. En televisión suele ser habitual ser realizado en un coche e incluso para realización de cortometrajes puede utilizarse sillas de ruedas e incluso patinetes, aunque los resultados no son especialmente atractivos.

La luz como elementos de la imagen

Las máquinas actuales son capaces de captar imágenes con escasa luz derivado de la alta sensibilidad de los soportes con los que se almacena, de todas maneras la modificación o estudio de estos parámetros cuenta con el interés de hacer resaltar partes del mensaje o incluso modificarlo en cierto sentido. El planificar y conocer la intensidad de la luz, el contraste así como su dirección provoca resultados mucho más estéticos que sin el control de los mismos.

La iluminación debe conseguir que las imágenes que se produzcan sea de alta calidad a la vez que sea una iluminación uniforme. Una buena iluminación en primer plano da ilusión de tridimensionalidad, dando volumen y profundidad a sujetos y al entorno del mismo.

Si observan televisión rara vez observamos material con iluminación exterior por lo inapropiado y en parte imprevisible. Tan negativo es la falta de luz como su existencia en exceso, además de provocar graves contrastes.

La utilización de filtros puede ser otro elemento que potencie de validez del material, ya que no todos los filtros utilizados cuentan con el fin de modificar las condiciones de las imágenes con ánimo poco válidos, muchos de ellos corrigen problemas de iluminación (como los filtros polarizadores que eliminan los reflejos) e incluso potencian la imagen (como algunos colores).

Relación del sonido con la imagen

Como señala Cebrián Herreros (1995), el sonido puede cumplir funciones diferentes y las concentra en los siguientes ejes:

- Sonidos como imagen de la realidad. Representa de manera verídica los acontecimientos desde una perspectiva sonora; es decir, este sonido nos remite directamente a la realidad sin ningún tipo de manipulación. Ejemplos los encontramos en los testimonios, orales así como en el simple ruido.

- Sonido como expresividad. En la mayor parte de los casos, la palabra dicta de la propia realidad, careciendo de dramatismo y falta de emoción. Está clara la existencia de sonidos que no podrán explicarse ni reproducirse por medio de palabras; son aquellos que representan emociones o sentimientos. Normalmente, el sonido ambiente es el más expresivo ya que, mientras que el narrador podrá contar con mayor o menor acierto el hecho, éste nos acerca a la realidad emotiva del acontecimiento.

- Sonido como ruido u obstrucción informativa. Cuando se habla de ruido como obstrucción informativa no sólo nos referimos a los efectos sino a los diferentes elementos sonoros que perturban la realidad y, por tanto, provocan problemas para captarla. Estos ruidos pueden ser provocados por palabras, música o efectos.

La gran expresividad de los sonidos puede concretarse en los siguientes puntos señalados por Cebrián Herreros (1995):

- Narra el ambiente de una situación mostrándonos la realidad.
- El sonido sirve de fondo para la información.
- Estos sonidos pueden convertirse en información (no todo sonido es información ni puede o debe convertirse en hecho noticioso).
- Subrayar una acción, un hecho, una declaración.
- Valorar con redundancia la palabra o la música.
- Sustituir la palabra por otro tipo de sonido. Un sonido puede evocar una situación, una persona, un lugar, etc.
- Contrapuntear palabras, música y silencio.
- Utilización de efectos para aumentar el clima en una situación determinada.
- Fijar y concretar una situación.

Una clasificación sobre la tipología de sonidos sería la siguiente:

Sonidos de la naturaleza. Se incluyen en este epígrafe a los sonidos procedentes de la naturaleza, al igual que instrumentos creados por el hombre sin modificación de ningún tipo. Parece evidente la necesidad de mostrar la subdivisión entre sonidos naturales y sonidos artificiales.

Sonidos miméticos. Imitaciones de diferente naturaleza, tanto animal como humana, efectuado por artefactos o por la voz. Por lo tanto existen mimesis natural y artificial (ejemplo válido sería el sonido del eco para el primero y cualquier efecto sonoro manipulado para el segundo).

Sonidos tecnificados. Sonidos que, aunque procedente de la naturaleza, han sido manipulados por la acción del hombre.

Sonidos de la mediación radiofónica. No sólo se trata de información difundida por radio, sino aquella que ha sido transformada para ser difundida por el medio, entre los que incluye a los sonidos capturados directamente del acontecimiento, de la fuente informante o fuente acontecimiento, sonidos procedentes de fuentes ajenas y recogidas en otros soportes, simulados para hacer más reales la información sonora y por último, la que nos interesa, los sonidos del archivo que también denomina fonoteca.

La relación entre la imagen y el sonido puede ser diversa ya que no siempre existe una sincronía clara entre ambos elementos, por lo que puede comprobarse que en muchos casos (especialmente los programas informativos) la relación puede ser incluso contradictoria. Realmente en productos informativos televisivos la información es ofrecida en la banda sonora, siendo la banda visual un mero acompañamiento que sirve para potenciar la información.

Colofón

Hemos intentado aquí mostrar la diversidad de elementos que han de tenerse en cuenta para poder captar y entender correctamente la televisión. Quede aquí evidenciado que son otros muchos los aspectos a tener en cuenta como las posibilidades que la tecnología ofrece, los elementos de montaje, postproducción o grafismo, así como la escenografía, estilos de producción e incluso la inclusión de efectos visuales. Todos estos elementos son también parte del resultado final que posteriormente vemos por los canales de televisión, sin embargo, los elementos que hemos destacado son aquellos que son captados y realizados durante el tratamiento documental del material de los medios audiovisuales, que son un fiel reflejo de la sociedad que los sustenta.

La Memoria Audiovisual se encuentra en estos grandes archivos audiovisuales que no deben entenderse tan solo como archivo de la cadena sino como Patrimonio Audiovisual de una sociedad en marcha y en continua evolución (o involución, depende).

La captación de los mensajes audiovisuales conlleva también un aprendizaje, el aprendizaje de lo audiovisuales, que como a otros tipos de lenguajes nos hemos ido habituando y aprendiendo en una relación de armonía simbiótica entre los medios y los telespectadores.

Y en último lugar señalar otro aspecto que pudiera resultar inapropiado e incluso contradictorio con la afirmación del enrutamiento hacia una “aldea global”. La televisión debe entenderse y comprenderse siempre en un marco o entorno social concreto. Nuestras referencias culturales son las únicas herramientas con las que contamos para entender y comprender en su integridad los mensajes aportados por la televisión, quedando al amparo de la manipulación si carecemos del espíritu crítico necesario para ver televisión de una forma responsable. La universalidad de las imágenes no siempre es real ya que existen