

- M<sup>a</sup> Amor Pérez Rodríguez  
Huelva

# El discurso televisivo: un lenguaje seductor que cuenta un mundo virtual

The television discourse. The seductive language of a imaginary and virtual world

La televisión es un poderoso lenguaje de nuestros días. Así que, diríamos más bien que la televisión es un lenguaje cargado de futuro, difícilmente superado incluso por las potentes virtualidades de la red, aunque muchos piensen que ésta le restará a aquella gran parte de su hegemonía. Dada su especial importancia como instrumento de comunicación, su presencia es fundamental en el desarrollo curricular de nuestro sistema educativo. Los niños y jóvenes necesitan aprender las formas del discurso televisivo para que éste aprendizaje les permita desenvolverse de forma competente ante sus potencialidades narrativas.

At present, TV is a powerful language, and so with a successful future ahead, which the mighty virtual possibilities of the Internet could hardly exceed. Although some people think otherwise, the TV plays a very important role in the curricula development of our educative system as a communication tool. Children and youngsters should learn TV discourse patterns so that they could face successfully their narrative possibilities.

#### DESCRIPTORES/KEY WORDS

Comunicación, nuevos lenguajes, discurso televisivo, competencia mediática.  
Communication, new languages, television discourse, mass media competence.

#### 1. El invento de la «tele»

La televisión es un poderoso lenguaje de nuestros días.

Así que, diríamos más bien

que la televisión es un lenguaje cargado de futuro, difícilmente superado incluso por las potentes virtualidades de la red, aunque muchos piensen que ésta le restará a aquella gran parte de su hegemonía. Quizás sólo sea otra magnífica forma de comunicarse y puedan coexistir ambas en una sociedad, hoy por hoy, compulsivamente ansiosa de informaciones múltiples. Pues, si hasta hace poco ser alguien consistía en «salir en la foto», y muy poco después lo fue quien aparecía en televisión, ahora cada vez más «ser» es estar en la red, de forma que sin una web no se es nadie.

♦ M<sup>a</sup> Amor Pérez Rodríguez es profesora del Departamento de Filología Española y sus Didácticas de la Universidad de Huelva (maria.amor@ya.com).

Mientras tanto, y en cualquier caso la televisión sigue creando personajes, siendo el referente de nuestro mundo y de nuestras vivencias, ofreciendo el sustento de nuestras conversaciones y la fuente de nuestro lenguaje, estandarizando los modelos de comportamiento, las modas y los gustos, enseñando el mundo de unos pocos, escribiendo con la riqueza de sus imágenes y su brillante polisemia una historia de nuestro siglo en la que probablemente no esté todo, aunque las historias, ya lo sabemos, siempre son verdades a medias y espejos de una realidad.

Sin duda, la televisión ha sido el «invento del siglo», algunos lo han comparado con el de la imprenta. Cierto que no parece descabellado, ya que, ¿qué cosa es sino que una potente imprenta capaz de divulgar infinitos ejemplares de un mensaje con caracteres dinámicos y en toda la gama cromática? Sin embargo, tratar de comprender este instrumento de comunicación desde los parámetros de otros medios es una tarea poco rigurosa. La televisión tiene suficiente entidad y ello lo demuestra su imparable progreso. Desde las emisiones en las que difícilmente la imagen estaba compuesta de treinta líneas, transmitiéndose 12.5 imágenes por minuto, a la consecución en torno a 1936 de 240 líneas y 25 imágenes por segundo, hemos llegado a la era del cable, de la alta definición, de la interactividad y de la digitalización, lo que nos permite la entrada en las autopistas de la información bidireccionales o multidireccionales y la transmisión simultánea. Por no dejar de lado el sistema DVD, que proporciona una calidad en la imagen y el sonido difícilmente superable, que está acaparando los mercados actuales en lo que a aparatos de recepción televisiva y sistemas de reproducción se refiere.

Fruto de este avance imparable, o quizás el progreso se haya debido a la incesante demanda, la televisión es un medio extraordinariamente presente en los hogares de todo el mundo. De tal forma es determinante su presencia, que la vida familiar ha dispuesto todo un rito de relación y dependencia de este electrodoméstico que dispone de un lugar preferente en las habitaciones; rige los encuentros y horas de reunión de la familia; establece los roles de autoridad mediante la toma de posesión del mando a distancia; modela los gustos; configura las opiniones y, en definitiva, se convierte en un miembro más, que como virtual matriarca o patriarca, acompaña a los ancianos, cuida a los niños, «conversa» por nosotros mientras comemos... Según las encuestas, la media de permanencia ante la televisión es de unos 211 minutos al día. Durante este tiempo, unos menos y otros bastante más, «ella» embelesa, hipnotiza, idiotiza y esporádicamente

deja atisbos de consciencia ante el torrente de imágenes del mundo que proyecta.

Este medio de comunicación audiovisual tiene una portentosa capacidad para ofrecer a sus «espectadores» un lenguaje seductor que «cuenta» un mundo imaginario y virtual, con cada vez menos anclajes en el entorno cotidiano, que absorbe gran parte de nuestra vida, ofreciéndonos un universo de ficción, no exento multitud de veces de contenidos ideológicos, tramas manipuladoras y modelos de vida subliminalmente presentados, que si para los adultos es difícilmente reconocible y asimilable mucho más puede resultar para las poblaciones infantiles y juveniles, para quienes diferenciar lo real de lo irreal, la vida cotidiana y la ficción, es complicado. Más si cabe cuando lo ficticio se adorna, engrandece y magnifica como ocurre en el espectáculo televisivo.

Su notable influencia en todos los sectores sociales permite que ese ritual al que antes aludíamos se cierre aún más, y entonces la televisión sustituya al juguete, al libro, a la madre, al padre, a los amigos, a la calle, a las palabras y a la imaginación, entre otras posibilidades de relación, creándose un universo de cuatro paredes transparentes que juega con la ilusión de poder verlo todo, pues además, se considera el medio que mejor proporciona información, «formación» y entretenimiento.

Superando los discursos crítico-moralistas por un lado, los apocalípticos y satanizadores del medio y el elogio superficial por otro, sólo cabe el encuentro de posturas que, reconociendo las notables virtualidades de este medio para informar y entretener, potencien también la lectura crítica de la televisión y la «alfabetización» de los ciudadanos y ciudadanas, niños y niñas, en las necesarias claves para comprender y usar el medio.

## 2. El discurso televisivo, un lenguaje cargado de futuro

La televisión ha alcanzado en nuestra sociedad un estado de «mito», en palabras de Barthes (1993), o bien de «metamedio», «un instrumento que dirige no sólo nuestros conocimientos del mundo, sino también nuestra percepción de las maneras de conocer» (Postman, 1991: 83-84). Hasta tal punto se ha incorporado e introducido en nuestro mundo, que éste se ha convertido en una «telépolis» (Echeverría, 1994: 17), o «tecnópolis» (Postman, 1994: 97). Y es que, a pesar de reticencias o con el apoyo más firme, este medio de medios se ha adueñado de todos los referentes posibles, se ha insertado en los imaginarios más profundos y casi no se nota su presencia, de forma que lo extraño

es que no esté. En el espacio de lo audiovisual, la televisión es la diosa, muy por encima de cualquiera de sus próximos o semejantes. Diosa cuyo culto traspasa fronteras de toda índole reclutando creyentes cada vez más devotos y fanáticos que difícilmente cuestionan su fe.

El secreto del poder de comunicación y atracción de este medio es una de las claves de nuestro tiempo, una cuestión que no sólo semiólogos o comunicólogos se plantean, sino que trasciende a otros ámbitos de conocimiento y otros intereses que indagan, desde muy diversos enfoques en la magia de su portentoso y subyugador lenguaje. Aguaded (2001) afirma que es necesario por ello un discurso crítico que permita conocer más de cerca la realidad televisiva en el marco de la sociedad contemporánea, superando modelos anquilosados y estereotipos vinculados a la «naturalidad» y «omnipresencia» del medio en nuestra sociedad, esto es, conocer lo técnico y además la influencia del medio en la conformación de la sociedad.

Conocer la televisión, interpretarla, desmitificarla, producirla y desenmascararla deben ser objetivos que contemplan tanto las familias como las instituciones educativas, para favorecer unos telespectadores más críticos y activos. Educar desde el hogar y desde la escuela son las alternativas que pueden favorecer la formación crítica necesaria para que la televisión se convierta realmente en un poderoso medio de transformación social y de servicio a los ciudadanos, ese «lenguaje cargado de futuro» del que hablamos.

A pesar de que reconocemos las difíciles y complejas relaciones entre televisión y educación, sobre todo en cuanto a las estrategias y procedimientos a que recurren para transmitir y representar la sociedad y el mundo, no podemos desaprovechar el privilegiado poder que ostentan ambas. Si desde el ámbito de la educación muchas veces se ha obstaculizado esta relación, por una serie de prejuicios y resistencias, no es menos cierto que de igual manera, la televisión ha priorizado la espectacularidad y el entretenimiento, frente a lo educativo. Sin duda, la televisión ha supuesto un fenómeno de «desprestigio» de la cultura impresa. La imagen y su lenguaje sugerente y seductor han robado el terreno a la letra del saber refugiada en las instituciones educativas. Y por tanto, igual que la invención de la imprenta trajo consigo la necesidad de enseñar y

aprender a leer, la presencia apabullante de la televisión debería provocar un efecto parecido.

En este sentido, comprender los nuevos lenguajes que la televisión incorpora, desentrañar sus estrategias persuasivas, desvelar sus códigos, desmitificar su estatus de referente privilegiado, diferenciar conscientemente imagen y realidad, reconocer manipulaciones y tergiversaciones, aprender a analizar los programas profesores y alumnos, padres e hijos, convertir la crítica de los mensajes televisivos en un juego diario, gratificante, divertido y estimulador del desarrollo personal, son actitudes y actividades que pueden muy bien contribuir a la alfabetización televisiva.

La enseñanza del lenguaje de la televisión requiere considerar una serie de factores que inciden, a nuestro modo de ver, en cualquier planteamiento de uso didáctico de la misma y que se deducen de lo anteriormente expuesto. Por ello nos parece fundamental, como objetivo prioritario para favorecer unos telespectadores

**El mensaje televisivo es arrollador. Su fuerza está en su poderoso lenguaje que yuxtapone el código sonoro, icónico y lingüístico. El discurso televisivo es ininterrumpido y produce una sensación de realidad que no tienen otros medios, además de que ofrece una gran cantidad de contenidos, a todas las horas y en varias cadenas.**

más críticos, activos y usuarios competentes del medio, conocer la televisión, interpretarla, desmitificarla, producirla y desenmascararla. La alternativa a la televisión no está en rechazarla o en una pretendida ignorancia de su apabullante presencia, sino en la alfabetización. Esto se traduce necesariamente en comprender los nuevos lenguajes que la televisión incorpora, desentrañar sus estrategias persuasivas, desvelar sus códigos, desmitificar su estatus de referente privilegiado, diferenciar conscientemente imagen y realidad, reconocer manipulaciones y tergiversaciones... Estos objetivos se hallan muy vinculados con las capacidades comunicativas que subyacen tras la competencia mediática, para que la televisión se convierta realmente en un poderoso medio de transformación social y de servicio a los ciudadanos. En este sentido, el aprendizaje de este lenguaje seductor en las escuelas debe ser prioritario.

### 3. Enseñar un lenguaje seductor

Respecto al discurso de la televisión, González Requena (1995) ha expuesto que éste exhibe una coherencia global orientada a crear en torno a la ventana electrónica del televisor un espectáculo continuo e ininterrumpido que atrape la mirada del espectador y anule cualquier actitud crítica. En este discurso predominan las funciones expresiva, conativa y fática, en detrimento de la referencial. Por lo tanto, y como afirman Cueto y otros (1997: 237), el fenómeno televisivo es un fenómeno discursivo en sus vertientes de producción y recepción.

Las claves de la seducción de este lenguaje las encontramos en la hibridación de los códigos verbales y no verbales. Bajo una aparente superioridad de lo verbal, lo icónico completa o modifica la interpretación del discurso verbal. La televisión nos narra histo-

narraciones literarias, sólo que estos parecen vivos y nos los podemos encontrar por la calle. Con algunos nos identificamos tanto que los idolatramos y convertimos en modelos que imitamos, a veces de forma inconsciente.

En este sentido, el mensaje televisivo es arrollador. Su fuerza está en su poderoso lenguaje que yuxtapone el código sonoro, icónico y lingüístico. El discurso televisivo es ininterrumpido y produce una sensación de realidad que no tienen otros medios, además de que ofrece una gran cantidad de contenidos, a todas las horas y en varias cadenas. Sus puntos de apoyo estriban en lo icónico, esto es, la comunicación por imágenes en movimiento, que se suceden, se superponen, tienen color, son reales...; pero también en lo lingüístico, un lenguaje oral, improvisado, directo, que genera jergas especializadas, un complejo entramado de tipos

de discurso que fluctúa entre lo expositivo, argumentativo, narrativo... y, por supuesto, en lo sonoro, la música y los ruidos. De esta forma el discurso televisivo es fragmentario como puede observarse al comprobar cómo los programas se encadenan unos a otros con la publicidad y dentro de los programas también hay fragmentos, partes, unidas igualmente con publicidad, con lo que se produce un efecto de caleidoscopio que impide un discurso uniforme.

**La realidad se convierte en espectáculo y se transmite por medio de la dramatización de todo lo cotidiano. Como consecuencia, los mensajes de la televisión suelen promover los estereotipos distorsionando la realidad, falseándola y haciéndola superficial. No hay duda de que influye de forma determinante el que la televisión sea un bien de consumo.**

rias continuamente, nos «encanta» como hacían los cuentos, nos «hechiza» como una caja mágica, aunque muchos la han llamado caja tonta y muchas veces «nos come el coco». Sus historias son muy variadas, las series, las películas, los dibujos animados, los concursos, los programas deportivos, los telediarios, e incluso los anuncios. Unas se basan en la realidad y otras son totalmente ficticias. Unas veces duran más como las series y otras son fugaces como los anuncios.

Todas estas historias siguen la estructura de la narración: planteamiento de un conflicto y resolución de éste. Curiosamente lo que engancha de la tele es que los conflictos se superponen, se van enlazando y siempre hay algo que resolver, algún personaje nuevo, un motivo desconocido. Es como un relato interminable, que algunos enchufan cuando se levantan y no saben cuándo apagarlo, porque al final les duerme, como los cuentos que nos leían o contaban en la infancia.

Los personajes de la televisión son como los de las

Otra de las características que definen el poder seductor del lenguaje televisivo es la espectacularidad. La realidad se convierte en espectáculo y se transmite por medio de la dramatización de todo lo cotidiano. Como consecuencia, los mensajes de la televisión suelen promover los estereotipos distorsionando la realidad, falseándola y haciéndola superficial. No hay duda de que influye de forma determinante el que la televisión sea un bien de consumo, con lo que este lenguaje permite la venta de todo, incluso de las ideas, las formas de hablar, las formas de ser, la cultura. La subjetividad es otra de las claves puesto que en televisión domina lo intuitivo y emocional sobre la inteligencia y la razón.

### 4. La explotación didáctica de la televisión como código de expresión

En línea con el propósito de enseñar y aprender la competencia mediática, es decir alfabetizar en el len-

guaje televisivo, mostramos algunas pautas para emplear la televisión como un medio para expresarse en el ámbito escolar, como producción de mensajes diferentes y utilización de nuevos códigos verbales y no verbales. Si enseñamos y aprendemos a ver la televisión, también tenemos que enseñar y aprender que su lenguaje se puede leer y escribir. Pensamos que así es como se mejora la competencia en el medio, desde la percepción de todas sus posibilidades comunicativas y desde el contacto directo con las claves de la construcción de sus mensajes.

En un momento inicial podemos detectar las ideas previas del alumnado con el que vamos a trabajar, etapa de secundaria, respecto al medio: ¿qué es la televisión?, ¿para qué sirve?, ¿qué es lo primero que recuerdas haber visto en ella?, ¿qué imágenes o qué programa te ha impactado más?, ¿cómo le «comerías el coco» a la tele?, ¿cómo contarías tu aventura del primer encuentro con la televisión? Redacta unas treinta líneas para contar tu experiencia increíble.

Como lo que nos interesa es abordar este lenguaje como medio para «contar» trabajamos ahora con actividades para enlazar los relatos a los que están acostumbrados con el propio discurso de la tele.

- **El cuento de la tele:** ¿Crees que la televisión ha sustituido a los cuentos y que los dibujitos son para muchos niños los cuentos que sus padres no les cuentan?, ¿por qué?, ¿has tenido tú una experiencia parecida? Trabajemos un rato en grupo. Imaginad una situación en la que alguien cuenta un cuento y varios niños escuchan embelesados el relato. Ahora imaginad la televisión en una habitación y un niño solo viendo dibujos animados. Discutid sobre esto. ¿Creéis que hay algún parecido?, ¿es la misma situación? ¿Qué ventajas e inconvenientes tiene cada una de ellas?

- **Érase una vez... la tele:** Creemos un cuento para ser contado de padres a hijos. Vamos a imaginar sobre la tele, la tele que nos cuenta, la tele que nos hipnotiza, la tele que nos encanta, la tele que nos domina... un lugar, unos personajes, una acción...

En un paso más hacia el descubrimiento del lenguaje de la tele reflexionamos con un texto sobre ella y discutimos contestando una serie de preguntas.

- **Del otro lado del cristal:** «Los domingos se envolvía en un albornoz deshilachado, se instalaba en un sillón y se zambullía de nuevo en ese universo excitante. Las tentaciones del mundo exterior: jugar en algún descampado, pasear por las calles, perseguir a las chicas resultaban ridículas comparadas con todo lo que le ofrecía aquel cálido reino de imágenes. El tiempo parecía no pasar allí dentro, como si todo sucediese en un único instante que se perpetuara a sí mismo,

eternamente. Sólo más tarde, al regresar a la grosera realidad, descubría que ese segundo inmóvil se había transformado en varias horas, toda la mañana o el domingo entero. Para entonces ya estaba convencido de que el mundo real era sólo una imperfecta imitación de aquel otro donde pasaba él lo mejor de su existencia. Y es que la realidad comenzaba a alzarse ante sus ojos como una inevitable pesadilla. La ciudad estaba llena de adultos impacientes, distancias fatigosas y obligaciones absurdas. Todo el mundo se encaraba con él y le reprochaba las más diversas menudencias. ¡Pero cuándo se había visto que alguno de los hombrecitos de la televisión volviese la mirada hacia él para sermonearle ni siquiera un instante! No, no: del otro lado del cristal sólo deseaban divertirse, emocionarle, sorprenderle; hasta se pasaban el día agradeciéndole su atención, su asiduidad. Y era maravilloso que aquellas gentes maravillosas le dejaran a uno entrar en su casa y contemplarlas mientras comían, se peleaban o disfrutaban maravillosamente de la vida. Quizás el mayor placer fuera precisamente ése de mirar sin ser visto, de observar lo que ninguno de sus vecinos le dejaba ver nunca, de vivir todas aquellas vidas sin moverse de su butaca. Uno tenía la impresión de nacer y morir mil veces, y eso parecía dotarle de una curiosa inmortalidad. Uno podía recorrer la selva, escalar montañas y navegar por los cuatro mares sin soportar calores, serpientes, naufragios. Ni siquiera necesitaba, para hacerlo, un par de botas claveteadas o un traje de buzo: podía vivir todo eso en zapatillas y albornoz» (Jesús Carazo, «Las sombras de la caverna», Alfaguara).

El chico que se describe en el relato ¿cómo lo caracterizarías tú?, ¿conoces algún caso parecido?, ¿estás de acuerdo con lo que aquí se cuenta? ¿En qué?, ¿te parece exagerado?, ¿crees que la televisión tiene tanto poder?

- **Ese segundo inmóvil:** «Sólo más tarde, al regresar a la grosera realidad, descubría que ese segundo inmóvil se había transformado en varias horas, toda la mañana o el domingo entero. Para entonces ya estaba convencido de que el mundo real era sólo una imperfecta imitación de aquel otro donde pasaba él lo mejor de su existencia». ¿Qué significa este párrafo?, ¿puede ser ese segundo inmóvil el tiempo del relato televisivo? Compara la utilización del tiempo narrativo en la tele con el de cualquier otro relato.

La televisión se ha convertido en un medio indispensable para nuestra vida. La importancia de los acontecimientos, de las personas, de las ideas, de los gustos, de las modas... está en haber salido por televisión. Los políticos lo saben y son los que más la utilizan, también los actores y determinados personajes

que sólo son personajes de la televisión, pues su único oficio conocido es precisamente el estar en pantalla por cualquier cosa.

La televisión funciona durante todo el día como un instrumento de formación, evasión y entretenimiento, convertido en un moldeador de los comportamientos, de los gustos, de los valores y de las ideas, hasta el punto de que crea opinión y actitudes: lo ha dicho la tele, lo ha visto en la tele. Con esta perspectiva planteamos otra serie de actividades para ser críticos con la televisión.

- **Qué pensamos de la tele:** Cada alumno y alumna va a valorar de 0 a 5 su grado de aceptación o rechazo a partir de las siguientes frases: con la tele nos divertimos y entretenemos más que con nada, la tele nos manipula y engaña, la tele nos ayuda a estar más tiempo en casa con nuestra familia, la tele nos hace consumistas pasivos y materialistas; y la tele nos afecta al cerebro y nos «atonta».

Comentad en clase si alguien ha tenido la ocasión de ver en directo algún acontecimiento importante que haya ocurrido, que luego haya tenido cobertura en la televisión, cuáles son las diferencias en el tratamiento narrativo del relato de los hechos. ¿Qué visión de la realidad te ofrece la televisión?, ¿crees que su mensaje es la realidad?, ¿has utilizado alguna vez una cámara de fotografía?, ¿y una cámara de vídeo?

- **Teledictos:** Quizás la consecuencia más negativa que pueda tener la televisión en nuestra vida es que funciona como «una droga que se enchufa» de la que es difícil salir. Narrad cómo sería vuestra vida al estar enchufados gran parte del día a la televisión, como teledictos. ¿Cómo cambiarían vuestras relaciones con vuestros padres?, ¿con vuestros amigos?, ¿cómo sería vuestro rendimiento escolar?... Podéis expresarlo con imágenes utilizando la televisión como medio de expresión.

- **Mi personaje favorito:** Analiza cómo se caracteriza tu personaje favorito de televisión. ¿Qué rasgos lo destacan de otros?, ¿por qué te gusta a ti?, ¿cómo actúa en el relato de su programa?, ¿te parece que es real?

Finalmente nos adentramos en el uso del lenguaje televisivo.

- **Preparemos un guión audiovisual:** Vamos a seguir los siguientes pasos, tenemos que hacer un guión para un programa de televisión sobre la hipnosis de la televisión. Nos basaremos en lo que hemos ido aprendiendo: introducción, exposición del conflicto, caracterización de los personajes o personaje, descripción del clima y ambiente; desarrollo: tratamiento de la evolución de las acciones de los personajes, recursos

para motivar el interés, historia en su climax; desenlace. Haced un pequeño guión en grupos para producir un breve programa de televisión del género que más os guste. Pensad antes que nada la idea, escribid el guión literario, el técnico y seleccionad los planos.

- **Jóvenes productores:** Muchos tenéis en casa cámaras de vídeo que se suelen emplear exclusivamente para la grabación de celebraciones y acontecimientos familiares. Grabad ahora las imágenes de vuestro programa que luego se montarán. Vamos a ver los resultados y a reflexionar, más que en la calidad de los productos finales, en el proceso de aprendizaje seguido: ¿qué fase fue más dificultosa?, ¿qué mecanismos empleasteis para la solución de los problemas?, ¿para qué os ha servido todo el trabajo?

Estas actividades que proponemos son algunas de las que se plantean en la unidad «Cómele el coco a la tele» del libro «Escuchamos, hablamos, leemos y escribimos con los medios» (Pérez Rodríguez, 2002) en el que se articula una propuesta para desarrollar la competencia mediática. Hemos extractado y adaptado aquéllas que de forma más directa inciden en la alfabetización para formar un «buen telespectador».

Reconocer que el lenguaje seductor de la televisión nos «cuenta» un mundo imaginario y virtual puede ser un inicio para superar hábitos televisivos poco constructivos y formativos. Pensamos que la dificultad está sobre todo en modificar nuestras actitudes ante la tele, cambiar esos hábitos televisivos, muchos de ellos asentados en costumbres muy tradicionales para ser capaces de pensar, de reflexionar, de juzgar... de no dejarnos manipular... de controlar nuestro tiempo y nuestro ocio... de disfrutar y ser libres. A medida que los telespectadores sean más críticos, estén mejor formados, utilicen con competencia el lenguaje televisivo, la producción de la televisión aumentará su calidad.

## Referencias

- AGUADED, J.I. (2001): *Medios de comunicación en las aulas. Proyecto docente*. Huelva, Departamento de Educación, Universidad de Huelva, (Versión digital).
- BARTHES, R. (1993): *La aventura semiológica*. Barcelona, Paidós.
- CUETO, J.A. y OTROS, (1997): «El discurso televisivo. Unidad didáctica para educación secundaria», en LOMAS, C. y OSORO, A. (Comps.): *El enfoque comunicativo de la enseñanza de la lengua*. Barcelona, Paidós; 235-276.
- ECHEVERRÍA, J. (1994): *Telópolis*. Barcelona, Destino.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1995): *El discurso televisivo: espectáculo de la postmodernidad*. Barcelona, Paidós.
- PÉREZ RODRÍGUEZ, M.A. (2002): *Escuchamos, hablamos, leemos y escribimos con los medios. Cuaderno de Clase y Guía Docente*. Huelva, Grupo Comunicar.
- POSTMAN, N. (1994): *Tecnópolis. La rendición de la cultura a la tecnología*. Barcelona, Circulo de Lectores.