

REFLEXIÓN

Una perspectiva filosófica desde la televisión y sus consecuencias intelectuales e ideológicas

A philosophical perspective from television and its intellectual and ideological consequences

Eddie Santiago Mesa Monroy*

Resumen

Este ejercicio hermenéutico-interpretativo se centra en analizar, cómo el mal uso de la televisión genera un declive en la misma; cómo esta puede convertir el conocimiento en una propaganda o generar una ideología, y cómo la filosofía puede aprovechar este medio para la evolución de su disciplina desde su buen uso; además de formar y crear la posibilidad de un nuevo método para la propedéutica de la filosofía evolucionando a un nuevo sistema establecido en la academia y fuera de esta. Promoviendo una filosofía de la televisión como oportunidad para que el concepto y la imagen puedan aplicarse de manera consiente y racional.

Palabras clave

Televisión; Filosofía; Ideología; Conocimiento; Simulacro.

Abstract

This hermeneutic-interpretative exercise focuses on an analysis of how the misuse of television generates a decline in it, how it can turn knowledge into a propaganda or generate an ideology and how philosophy can take advantage of this means for the evolution of its discipline since its good use, besides forming and creating the possibility of a new method for the propaedeutics of the philosophy evolving to a new system established in education and out of it. Promoting a philosophy of television as the opportunity for the concept and image to be applied in a conscious and rational way.

Keywords

TV; Philosophy; Ideology; Knowledge; Simulation.

* Licenciado en Filosofía, Universidad Católica Luis Amigó. Medellín-Colombia. Orcid 0000-0002-9287-971. Correo electrónico: santrix.dmc@gmail.com

Introducción

La filosofía ha pasado toda su existencia moviéndose en sus propios métodos; la estética ha abierto un camino distinto al tradicional, al dejar que esta disciplina se pueda exponer en nuevos sistemas tanto para la propedéutica de este, como para su posible ejemplificación y entendimiento. La imagen con filosofía ya no solo se presenta como simples trazos en un lienzo, sino también en una hermenéutica del conocimiento, de las pasiones o del sujeto, así mismo la música pone en conjunto esto de manera más práctica, ahora en la actualidad la imagen en movimiento con su punto imaginario, su estructura de signos, fundamentos ideológicos y catarsis social. Con estas características, el concepto puede convertirse en un accionar que donde esté no queda en sí mismo, sino en la apertura a la interpretación y posible evolución de la idea como un cambio de paradigma enmarcado en la filosofía, como en la asimilación cultural e ideológica.

¿Veo televisión luego existo?

La utilización de la filosofía en la Televisión podría estar enfocada a ¿la percepción del individuo a identificarla o analizarla, de manera que este se dé cuenta más allá del fondo teatral hollywoodense o del Pseudo-fondo? o ¿simplemente esta se utiliza como bibliografía para la creación de guiones de este medio?, siendo así la filosofía en la Televisión. Tamara Chaplin lo llama en su artículo: *La filosofía en televisión: ¿Un sueño imposible?* una comida cultural rápida, en otras palabras, en un estado fugaz de momento intelectual y una alimentación mental de asimilación rápida.

La filosofía en la Televisión tiene un pequeño beneficio de permitirse ser una manera completamente innovadora y adaptable para su desarrollo e inclusión en la cultura actual, dejando atrás el falso tabú de que es una disciplina que no sirve en la práctica o que naturalmente es aburrida. La Televisión desde una mirada filosófica logra establecerse como un constructor de ideologías con base en la identificación de las realidades y de progreso cultural tanto individual como colectivo. ¿Pero será que también esta puede caer al punto del declive?, de tal manera, la filosofía deba tener un eslogan en la frente para poder vender su saber, es decir, que los individuos solo quieran absorber el conocimiento si este solo implica estar en reality o dirigida por un gran director con un excelente reparto, convirtiéndola en un medio de entretenimiento y no en lo que es, un medio de entendimiento, siendo así, meramente una especie de generadores de propaganda filosófica.

La filosofía no es algo ligero, si no reposado; requiere de tiempo y pensamiento crítico-analítico para desenvolverse en ella; en ese aspecto la televisión carece de esto, ya que en esta son necesarias dos cosas para enganchar, entretenimiento en gustos de la sociedad y presentaciones cortas que no aburran al sujeto. De esta manera, el espectador se acomoda en su sofá o cama y descansa de la rutina diaria, sin importar si lo que ve lo enriquece cultural o intelectualmente. ¿Es posible que una trama de una película o serie, cumpla con los aspectos del análisis filosófico, sabiendo que la utilización de este medio es un acto meramente de distracción?; en ese sentido ¿el tiempo al aire no puede quedarse simplemente en la

reflexión o análisis, centrándose nada más en la satisfacción banal de los observadores? Es claro, que la atención del individuo es corta, lo que presupone, que, si la filosofía requiere tiempo, y el periodo en la televisión es limitado, ¿es posible poner los dilemas filosóficos en emisión?

La filosofía es un arte que se construye con objetivos muy rigurosos, esto tiene una razón muy importante, no quedar con un objeto de estudio banal o caer en una simple doxa, sino que busca una interpretación del mundo de manera racional y enfocada a la búsqueda de la verdad, resolviendo las interrogantes de manera clara y con argumentos que se construyen por métodos concisos, teniendo como resultado una expresión de un pensamiento lógico que puede responder a ciertas necesidades tanto del contexto como de algo más grande, sin ánimo de lucro, solo interés de crecimiento intelectual y social. Tres características filosóficas que son primordiales en la construcción del pensamiento filosófico se centran o,

se apoyan además en tres suposiciones disciplinares: la primera es que «dedicarse a la filosofía» requiere su tiempo; la segunda, que como la filosofía es fundamentalmente verbal y abstracta, no hay nada que mostrar; la tercera, que la filosofía, como toda producción intelectual en general, debería estar divorciada de las preocupaciones materiales (Chaplin, 2010, p. 3).

La filosofía no tiene que demostrar, es criticable; esta debe manifestar la preocupación por los hechos del mundo y dar respuesta a las incongruencias y que den una falsa imagen de este, interesándose en las preguntas que se generan de la experiencia humana y llegando a un concepto que demuestre la importancia de la filosofía en la toma de decisiones, dando un verdadero proceder racional.

Hay algo importante en la televisión y es su gran amplitud comunicativa; la manera en que esta tiene que formarse y desenvolverse en un lenguaje básico- social para que todos puedan participar de ella con el fin de que nadie se sienta excluido; pero como se puede evidenciar el lenguaje de la filosofía es un lenguaje técnico, lo que genera una posibilidad de exclusión para alguien que no esté habituado o familiarizado con ella; teniendo claro que la filosofía es algo excluyente en sentido de que, si no se participa y se empapa de ella, la comprensión no será una virtud que pueda desarrollarse frente a esta. ¿Será que al proponer la participación filosófica en la televisión la arrastran a un dialogo común y corriente, degradando la escritura técnica y bien elaborada, la cual caracteriza la filosofía como una disciplina crítica? Si fuese así, la filosofía solo sería una moda que tendría como pretensión la publicación de estados en redes sociales de manera burda y sin elocuencia. De acuerdo a lo anterior el filósofo francés Onfray (2008) señala:

La filosofía se convierte entonces en un pretexto. Un rehén. De tal manera que basta con citar dos o tres nombres de filósofos, una o dos sacadas de un compendio cultural heredado del liceo o del bagaje de un *Honnête homme*, para tener la ilusión de que se piensa, se reflexiona y se efectúa un trabajo filosófico (p. 89).

Cambiando la interpretación de texto a pasar de citar autores al azar, por la simple razón de que gusta lo que dice o porque se relaciona medianamente con sus características de vida, dejando a la filosofía a la diestra de la oferta y la demanda. “A través de los índices de audiencia la lógica de lo comercial se impone a las producciones culturales” (Bourdieu, 2000, p. 37). Se puede establecer que la sociedad de hoy nos

muestra el hecho de que, lo que se evidencia es una profusión hacia la idea del best-seller, en cuanto a que tiene más valor en las ventas del autor, que la profundidad conceptual y su enriquecimiento cultural. Con base en lo anterior, un ejemplo que expone Bourdieu es:

Esta misma mañana he escuchado en la radio a un locutor que comentaba con conocimiento de causa el último best-seller y decía: la filosofía está de moda este año, puesto que se han vendido 800.000 ejemplares de *El mundo de Sofía* (Bourdieu, 2000, p. 37).

Algunos intentos han demostrado que sí es posible vincular este medio de comunicación con la filosofía, como la serie *los Simpson* en la que se refleja un pensamiento tanto antropológico como filosófico, o la serie de Universal Dr. *House*, o resultados de la pantalla grande como *Matrix*, al límite del suicidio, *equilibrium*, la purga, y otras. Todos estos fueron capaces de lograr dramatizar pensamientos filosóficos que exponiéndolos de manera amena trasciende los estándares de lo conservador, llegando al punto de representar propuestas filosóficas y exponiendo la relación entre sujeto y pensamiento, Pero ¿será que el televidente captará y comprenderá tales relaciones? Puede que el individuo como tal haya tomado la idea y posiblemente la analice, pero podría caer en el error de solo tomar simplemente la proposición como tal, en boca del personaje que la expresó, sin saber quién es el verdadero autor, exponiendo el argumento vagamente popular, sin la antecedencia de ese referente teórico o ni siquiera un contexto en donde basar tal idea. Estos intentos televisivos de enriquecer al individuo no deben caer solo en la expresión del pensamiento filosófico a simple vista, sino también dar una pizca de interés, impulsándolo a analizar e investigar para encontrar la respuesta.

El individuo que ve televisión no debe solo preguntarse por la imagen, también debe interrogarse por el concepto que creó esa imagen. Esto expone a que en la actualidad la filosofía no queda simplemente en el significado del concepto, ahora también puede preocuparse de la imagen de la palabra, es decir, la propedéutica filosófica ya no se centraría en el enfoque de la explicación de su concepto, sino que podría apoyarse en el movimiento de la imagen para exponer su naturaleza interpretativa y conceptual.

¿Veo televisión y continúo existiendo?

De un tiempo para acá, el pensamiento se centralizaba o se construía mediante las vivencias o un acercamiento al arte y la cultura. En la actualidad la identidad es construida mediante los programas que presentan en televisión, por ejemplo: una madre que reprende a su hijo agresiva y violentamente, es seguidora de programas que hablan de problemas familiares, donde la presentadora dice ser una psicóloga o algo parecido, aconsejando y dando pautas sobre que sería la mejor resolución a los problemas. En una emisión de esta, se trata de un caso de otra madre que reprende a su hijo violentamente; después de la discusión, llegan a la conclusión de que hay otras maneras de demostrar la autoridad y de reprender al hijo sin necesidad de la violencia. La madre que observaba esta situación por televisión, se siente identificada y decide no volver a golpear a su hijo.

Esto no es algo ficticio, estas situaciones pasan, pueden ser ejemplo de cómo la televisión propicia a hacer algo bueno en el receptor, pero también demuestra cómo puede influir en el pensamiento. Ya que: "Usted es la información, usted es lo social, usted es la noticia, le concierne a usted, ¡usted tiene

la palabra!" (Baudrillard, 1993, p. 61) ya en su mayor efecto no es el televidente el que ve la televisión, sino la televisión quien ve al sujeto, ya que gracias a eso puede sacar las propuestas sobre qué ofrecer. La pregunta obligada es ¿por qué entonces la madre no podría haber pensado eso mucho antes de ver esto en televisión? porque la sociedad ya no son individuos que pensamos en nosotros mismos, sino que necesitamos de una imagen que nos diga qué y cómo lo debemos hacer.

El filósofo y sociólogo francés Lipovetsky (2015), pone en evidencia esta situación al acuñar a los individuos como los llamara en su libro: "La estetización del mundo" como individuos transestéticos, es decir, entes que solo viven a través de un mundo comercializado y comunicado materialmente.

La madre del ejemplo no se da cuenta de que eso que pasa en su programa de show favorito es una simulación, una venta de imagen sentimental que quiere otorgar una moraleja social; más el interés es dar algo común, que pueda ser visto por todos, partiendo de lo cotidiano, regalando la idea de que es algo real, este esfuerzo se debe a que: "La televisión intenta hacer hablar a las personas como hablan en realidad" (Adorno, 2009, p. 459). Más este intento nunca llegara a cumplir su propósito, pero para el televidente si lo tiene, no sabe o no quiere diferenciar esa simulación, ya que para él tiene sentido, y la televisión se aprovecha de esto para realizar millones de programas que terminan siendo las mismas situaciones, solo que pueden ser representadas las veces que deseen. "Lo real es producido a partir de células miniaturizadas, de matrices y de memorias de modelos de encargo- y a partir de ahí puede ser reproducido un número indefinido de veces" (Baudrillard, 1993, p. 11). Al individuo ya no le interesa pensar, ¿para qué? si ya tiene la televisión u otros medios tecnológicos como computadores o dispositivos móviles, indicado como debe actuar. Por eso la humanidad se atiborra de infinidad de programas en el vasto espacio televisivo, buscando en todos ellos su identidad, su actuar, su ideología. Bourdieu señala que:

La televisión es un universo en el que se tiene la impresión de que los agentes sociales, por más que aparenten importancia, libertad, autonomía, e incluso a veces gozan de un aura extraordinaria (...) son títeres de unas exigencias que hay que describir, de una estructura que hay que liberar de su ganga y sacar a la luz (2000, p. 53).

De este gran universo, el individuo toma de todas partes y de manera rápida, ya que al sujeto lo último que le importa es el contenido, sino que exige que una imagen se acomode a la básica construcción de ideología, cayendo así a que su propia vida sea una ideología centralizada en batuquear la propaganda de otras: "El individuo transestético es reflexivo, ecléctico y nómada; menos conformista y más exigente que en el pasado, aparece al mismo tiempo como un «drogadicto» del consumo, obsesionado por lo desechable, la rapidez, las diversiones fáciles" (Lipovetsky, 2015, p. 24); exponiendo así la televisión como una fuente ideológica globalizada a la que todos pueden acceder, aprender y construir de ella. Además, utilizando el arte como fundamento de la construcción de la imagen, revistiéndola de una simulación de cultura, convirtiendo a esta a lo que llama Lipovetsky en una Cultura mundializada, es decir, una cultura a la cual todos pueden ingresar sin importar su nivel intelectual, ni su interés por la verdadera cultura o su búsqueda de la verdad. Es la era transestética la que va arrasando en la actualidad.

La construcción de la realidad se da en la simulación de los hechos y de cómo estos llegan, y son más importantes y verídicos cuando están acompañados de una buena marca. Por ejemplo: es un buen libro porque es publicado por la editorial más grande del mundo. Así mismo funciona en la televisión,

su certeza y aceptación dependen de la cadena televisiva y del elenco que ofrezca; el contenido por lo general debe estar antecedido por un excelente reparto o por un supuestamente profesional. Por ejemplo: “el arte se ha convertido en un instrumento de legitimación de las marcas y de las iniciativas del capitalismo” (Lipovetsky, 2015, p. 22). De esta manera, la humanidad recae al mito de la caverna (Platón) tecnológica, en el que en vez de una hoguera donde pasan personas con túnicas y con figuras de objetos en sus manos, ahora la luz ya no es una fogata, sino un faro eléctrico que se refracta en un set y unas cámaras que transmiten la reproducción cultural; pero ahora no son sombras de objetos, en la actualidad es la sombra que se hace llamar ideológica sin ninguna pretensión, que se aferra a la vista y la mente por medio de una pantalla, en la cual hay unos seres postrados en un sofá encadenados por el sedentarismo y la adicción a buscar su identidad en esa pantalla que ven y que creen que es lo real.

Por ende: “la televisión posee una especie de monopolio de hecho sobre la formación de las mentes de esa parte nada desdeñable de la población” (Bourdieu, 2000, p. 23); otorgando la idea de que ellos son los encargados de pensar y de elegir. La televisión tiene el poder de poner los sentidos que quiera a lo que presenta y de expresarla y modificarla como lo desee, para que sea más impactante para el telespectador; ya que: “incita en imágenes, un acontecimiento y exagera su importancia, su gravedad, así como su carácter dramático y trágico” (Bourdieu, 2000, p. 25), y así obliga al espectador a absorber la idea como ellos la quieren presentar, modificando su mente y expandiendo su perspectiva a los límites que la televisión quiera, produciendo así, una característica que los críticos literarios exponen como efecto de realidad, la cual puede generar y evocar una movilización ideológica mediante representaciones de hechos (Bourdieu, 2000). Un ejemplo de esto se da en temporada de elecciones, donde la publicidad masiva, intenta convencer con lo que ellos llaman argumentos, cuando solo son presupuestos artísticos de un guion, enmascarándolas con la defensa de una ideología que los que la ven deberían seguirla y así votar por ella; es seguro que en ese caso no se está dando la ideología como tal, solo la propaganda de una: “generalización de estrategias estéticas con el fin comercial en todos los sectores de las industrias del consumo” (Lipovetsky, 2015, p. 21). No están ofreciendo la oportunidad de que el individuo construya su propio pensamiento ideológico, que, con la retórica, le están vendiendo de tal manera.

La mayor parte de la televisión perdió una oportunidad de generar una cultura de la élite y prefirió vender simple entretenimiento, engañando con lo que llaman real; simplemente se convirtió en: “una suplantación de lo real por los signos de lo real” (Baudrillard, 1993, p. 11), porque es más fácil manejar y modificar a conveniencia las características de la realidad, que generar una, y así exponer un simulacro como verdad. “En la actualidad, la televisión ha llevado a su extremo, a su límite, una contradicción que atormenta a todos los universos de producción cultural” (Bourdieu, 2000, p. 50). El deterioro y la decadencia no es algo que pasó por los cambios de generaciones o de tiempo, sino por la explotación televisiva del entretenimiento; el ser humano está cambiando un buen libro o novela por su adaptación o su serie, que en últimas carece del presupuesto intelectual por la cual la franquicia o la literatura se creó; uno de sus muchos ejemplos son los reality en Colombia. Asimilando un pensamiento de pan y circo, con la idea de que podemos aprender de las estupideces que vemos.

Ahora bien, También hay que aclarar que existen cosas rescatables en la televisión, las cuales se tomarán más adelante, y de los programas que consideran como lo real o basados en hechos reales. La mayoría de estos, tienen una estructura ya planificada que la aplican por una razón, funciona, si una

cadena quiere vender sentimientos, crea un *reality* show o venden futbol por pasión, y para el televidente eso es verdad. Cuando simplemente es una coreografía de lucha libre que dé una imagen de que sea verdad. Ya la mayoría de programas de televisión no es una imitación de lo real, ahora es una realidad para los televidentes que puede ser una imagen a seguir, un enfoque de proyección, debido a que, si no se siguen sus parámetros, terminan convertidos en incultos, violadores de la ley o un meme.

En la sociedad actual se prefiere vivir y creer en el simulacro televisivo, considerando que esa es nuestra naturaleza a seguir; hoy en día el individuo se prefiere angustiar por sus participantes favoritos de un reality show que está pasando un duro momento y votamos por él, con tal de que no se vea más afectado, pero no se toman el tiempo para analizar sus propias angustias; este medio en la mayoría de los casos (o desde la perspectiva de la televisión colombiana) no da contenido para la interpretación, solo idolatran malos ejemplos de vida y fundamenta la violencia y situaciones banales como ejemplos de vida; venden un mensaje a su pensamiento de lo que los generadores de simulación quieren llamar real, envolviendo la ideología en una píldora que se ofrece depende del contexto que se necesite; un ejemplo de donde se puede ver aplicado, es en las noticias nacionales, donde se ofrece lo que conviene en cuestión de ofrecer el idealismo de verdad de una calumnia o desinformación. Pareciese que el interés de los programas de televisión es ofrecer solo píldoras azules, como lo vemos en la película *Matrix*, que dé cuenta de una falsa verdad que se hace llamar realidad, simulada en una pantalla, para destruir la interpretación de lo real y lo que no y así el individuo no pueda diferenciar entre ellas, para controlar su pensamiento y sumergir la ideología que se necesita, como lo hace el ataque masivo de publicidad en este medio.

Otro factor que logra simular la televisión, es hacer creer a sus espectadores que están a nivel de participar en algo en lo que están capacitados, dando una falsa igualdad intelectual, pretendiendo que la doxa tiene un mismo valor que un argumento bien elaborado como la episteme. Esto pasa porque vulgarizan el lenguaje científico y convierten en cotidiano las disciplinas humanísticas; de esta forma, dan la oportunidad de que cualquiera se sienta experto frente a un tema, simplemente porque vio un documental o un programa que habló de esto. Por tanto:

Si los campos científicos, políticos, literarios, están amenazados por el dominio de los medios de comunicación, es porque dentro de ellos hay personas heterónomas, poco consagradas desde el punto de vista de los valores específicos del campo, o, empleando un lenguaje corriente (...) si me parece imprescindible combatir a los intelectuales heterónomos, es porque son el caballo de Troya a través del cual la heteronomía, es decir, las leyes de mercado, de la economía, se introdujeron al campo. (Bourdieu, 2000, p. 91).

La televisión no solo expone el conocimiento de forma banal en muchos casos, sino que absorbe y convierte a intelectuales de las ciencias en proclamadores de pensamiento cultural comercial, propagando el conocimiento como algo que se vende en televisión de novedades, induciendo a la ideología de que es importante escuchar a los intelectuales, aquellos que se venden en ciertos casos a la merced de la vulgarización cultural, tratando de volver al televidente un partícipe de lo que debería aprenderse en la cultura televisiva.

La utilización de la televisión no debe ser en pro de un factor económico y mucho menos la filosofía debe prestarse para eso, sino que debe brindar este medio para que los intelectuales hagan uso de este fomentando la propedéutica de su disciplina y no una propaganda o una vulgarización de esta, no

en programas banales o de simple entretenimiento, sino la creación de una programación inteligente y que esté orientada al enriquecimiento cultural, que tengan una relevancia al familiarizar conceptos o la unión de conceptos e imagen y no solo el simple placer audiovisual; un programa de análisis o de películas que tenga un acercamiento filosófico (como el caso de *matrix*) son lo que se espera de una televisión integral, y no la sobredosis ideológico que esta quiere brindar para su crecimiento económico y movimiento ideal; una televisión que ofrezca píldoras rojas como *matrix* y no mentiras elaboradas para el control social.

¿Televisión y filosofía?

“Lea menos, vea más televisión” Así inicia la introducción de Jacoby en su libro “Filosofía de Dr. House” como una crítica a cómo la actualidad ha reemplazado la lectura por el entretenimiento televisivo. Lo que el autor invita es a saber ver la televisión, no todos los programas son burdos o simplemente entretenimiento basura; también puede haber otros tipos de programas que apunten a un buen argumento y una base teórica. Una buena utilización del conocimiento del concepto y la imagen en movimiento. Pero ¿si es posible que haya una relación entre televisión y filosofía? En vez de buscar las diferencias de estas dos, se debe encontrar sus puntos de encuentros donde se pueden relacionar o más bien cómo puede funcionar una en la otra.

La diversidad de entretenimiento abre un amplio campo de posibilidades de transmisión de programas, desde el más burdo a los más interesantes, no se centrará en la televisión de programas educativos o investigativos como *Discovery Channel* o *History*; la intención es interpretar una televisión que enfoque su propósito en relación a un argumento inteligente o una crítica ideológica-social.

Dr. House es una serie de *Universal Channel*, que expone la idea de un doctor especializado en diagnóstico médico, Gregory House un misántropo que posee personalidad egocéntrica y gran obsesión por resolver los enigmas médicos que nadie más puede. Consta de 177 episodios distribuidos en 8 temporadas, en los cuales en cada uno de ellos ha estado presente un enfoque filosófico importante, algo a lo que Sócrates llamaba “una vida de análisis” o en palabras de Aristóteles “una vida en la razón”, dando un enfoque a la vida en el que lo verdaderamente importante es dar respuesta a los interrogantes que se generan a lo largo de esta. La búsqueda de la verdad es el objetivo principal de esta disciplina y *House* transversalizando la filosofía a su campo, cumple con esto; este resuelve el enigma y salva vidas, aunque lo último para él solo es un daño colateral. “El infierno son los otros”, una de las frases célebres del pensador francés Sartre es otro de los enfoques que podemos encontrar, donde esta situación al igual que la anterior no es solo una expresión, sino también y modo de vida para *House*, cuestionando el sentido de la vida y pensado de manera nihilista sobre esta.

Cada uno a de estos aspectos es poco probable que un televidente lo interprete, al espectador solo le interesa el contenido sustancial; se debe aprender a ver televisión, a analizar lo que transmite; de ahí pueden encontrarse posibilidades que ayuden a la obtención de una respuesta o a hallar una herramienta que puede ser utilizada por la filosofía para ampliar su campo y generar nuevas perspectivas que vayan trascendiendo el tiempo y acoplándose al cambio de este sin perder su naturalidad y su rigurosidad

¿Si es posible aprender a ver televisión? No es que se inicie una academia que dé clases de cómo ver la televisión, pero es posible analizar lo que se consume y preguntarse ¿qué es lo que aporta?, ¿alguien habrá tratado tal tema?, ¿qué es lo que pienso al respecto de ello?, ¿cuál es la intención de lo que se transmite? El principio está en que el televidente cuestione lo que ve. No ver por ver, sino para qué ver televisión. Este medio puede generar un pensamiento colectivo que evolucione lógicamente, o controlar y generar ideológicas que conspiran para que el sujeto esté en un estado perpetuo de control ideológico y manejo de pensamiento a voluntad del contexto, dando una imagen nociva y disimulada, cuando en realidad:

La televisión gobernada por los índices de audiencia contribuye a que pesen sobre el consumidor supuestamente libre e ilustrado las imposiciones del mercado, que nada tiene que ver con la expresión democrática de una opinión colectiva ilustrada, racional de una razón pública (Bourdieu, 2000. p. 96).

La adecuada utilización de filosofía en la televisión, puede indicar una utilización propedéutica para el sujeto que la ve, fundamentado la imagen de movimiento como una posibilidad de ejemplificar los conceptos de manera contextuales y que puedan moverse con libertad sin los límites que posee la realidad, simulado la aplicación de pensamientos en su totalidad que enmarquen todos los detalles e interpretar qué resultados podría tener; además también puede incentivar a la crítica, a la duda y a la curiosidad, ofreciendo instrumentos para la estimulación del pensamiento y métodos de entender la filosofía por un medio que puede profundizar en la explicación de características hermenéuticas, llevándola a un pragmatismo simulado que proponga nuevos puntos de vista y genere golpes ideológicos, sin caer en el propagandismo, ni en el control de masas.

La posibilidad de plasmar el concepto en imágenes es que da la oportunidad de recodar el pasado filosófico y revivir sus conceptos o teorías de manera un poco más viable y aplicar este al entendimiento post moderno y así evitar la desaparición de la erudición: “toda nuestra cultura lineal y acumulativa se derrumbaría si no fuéramos capaces de preservar la «mercancía» del pasado al sacarla a la luz” (Baudrillard, 1993, p. 25) revivir los antiguos pensamientos filosóficos de los griegos de manera artificial, posibilita un entendimiento de este en la actualidad y una preservación de estos para la posteridad. Es claro que Sócrates repudiaría la televisión por el simple hecho de que esta es una copia de la copia, exponiendo que todo lo que sale en esa caja de imágenes con movimientos solo son errores.

Pero también se debe aclarar que en la actualidad este medio ayuda a ver la filosofía en aplicación, accionando el pensamiento y plasmándolo en un panorama que se pueda manipular, explorar y probar para su mejoramiento o cambio de paradigma; ejemplos que vinculen la oportunidad de la televisión y la filosofía son los filmes como *Matrix* (Warner Bros) dirigida por las hermanas Wachowski, y *The purge* (Universal Pictures) dirigida por James DeMonaco, dos intentos donde el empeño de explicar el concepto filosófico en un contexto fue exitoso; por parte de *matrix*, el concepto platónico sobre el mito de la caverna se vuelve un simulacro realista que llega a encajar en algún punto de la vida en el mundo, trascendiendo los parámetros del simple entretenimiento y llegando a ser una futura herramienta que servirá de regencia para la explicación de tal teoría filosófica de Platón. Tomando por otra parte el análisis del otro film, se puede evidenciar cómo funciona la sociedad de estado de naturaleza en Hobbes al poder cometer cualquier delito un día al año y así poder controlar a la bestia y mantener controlada la civilización. Lo anterior es un punto de partida sobre cómo la filosofía puede ser enriquecida con apoyo de la televisión, pero no de cualquier intento, sino de un producto de trabajo y riguroso análisis e investigación:

La historia de la filosofía televisada exige que nos despojemos de todo prejuicio en torno a la naturaleza fundamentalmente anti intelectual del medio televisivo y que nos planteemos cuestiones críticas sobre el papel de la educación en las sociedades democráticas, sobre las relaciones entre alta cultura y cultura popular, sobre la función pública de los intelectuales, y sobre la pervivencia misma de las identidades nacionales en un mundo globalizado. Por último, nos anima a replantearnos la filosofía misma, afirmando que el contenido de la disciplina es indivisible de las nuevas formas mediáticas en las que haya cauce de expresión (Chaplin, 2010, p. 11).

La televisión como cultura de masas va a buscar el entretenimiento de estas, indagando en una simulación de la representación de la naturaleza, para que esta cumpla con el objetivo de que se asemeje a la vida real. Y si hay algo en que la televisión tiene su fuerte y que la filosofía deberá explotar, es la facilidad de impeler a las pasiones, sentimientos e imaginarios, que bien asimilados con el concepto filosófico pueden crear un universo de propuestas que pueda ayudar a la interpretación de valores nietzscheanos, sentimientos sartreanos o schopenhaueriano y faciliten en el caso de la academia a estimular y a mejorar una propedéutica que encaje en el cambio de tiempo. La oportunidad de utilización de la televisión en la filosofía puede no solo quedar en una simple oportunidad de mejora cultural en este medio, o de solo ejemplificar conceptos, sino también en una innovación metodológica que ayude a desencastillar la filosofía, ser una asignatura aburrida y de solo soplar polvo de las portadas de la historia.

El creer que la gente y los intelectuales deben ir por lados distintos es un ejemplo de estancamiento cultural, o como Sartre lo expuso en un programa francés:

Hace cincuenta años, la gente y los intelectuales iban por separado, aunque ese ya no deba de ser el caso. No es tanto que los intelectuales puedan dar consejos a la gente, sino más bien lo contrario, de modo que las masas adopten una nueva forma... y por esto estoy diciendo que con toda seguridad volveremos a vernos. (Jean-Paul Sartre: Sartre par lui-même, part. 2. Alexandre Astruc, Michel Contat, directores (1972). Emitido por primera vez en TF1 (22 de abril de 1980), INA (1 h 37 min 30 s).

La aplicación de la filosofía televisiva, puede generar una conciencia a los televidentes, construir una ideología demarcada y centrada en el sujeto y no en el control de este o en rellenar su cabeza con entretenimiento basura, que construya una identidad mediocre y lejos del interés sobre las cuestiones de él como ente relacionado con los hechos del mundo.

En sentido televisivo

Toda televisión tiene su sentido en la intención de transmitir su contenido, sea ya informativo, cultural, político o caer solo en el entretenimiento, opciones centradas en un enriquecimiento ideológico, con el fin de darle un sentido al televidente; pero ¿cuándo se podrá decir qué sentido es correcto y cuál no? Pues todo esto depende del sujeto, este debe tener en cuenta qué es lo que quiere ver y cómo lo va ver, ya que la televisión tiene un:

imperativo de producción de sentido que se traduce por el imperativo sin cesar renovado de moralización de la información: informar mejor, socializar mejor, elevar el nivel cultural de las masas, etc. Tonterías: las masas se resisten escandalosamente a este imperativo de la comunicación racional (Baudrillard, 1993, p. 117).

Pero cuando a una sociedad no le interesa el sentido primero de la televisión, se centrará en la búsqueda del sentido del espectáculo y es ahí cuando con facilidad el capitalismo los vuelve objeto del consumismo y manejan la ideología en modo de propaganda y programa de autoayuda que envuelven al individuo a solo ser un consumidor impulsivo que siga la ideología del capital, buscando solo control de las masas, promocionar falsa cultura y prostituir el intelecto como algo que se pueda comprar.

La noción de elevar la cultura de las masas como lo dice Baudrillard, se pierde cuando los signos solo se utilizan para formar un espectáculo y donde la dialéctica se vea cada vez más opacada por el simple término de entretenimiento, proporcionado una comodidad intelectual a los creadores de contenido, pues estos no tiene que pensar en un sentido lógico que pueda enriquecer el conocimiento, sino en transformar la televisión de una herramienta múltiple de construcción ideológica e intelectual de conocimiento, a una moda popularizadora que psicoanaliza gustos para forma parámetros y adulterar la ideología, utilizando la televisión como una herramienta para construir:

Un mundo sobre la fantasía, emociones sintéticas en forma de pastillas, enfrentamientos psicológicos en forma de publicidad, químicos que alteran la mente en forma de comida, seminarios que lavan el cerebro como la prensa, burbujas aisladas controladas en forma de redes sociales, ¿real? ¿Quieres hablar de realidad? no hemos vivido nada remotamente parecido desde principio de siglo, la apagamos, le sacamos las baterías, comimos organismos modificados y tiramos los restos en el basurero creciente de la condición humana. Vivimos en casas con marcas de corporaciones construidas con números bipolares que suben y bajan en pantallas digitales y nos hipnotizan en el más profundo sueño conocido por el hombre, hay que cavar mucho muchacho, para encontrar aquello que sea real. Vivimos en el reino de la mentira. (Srubshchik, 2015, cap. 10, tempo 1).

La indiferencia frente a este caso, no solo perjudica la sociedad actual, también a las futuras generaciones, pues estas no crecerán frente a un interés que pueda brindar este medio de comunicación, sino que seguirán menospreciando y arruinando la televisión como algo burdo o algo que como muchas madres llegaron a amonestar a sus hijos cuando veían televisión, esta “pudre el cerebro”. Estas no deberían ser las características de la televisión, su sentido no era este cuando se creó, el mal sentido televisivo que utilizo el capitalismo no debería ser el fin por el cual deba ser juzgado. La simulación para la filosofía es una herramienta que apoya la evolución de esta con ayuda de la imagen en movimiento, siempre y cuando su sentido sea dialéctico y busque un crecimiento cultural; pero cuando el simulacro se crea para fundamentar una falsa ideología y generar espectáculo manipulador de lo real, es ahí donde la filosofía debe repudiar la televisión, ya que en este sentido solo se busca prologar la mentira y la simulación fantástica de lo real deformando la ideología cultural.

Filosofía de la televisión como herramienta educativa

En la actualidad, los alumnos de las instituciones cada vez toman el ideal de que la filosofía es una asignatura aburrida o que no sirve para nada, o que es una disciplina de gente rara o locos. Lo que genera que la hora de la enseñanza de la filosofía, los alumnos no se acercan a ella por interés, haciendo todo con menosprecio. La lectura es algo que hoy día no es un fuerte, ya que los estudiantes carecen del hábito de la lectura, esto tiende a ser por varios factores, como la *tecnologización* de la población juvenil:

Un tipo muy frecuente de vivencia del tiempo libre entre nuestros menores y jóvenes es lo que podríamos llamar el “ciberocio”. Este concepto englobaría a la televisión, los videojuegos, o las múltiples posibilidades de distracción que ofrece Internet (Peiró, Grègori, y Merma Molina, 2011, p. 7).

Hay que tener en cuenta que la tecnología da la facilidad de encontrar información de manera más fácil y más rápida; pero esto ha logrado que los estudiantes se acostumbren a que todo sea rápido y corto, lo que genera la pérdida del interés en párrafos extensos. Por otra parte, está el papel de docente que no busca métodos y carece de idea para poner interés a su asignatura, ya que simplemente cae en la obligación y no en la búsqueda autónoma de tal disciplina, originado que el alumno pase por alto la idea de ver la Filosofía como parte del carácter cultural, lo que genera en lo personal una decaída en el desarrollo de identidad y un olvido de la historia y la cultura.

Esto debe estar presente a la hora de aplicar la propedéutica filosófica, debiendo pensar en nuevas herramientas que estén de acuerdo con el contexto, generen interés y enseñen la disciplina, sin obligar al individuo. ¿Se puede enfocar su ciberocio como algo que puede enriquecer el individuo? El análisis del contexto es una pieza clave al momento en que un docente va enseñar, este es el que le da patrones y pistas que lo encaminan con el método correcto, ya que es claro que a cada grupo no puede ser enseñado de la misma manera. En el ciberocio se encuentran videojuegos, internet y el enfoque primario, la televisión; estos pueden ser una herramienta utilizable para que el sujeto aprenda; es claro que no todo lo que salga de estos medios es bueno, pero como todo en el mundo, hay cosas a rescatar y otras que no, es decir, todo puede funcionar desde que este se utilice de la mejor manera posible. En el caso del internet, la educación en línea es un avance dirigido a población que escasea de tiempo o está a largas distancias; los videojuegos como *Metal Gear Solid*, *Horizon Zero Dawn*, *The Last of Us*, aparte de entretener tiene trasfondos filosóficos, políticos, ambientales, históricos y sociales; no se saben si estas características son plasmadas para que el sujeto las detecte o si son simple propaganda, pero lo que realmente importa es que la sociedad las perciba y se dé cuenta de ello, sin tragar entero tal contenido:

La televisión, al igual que los cuentos infantiles, o la novela, cultivan la imaginación, las capacidades valorativas y la relación entre las generaciones mediante la cultura. La razón es que el mito y otras realidades conllevan un componente afectivo que impide una vida anodina. La televisión puede incluir perspectivas en sentido optimizante del espectador (Peiró, Grègori, y Merma Molina, 2011, p. 12).

La televisión cumple estas mismas características, siendo un mecanismo capaz de imaginar nuevas percepciones del mundo, cabe aclarar que tales percepciones son representaciones sociales y como algo social se encuentra lo real y lo mítico, además de lo verdadero y lo falso. Este medio de comunicación está propenso a divagar entre simple propaganda de entretenimiento o transmitir un mensaje, ya sea alertado de la situación, modificando ideologías o simplemente engañando con imágenes y consumismo. Este desequilibrio y prejuicio da el enfoque por el cual la televisión origina la desconfianza, resultado de su utilización frente a los individuos; la crítica a este medio es que es sí enseña solo violencia y estupideces, pero se supone que la sociedad tiene el control, sí claro las producciones televisivas dan ese contenido, pero se supone que los mismos televidentes tiene la facultad de elegir qué es lo que quieren consumir, son ellos mismos los que deben preguntarse qué es lo que ese contenido ofrece y esto es algo que debe ser abarcado en la educación; la televisión puede convertirse en una artillería de una educación

indirecta, haciendo así que el conocimiento no solo quede en la academia, sino también debe ofrecer al individuo una interpretación del mundo y para esto se debe dejar de mirar el mundo y pasar a observarlo y contemplarlo.

La aplicación de la filosofía en la televisión puede ser esa herramienta que le dé una nueva vista a los alumnos, dejando atrás la vaga pretensión de revivir la historia de las teorías y pasar a la comprensión del pensamiento de los tiempos. La posibilidad de este instrumento puede aplicarse en el contexto actual, ya que es algo que los alumnos están en constate tacto a este medio, conllevándolo a la intención de que este no es un solo mecanismo de entretenimiento: “Lo mejor es acostumbrarles desde muy pequeños a seleccionar, a que discernan lo que les ayuda o perjudica, y a saber usarla con racionalidad, con medida y criterio” (Cárdenas 2011, p. 11).

La filosofía es una disciplina que se basa en mayor parte en lo conceptual, en la hermenéutica de los hechos del mundo, donde nacen las teorías y tratados que esbozan la naturaleza y la búsqueda de la verdad; a la hora de enseñar esta práctica puede volverse un tanto lineal y llena de juegos de lenguaje, dificultando su comprensión en su momento de enseñanza, en este caso a individuos de educación media. ¿Cómo fomentar la filosofía sin que esta se quede como algo simple y aburrido? mediante un enfoque que busque nuevas metodologías que integren tanto el concepto como las didácticas que se aplicarán, como cine y música, sin que afecten la rigurosidad de la filosofía y sin afectar el currículo educacional.

La búsqueda de nuevas herramientas propedéuticas, genera una apertura a nuevos métodos que den un giro a la percepción que tienen los estudiantes a la hora de estar en sus clases de filosofía. Tales herramientas son factibles, ya que estas se mueven en su contexto de fácil asimilación. El cine como instrumento para la filosofía:

es la relación entre la imagen y el concepto. Pero el concepto encierra en sí mismo una cierta relación con la imagen, y la imagen comporta una referencia al concepto: por ejemplo, el cine ha intentado siempre construir una imagen del pensamiento, de los mecanismos del pensamiento. Y no por ello es abstracto, sino todo lo contrario (Cárdenas Maldonado, 2011, p. 244).

Por parte del cine, películas y series televisivas, la relación de imagen y concepto, sirve como una estética artística de las teorías expresadas en la imagen del movimiento como la posibilidad de estudiar la filosofía en un accionar de ejemplo que ayuden a una interpretación y pragmatizar el concepto de manera clara sin caer en tecnicismos absolutos, que compliquen la comprensión para sujetos que no sean parte de la disciplina: “La dimensión explícitamente visual de la televisión la convirtió en una tecnología sorprendentemente útil para poner de manifiesto la filosofía en tanto que proceso y para atraer a un público nuevo a la disciplina” (Chaplin, 2010, p. 3), en este caso los estudiantes de las instituciones educativas; dejando a un lado las intenciones de propagandismo e incluyéndolos a un pensamiento de sí mismo y de ellos en el mundo. La apropiación de las características de la televisión para la filosofía debería darle una amplitud no solo conceptual, sino también la infinidad de imágenes con qué enriquecer el argumento, pues este no queda simplemente en lo escritural sino que, al poder plasmarlo, se abre a ser más analítico y hermenéutico de sí mismo. Adiestrando al sujeto a que la imagen no es simplemente algo plasmado y ya, también es un enfoque, una teoría, un argumento, una realidad, que está más allá de los simples trazos o de una simple actuación. Lo que:

conlleva a tener una formación de base al respecto. La TV está desprovista de su debida contemplación curricular (Vázquez, 1994); así que enseñar a manejarla, en su sentido instrumental, subrayando más los criterios que las habilidades, es un reto pedagógico (Peiró, Grègori, y Merma Molina, 2011, p. 12).

Es decir, es algo arriesgado, pero es una evolución de lo tradicional, adecuándose a los nuevos paradigmas sociales y traspasando los límites de los métodos clásicos y seculares. La televisión propicia la ampliación de horizontes, además de que promueve la propia cultura, impulsa otras civilizaciones o costumbres a las cuales no muchos pueden acceder. Todo programa o serie televisiva puede ser muy útil cuando están mediatizados y se observa con moderación.

Este arte audiovisual se convierte no solo en la caja mágica para pasar el tiempo, ahora es la oportunidad de llegar al sujeto desde distintos ámbitos, ya sea despertando las pasiones, criticando la condición humana, hasta el carácter político y conocimiento; el Ministerio de Educación está consciente de la facultad que tiene la televisión y de cómo los jóvenes y adultos están frente a la pantalla por largos periodos de tiempo; lo que indica la funcionalidad de este medio en las mentes del consumidor, obligando:

a pensar en la televisión a partir del reconocimiento pleno de su carácter complejo y de ver el flujo de contenidos audiovisuales como una oportunidad para el desarrollo de procesos positivos, que permitan sinergias activas entre entidades públicas y privadas y el tipo de televisión que esperamos para nuestros hijos (MEN, s.f., p.1).

Esto no quiere decir que la educación se transportara a la televisión, pero si puede ser un nuevo vehículo para impulsarla fuera de la academia, traspasando los límites de la educación a nuevas posibilidades de aprendizaje y dando una oportunidad a una hermenéutica del sujeto más practica mediante arte en movimiento y conceptos impregnados de unos pixeles digitales que den cuenta de manera pragmática la teoría de una realidad.

La filosofía tiene infinidad de escuelas y métodos, pero en estos tiempos la necesidad que debe cumplir no es quedarse en lo escrito; la importancia de esta en la actualidad se está tornando en una urgencia de ser práctica, generando un vínculo teórico-práctico, para buscar dar respuesta a la incongruencia y falencias del ser humano; con la televisión como nuevo sistema filosófico puede aplicar el concepto en una realidad simulada, pero que al mismo tiempo al ser contemplada afecte la verdadera existencia, conllevando a que la palabra viva.

La televisión se deberá centrar en el estilo socrático; no debe dar respuestas, sino por el contrario, formar la duda y la pregunta, pues si ella se enfoca a contestar la pregunta, solo sería una mala maestra que solo alinea al sujeto a pensar por un solo camino, solo replicando y repitiendo una misma ideología para todos.

La disciplina que con el tiempo fue construyendo cimientos de una imagen de solemnidad, desde el pensamiento de la condición humana hasta presupuestos metafísicos, se abrió a una extensión del pensar como lo pensaba Deleuze y o más adelante lo hizo Onfray y Zizek; la filosofía emprendió una liberación de su cárcel, las escuelas y universidades.

La televisión se vuelve la quebrantadora de las cadenas de la filosofía y formando una estrecha relación que le otorga acción a la palabra y argumento a la imagen, y de este mismo modo genera un nuevo método que la educación puede utilizar a su favor, convirtiendo el entretenimiento en algo más que mera diversión, sino también en algo que fortalece los vínculos del conocimiento.

Conclusión

El conjunto de estos dos se podría llamar filosofía de la televisión; fomenta en sí un análisis del mundo y de cómo en los simulacros se encuentra una pizca de verdad, indicando de manera crítica, ejemplificada o simplemente enfrentado al televidente a sus miedos o pasiones, pragmatizando la palabra más allá de los límites de lo real y realizando una apertura a la interpretación individual, pues es claro que cuando un individuo lee un libro, este escrito está supeditado a la deducción del sujeto; esto es lo que da el enriquecimiento de una base de la historia, pero formando un problema de la actualidad y así se creará un concepto que responda con base en esa necesidad actual. Esto mismo es una característica de la televisión que engendrará nuevos dilemas morales, sociales o políticos, así como lo han demostrado La filosofía de *House*, "La filosofía de *Lost*", "Los Soprano y la filosofía", "la filosofía de los Simpson" demuestran que el análisis de la imagen puede exponer conocimiento racional y que no solo es vago entretenimiento.

Pero no todo el contenido de la televisión da estos fructíferos resultados; la identificación de estos contenidos va desde el estudio del contenido hasta en qué se está viendo y qué es lo que aporta. Esto se convierte en una herramienta que no da un respiro a lo académico, pero que nos brinda perspectivas y preguntas que nos ayudan a dar respuestas sobre nuestra condición como humanos y como entes culturales; este medio construye una ideología, pero la correcta utilización y el enfoque al análisis, es lo que diferencia la buena o mala ideología de esta, apoyando a la educación y al crecimiento del sujeto o dejándolo a merced del poder, ya sea económico, político o del control del pensamiento.

En el campo de la educación es una transformación de la metodología propedéutica de la filosofía, dejando a un lado lo sistemático y de oficina, pasando a algo más activo, ameno y de mejor manejo lingüístico- interpretativo, fomentado a una mejor participación de sujeto al desarrollo de la pregunta desde su enfoque y su interés. Así el docente de filosofía deja de ser un chamán que resucita la historia, para convertirse en un impulsor de los pensamientos del mundo y formador de nuevos paradigmas; centralizando la educación en una motivación que responda también a una urgente necesidad de contar con una televisión constructora de valores, consciente de su rol en el ambiente mediático de los niños/as que conforman su público, atractiva, entretenida, diversa, acorde con las verdaderas necesidades de desarrollo de niños y niñas en Colombia: La "televisión de calidad" que nuestros hijos merecen y necesitan. Y por qué no, una experiencia útil para otros países de la región (MEN, s.f., p. 1).

Además, viendo la filosofía más en un accionar y no una simple asignatura que se quede en los cuernos y en lo conceptual y pasar a la vivencia de esta frente a las experiencias subjetivas de cada individuo, y teniendo de cada una, respuesta en una pluralidad, mediatizada por la lógica y la razón, sin caer en presupuestos ideológicos comercializados y fundamentados en una realidad y la búsqueda de la verdad. También, enseñando un uso de la televisión como herramienta a la disciplina y no como un ente alienante, dispuesto a la crítica y la construcción de un nuevo concepto que tenga en cuenta el recorrido histórico.

Conflicto de intereses

El autor declara la inexistencia de conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole. Asimismo, la Universidad Católica Luis Amigó no se hace responsable por el manejo de los derechos de autor que los autores hagan en sus artículos, por tanto, la veracidad y completitud de las citas y referencias son responsabilidad de los autores.

216

Referencias

Baudrillard, J. (1993). *Cultura y simulacro*. Barcelona, España: Editorial Kairos.

Bourdieu, P. (2000). *Sobre la televisión*. Barcelona, España: Anagrama.

Cárdenas Maldonado, J. D. (2011). Entre la imagen y el pensamiento: a propósito del pensamiento de Gilles Deleuze. *Universitas Philosophica*, 57(28), 241-262. Recuperado de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/vniphilosophica/article/view/11009>

Chaplin, T. (2010). La filosofía en televisión: ¿un sueño imposible? En M. Martínez-Lage. Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA), Centro Galego de Arte Contemporánea (CGAC) y Xunta de Galicia. Recuperado de http://www.macba.cat/uploads/TWM/TV_chaplin_cas.pdf

Lipovetsky, G. (2015). *La estetización del mundo*. Barcelona, España: Anagrama.

Ministerio de Educación Nacional, MEN. (s.f.). *Televisión y Educación*. Recuperado de <https://www.mineducacion.gov.co/1621/article-90213.html>

Onfray, M. (2008). *La comunidad Filosófica*. Barcelona, España: Gedisa.

Peiró, I., Grègori, S., y Merma Molina, G. (2011). Una mirada crítica a las repercusiones de la Televisión en la educación. *Polis Revista Latinoamericana*, 29, 1-7. Recuperado de <https://journals.openedition.org/polis/2086>

Srubshchik, I., y Slater, C. (Productores). (2015) Mr. Robot [serie de televisión] New York, E.U: Universal Cable Productions.

Adorno, T. A. (2009). *Criticas de cultura y sociedad II*. Madrid, España: Akal.