

TELEVISIÓN Vs REALIDAD. EL BOTÓN-CANAL DE COMUNICACIÓN

Luz Elena Sepúlveda Gallego
Profesora de la Universidad de Caldas

PALABRAS CLAVE:

Televisión, educación, ambiente.

Y un día de abril del año 2.132 la televisión se convirtió, mágicamente, en un medio individual-colectivo de comunicación; dejando atrás su categoría de medio masivo de difusión gracias a Gellys, hada madrina de la realidad, quien con su varita mágica le imprimió dinamismo, dándole la verdadera posibilidad de comunicarse.

Un tiempo después, cuando Juanito estaba viendo los Spoters - programa de televisión -, Zpit, el rey de los Zpors, planeaba un belicoso encuentro interespacial con el pueblo Prot, su objetivo era acabar de una vez por todas con el pueblo Prot, ya que Zpit quería ser el rey único y todopoderoso del universo. Juanito, horrorizado, presionó el botón-canal de comunicación bidireccional; entonces le criticó a Zpit su incontrolable deseo de poder y le sugirió como solución a la problemática de los dos pueblos el diálogo y la conciliación; pero Zpit, aunque la conversación se prolongó, no quiso aceptar la solicitud del niño; Juanito, al darse cuenta de su incapacidad para convencer a Zpit, decidió amenazarlo diciéndole: "Si matas a los Prot, jamás volveré a sintonizarte los jueves a las cinco de la tarde".

El jueves siguiente, en efecto, el plan devastador de Zpit se cumplía al pie de la letra, todo apuntaba al triunfo del pueblo Zpors. En la mitad del programa, Natalia, otra niña televidente, decidió intercambiar ideas con Zpit; después de abrir el canal de comunicación le dijo: "¿Por qué no le haces caso a Juanito?; él la semana pasada, te explicó las ventajas de la conciliación; ¿por qué tienes que seguir siendo tan malo?" A esto Zpit respondió: "Si acatara las sugerencias de niños como tú o como Juanito perdería el favoritismo de millones de niños que no piensan como ustedes, niños que quieren ver malos, que quieren ver que el éxito se alcanza a pesar de otros aunque sean inocentes; estos niños son más que ustedes dos y lo único que le interesa a mi patrocinador, la fábrica de yogurt Ricogurt, es la cantidad de niños que, viendo este programa, puedan antojarse y comprar el yogurt; no les interesa si los niños son críticos o no, si quieren cambiar la televisión o no".

Natalia, desconsolada, decidió comunicarse telefónicamente con Juanito, el diálogo que sostuvieron fue este:

- Hola Juanito, hablas con Natalia, no nos conocemos; sé de tí porque escuché - vi tu conversación con Zpit la semana pasada.

- Hola. ¿Tú fuiste la que hace un momento también habló con él?

- Sí. ¿Te diste cuenta que él quiere seguir siendo malo?

- Muy malo, quiere matar a los Prot; pero a mi me parece que los Prot son sobrados, son seres muy chéveres.

- El problema es que Zpit no puede hacernos caso a nosotros dos porque somos muy poquitos; para evitar que maten a los Prot tendríamos que conseguir otros niños que piensen como nosotros.

- Eso lo veo muy difícil, yo he hablado con mis amigos del colegio y a ellos no les interesa cambiar el programa, ellos sólo quieren ver lo que pase. Mejor dicho, Zpit tiene razón al pensar que así como es, le gusta a la mayoría de los niños.

- Entonces lo único que podemos hacer es dejar de ver a los Spoters.

- Si. Entonces, ¿qué tal si los jueves a las cinco de la tarde mejor nos dedicamos a jugar tú y yo?

- Bueno. Jugamos pero también dibujamos y escuchamos música.

- Vale. Nos vemos el jueves próximo en tu casa. ¿Cuál es tu teléfono y dirección?...

Natalia y Juanito siguieron encontrándose los jueves a las cinco de la tarde; en uno de sus encuentros, cuando ya eran las seis de la tarde, encendieron el televisor, estaban presentando un documental en el cual se hacía alusión a los "hijos del sol", con el desarrollo del programa se hizo evidente que los hijos del sol eran los habitantes del desierto. El documental pretendía mostrar la miseria y desolación de dichas personas, explicar cómo los intereses de poder de las grandes potencias económicas del planeta impedían el progreso-bienestar de esas comunidades, y comparar la ausencia-de-todo del desierto con la abundancia-de-todo de otras zonas geográficas del mundo.

Natalia, conmovida, asoció el documental con una historieta de muñecos animados de Walt Disney en la cual ella había intervenido gracias al canal de comunicación.

En la historieta, Tío Rico se había ido de paseo con sus tres sobrinos por todo el mundo. Uno de los países que visitaron fue Etiopía, cuando Tío Rico vio tanta pobreza decidió salir de ese terrible país lo antes posible pues no quería ver sufrir a sus sobrinos al estar en contacto tan estrecho con la miseria. Cuando ya estaban en el avión, dispuestos a elevarse en los cielos de Etiopía, Natalia abrió el canal de comunicación para tratar de convencer a Tío Rico de que la solución de los problemas de los demás no está en darles la espalda, sino en tratar de ayudarles en la medida de las posibilidades de cada cual; Tío Rico, con su tacañería característica, le argumentaba: "Si ellos quieren vivir bien tienen que trabajar duro así como yo lo he hecho"; Natalia le recordaba que trabajar y producir es bastante difícil cuando se está en medio de una tierra estéril y cuando por generaciones la desnutrición crónica los ha incapacitado; pero Tío Rico no lo consideraba así pues los etíopes le parecían perezosos ya que los veía a todos por ahí sentados haciendo nada. Natalia entonces le propuso: "Tío Rico, tú podrías invertir en estas tierras; si montarás varias empresas toda esta gente podría trabajar para tí, ganarían lo suficiente para vivir y para mejorar sus ciudades y tú te ganarías todos los dividendos; ¿no te parece una buena idea?". Tío Rico, ante tal propuesta, tomó la decisión de quedarse unos días más para poder estudiar la factibilidad de invertir en esas tierras.

Al finalizarse el capítulo de ese día, ya Tío Rico había tomado una decisión afirmativa, se habían creado las fábricas, los hospitales, las escuelas y las casas, se había capacitado a la gente y ya todos, felices, estaban trabajando.

Con este antecedente de triunfo de Natalia en una situación tan similar a la que ahora veían en el documental sobre los hijos del sol, Juanito y Natalia consideraron que este era el momento ideal para volver a comunicarse con el televisor; esperaron el momento que para ellos era el más oportuno: "Cuando esté hablando el presidente de una de las grandes potencias económicas del mundo". En efecto, así lo hicieron y al entrar en comunicación le dijeron: "¿Por qué eres tan malo? Tú que puedes, ayúdales a esas personas tan pobres; es muy fácil, hazlo como Tío Rico lo hizo en Etiopía hace un mes, construye fábricas, carreteras, hospitales, escuelas, colegios y universidades, cultívalas buena comida, enséñales a trabajar". El Presidente les respondió: "Ya les hemos prestado mucho dinero para que hagan todas esas cosas, ellos tienen una gran deuda con nosotros".

Como ya el tiempo televisivo para el programa se estaba agotando, Juanito y Natalia le pidieron al Presidente unos minutos fuera del aire. Él se los concedió. Los niños querían saber el final de la historia para poder decidir si seguían o no viendo el programa. Su posición era clara: "Nosotros no queremos ver cosas tristes en la televisión, si el Presidente no les ayuda a mejorar su calidad de vida, simplemente seguiremos jugando una hora más los días jueves, sin ver televisión".

Ante la inquietud de los niños, el Presidente tuvo que responderles la verdad: "No sé cual será el final, no sé qué pasará mañana; lo único que sé es que no podemos hacer lo que hizo Tío Rico, porque lo de él es fantasía y lo mío es realidad". Natalia, indignada, le dijo: "Desde que te vi me di cuenta de tu maldad, todo lo que dices son disculpas, qué cuentos de fantasía y de realidad. Mejor dime cuales son las intenciones de tu patrocinador, así sabremos el final de la serie". El Presidente tal vez triste, o mejor, desconcertado, les respondió: "Ustedes son muy niños y aún no entienden, quizá cuando sean grandes podremos hablar de esto". Natalia y Juanito, ya muy bravos, cerraron el canal de comunicación bidireccional y apagaron el televisor.

Con el cuento quiero evidenciar mis temores ante un excelente y excepcional medio audiovisual de difusión: la televisión, temores que podrían convertirse en preguntas como estas: ¿es la televisión un medio masivo de comunicación?; ¿la realidad que nos muestra la televisión es la realidad de quién y para quién?; aceptando que los niños tienen la capacidad de diferenciar la ficción de un programa de televisión con los hechos de la realidad que viven, ¿cómo interpretan la televisión cuando ésta pretende mostrar "hechos reales"?; si la televisión llega a casi todos los hogares del país, ¿por qué no asume su verdadera e ideal función formativa?, ¿por qué desinforma?, ¿por qué des-educar?

Son muchos los interrogantes que dejo por fuera, pero sé que también son muchas sus posibles respuestas, pues cada quien desde su perspectiva e intereses personales puede teorizar sobre la televisión dándole diferentes matices a su poder y a su manejo.

Ahora quiero argumentar un poco sobre la última pregunta que formulé: con la conceptualización que heredamos de Piaget, tenemos que aceptar, como una de las fases de nuestro pensamiento, el del razonamiento mágico; éste, teóricamente pasa a concreto y a formal durante el período de la adolescencia;

pero también tenemos que aceptar que no todas las personas lo logran; para muchos las explicaciones mágicas son las más acertadas, prueba de esto lo tenemos con el resurgimiento de las "ciencias esotéricas" y con ellas la magia negra y la blanca, los baños de azúcar, los pases con sal, las matas de la buena suerte, etc. Mi reflexión se concreta entonces en pensar que la televisión fomenta un pensamiento mágico, muestra una forma de ver el mundo en la cual todos los imposibles se logran en una o dos horas de emisión, desvirtuando el tiempo real que requiere cualquier cambio o maduración de una idea o de una habilidad; especialmente me refiero a la programación que ven los niños, en sus programas los finales son felices, siempre gana el bueno, el bueno es bonito, el inteligente es un nert, el chévere es el que hace travesuras, la niña de éxito es la bonita y la aburridora es la inteligente, la edad ideal es la de la adolescencia o máximo la adultez joven, la muerte es mentira, se muere por minutos, el amor es pasajero, cuando se culmina en el amor la serie se acaba, la vida sólo existe si hay conflictos, el reto es hacer maldades sin que lo "pillen".

Se me quedaba en el tintero o mejor, en el teclado, o en el inconsciente, el problema de la publicidad televisiva; su lema debería ser "el consumo por el consumo"; su pretensión es cambiarnos el ser por el tener, por el comer y por el aparentar y ponernos al servicio de las grandes empresas que pueden pagar los caros espacios de la televisión; pero hay algo peor aún, en la última instancia, somos nosotros mismos quienes pagamos la publicidad pues en el costo de los artículos ya está incluida.

Definitivamente ¡que buen negocio!, la televisión nos aliena y nosotros inocente y desprevenidamente pagamos para que nos siga alienando; los únicos ganadores son sus dueños y sus patrocinadores; si seguimos así, nunca nos saldremos de este círculo vicioso.

En conclusión, la televisión es un medio masivo de difusión, en el cual la realidad y la ficción se entrecruzan, la información y la desinformación se unifican y los intereses de muchos se consolidan. Nuestro reto como docentes es convertir esta "amenaza" en "oportunidad" por medio del fomento de la recepción activa en nuestros estudiantes.

Esta recepción activa es pues una recepción crítica, analítica y reflexiva de la televisión, es convertir la programación televisiva en pre-textos para las clases, utilizándola como un medio y no como un fin.

Close Window