

La televisión y su magia discursiva

Lic. Nancy Ulloa
Coordinadora UCI

A partir de los años cincuenta, y fundamentalmente de los sesenta, la televisión fue conocida como una de las principales promotoras del modelo comercial americano, pero cuando se instauró en los países americanos la realidad fue otra.

La presencia de este aparato que al parecer sólo sería un instrumento de entretenimiento y si se quiere de información, con el tiempo modificó conductas. Hoy por hoy se convierte en un medio de influencia masiva.

Producción

Si nos detenemos por un momento y analizamos sobre la invasión de imágenes, la baja calidad de producción por no decir la nula producción sobre todo en países como Ecuador, donde la televisión funciona al ritmo de los intereses de los dueños, es claro que sólo les importa llenar sus cuentas con cifras cada vez más altas.

La pregunta es ¿dónde está el verdadero sentido de la televisión como medio de comunicación?.

Muchas repuestas girarán en torno a esta inquietud, pero de seguro coincidiremos en que el rol que debe cumplir es el de educar, despertar la criticidad en los receptores, pero la realidad es otra, la televisión nos ha convertido en seres consumistas, incapaces de provocar cambios en la sociedad y más allá de eso, alienados por varias culturas que ni siquiera identificamos.

Así nuestra cultura queda anulada, convirtiéndose en entes psicóticos, claro, la explicación es que contamos con un medio psicótico que habla y no para de hablar.

Programación regular

"Solo programamos lo que nos piden", menciona Diego Falcón en uno de sus artículos de prensa, es que acaso no habrá alguien con una opinión diferente, una forma de ver, de hacerse responsable de los cambios urgentes que requiere la sociedad actual.

La salida sería hacer uso de este medio de masas para mirar nuestra

propia mirada y asumirla como tal; es decir no podemos quedar atrapados en un discurso de televisión vacío, espectacular, seductor, sino ser capaces de construir una verdadera comunicación que enriquezca a los pueblos, que engrandezca sus culturas, pero sobre todo que tome en cuenta que detrás de un monitor existen cientos, miles de personas mirando, esperando por una señal que les permita despertar de la manipulación y colonización a

la que estamos sometidos.

Público joven

Citemos un público específico, "los jóvenes", el pretender cambiar la visión de los jóvenes frente al nuevo ecosistema tecnológico, que muchas veces los conduce a ser simples entes receptores, sin ninguna capacidad de criterio y alienados por nuevas culturas, y como resultado de esto, una formación sin identidad.

Estos y otros fenómenos hacen que se conceptualice al ecuatoriano como un pasivo y sumiso espectador, que ha sido domesticado para pensar y soñar con el mundo que propone e impone una programación concebida a base de criterio de marketing.

Un ejemplo de programación en concreto son los talk shows que se pusieron de moda, nos estimulan a ver televisión, el consumo espectacular que presentan; sin duda atrapa a la gente y a un público muy selecto como son las amas de casa.

Lo que interesa es el nuevo hábitat

que están generando los medios y como están influyendo en la cultura los medios desde la aparición de la televisión han sido el anuncio y el germen de la sociedad informacional.

La comunicación difunde y mediatiza la cultura, esto conforma nuestro sistema de creencias y códigos producidos a lo largo de la historia.

Los medios especialmente la televisión son el material básico de los procesos de comunicación porque la mayoría de estímulos simbólicos proceden de ellos.

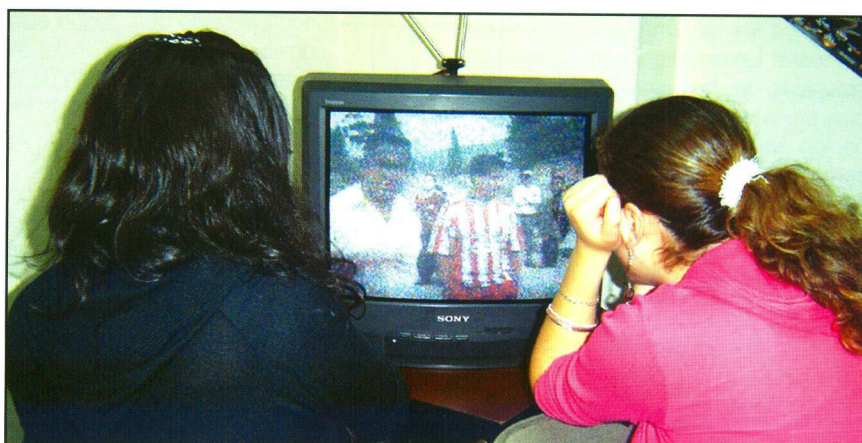
Poder de la TV

El poder real de la televisión reside en que crea el marco de contenidos de lo que se quiere comunicar en cualquier ámbito; formula el lenguaje de la comunicación; es decir determina por donde debe canalizarse la información, cómo y cuándo emitir un mensaje para atrapar al público en la magia del discurso visual. La profunda relación de la comunicación con la cultura tiene cada vez mayor importancia porque además de mediadora es constructora de realidades.

La comunicación enfrenta diversos desafíos en el quehacer del ser humano, por ello el comunicador social debe ser capaz de romper todos los obstáculos que impiden obtener una verdadera retroalimentación. Es imposible quedarnos callados ante el exhibicionismo, la invasión de la intimidad, el abuso de lenguaje grosero, el sometimiento, etc.

Aspectos que nos sumergen en un mundo irreal, y la pregunta continúa ¿quién tiene el control ante la magia discursiva de la televisión?.

La profunda relación de la comunicación con la cultura tiene cada vez mayor importancia porque además de mediadora es constructora de realidades.



La TV. es importante para educar, pero hay que aprender a no ser un ente pasivo ante la influencia de este medio.