

¿La televisión que merecemos?

Mercedes Charles C.

La televisión se encuentra, de vez en cuando, en el centro del debate. Hace unas semanas, el pleito entre Televisa y Televisión Azteca es uno de los puntos de discusión. Ambas emisoras se están peleando por atraer a los anunciantes mediante campañas publicitarias que tratan de convencer sobre las ventajas que presenta anunciarse con ellos, por el *rating* alcanzado en sus programas.

Mediante un manejo engañoso de estadísticas, Televisa trata de mostrar a los anunciantes los beneficios que obtienen al anunciarse en sus canales, mientras que Televisión Azteca, con otro manejo de datos, busca demostrar la caída del famoso *rating* en los canales y programas de su competidor. Asimismo, trata de convencer del incremento de audiencia que ha logrado en sus canales y programas durante el último año.

Por otra parte, Televisa acusa a Ricardo Salinas de haber adquirido mañosamente la concesión de Televisión Azteca. Y éste plantea que Televisa no se queda atrás, por lo que no puede tirar la primera piedra. Este debate, que no es nuevo, debería de alertar a la sociedad sobre los mecanismos y criterios establecidos por el gobierno para concesionar los canales. Pero pareciera que la sociedad no tiene vela en el entierro en esta materia, y que sólo es un pleito entre ambas cadenas de televisión para adquirir legitimidad ante sus públicos.

Mientras las grandes cadenas se pelean, hay personas y grupos que nos alertan sobre el hecho de que la televisión es un arma muy poderosa, tanto para el manejo y difusión de visiones del mundo y de la vida, como para lograr la transición democrática que muchos

esperan que no tarde mucho en ser una realidad en nuestro país.

Así, por ejemplo, el doctor Pablo Latapí, premio nacional de Ciencias Sociales y reconocido estudioso de la educación, manifiesta al respecto que "desde la perspectiva de la formación del hombre y de su dignidad es simplemente lamentable lo que estamos presenciando. Basta prender la televisión para ver el tipo de programas verdaderamente imbéciles que se transmiten, el manoseo que se hace continuamente de la violencia, el cultivo del morbo, los prototipos que se presentan a los jóvenes. Todo esto es sumamente preocupante".

Y, lo peor de todo, es que lo anterior pareciera ser un asunto de *rating*. La violencia extrema, la vulgaridad, los modelos denigrantes, la comicidad barata, la exposición de sangre, el sexo gratuito y los modelos carentes de un pensamiento inteligente, claros representantes del sexismo, racismo y clasismo, tristemente son un gancho de atracción para el público y, con ello, la obtención de enormes ganancias para las emisoras por el incremento de tarifas publicitarias.

Lo anterior muestra que a los dueños de los consorcios sólo les interesa hacer negocio y que a los anunciantes no les importa la calidad de los contenidos televisivos, siempre y cuando



Rotmi Enciso

los programas tengan audiencia. Ellos buscan estar presentes en los hogares mexicanos para que la gente recuerde las bondades de los productos que promueven, y los comprenden, sin pensar siquiera si los necesitan.

Ciertamente, la televisión representa intereses millonarios, además de ser un medio que manipula las conciencias porque nos muestra una versión distorsionada de la realidad de nuestro país y del mundo. A través de sus programas nos señala lo que es importante y lo que no lo es, así como hacia donde deben dirigirse nuestros sueños y nuestras esperanzas.

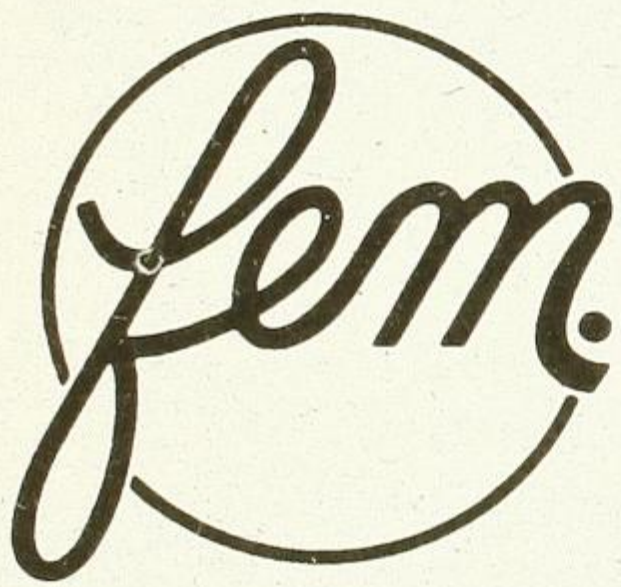
Hasta el momento, es claro que a los dueños de las cadenas no les interesa tener emisiones inteligentes, de calidad, con información que permita formar ciudadanos responsables, capaces de conformarse un criterio propio. Tampoco les interesa crear emisiones representativas de los diferentes grupos y clases sociales que forman el mosaico social mexicano, con contenidos que muestren quiénes somos, en nuestra diversidad, y qué queremos ser en el futuro.

Para ellos, no hay responsabilidad social, hay oportunidad de negocio; pero ¿en dónde quedamos todos los demás? Pareciera

que, para la audiencia mayoritaria la programación está muy bien, sus programas rampones les permite alejarse de sus problemas, reír y entretenerse. No hay exigencias por parte de este público acrílico y pasivo que, además, siente que no puede intervenir en lo que sucede en la pantalla chica.

De alguna manera, como público no hemos caído en la cuenta de la importancia que tiene la televisión en nuestras vidas. Muy poco nos hemos preguntado sobre su influencia en la conformación de nuestros gustos, sobre nuestra manera de pensar y ver el mundo, además de que nos hace sentir satisfechos con productos de muy baja calidad, al llenar su programación con emisiones baratas y francamente tontas.

En cambio, en muchos países del mundo, el público tiene gran ingerencia sobre lo que sucede en este medio de comunicación. La audiencia tiene capacidad de decisión sobre a quién o a quiénes se concesionan sus canales, ha logrado conformar consejos representativos para vigilar su programación, incluso, financia canales públicos para contar con emisiones de calidad y alto contenido educativo. Pareciera que en México, aún nos falta un largo camino por recorrer. *fem*



Orden de Suscripción

Difusión Cultural Feminista, A.C.

Insurgentes Sur # 598-302

Col. del Valle, C.P. 03100 México, D.F.

Tel.: 536•92•61 Fax: 523•46•57

Nombre: _____

(Name)

Dirección: _____

(Address)

Colonia: _____

Ciudad: _____

(City)

Código Postal: _____

Teléfono: _____

(Zip Code)

(Telephone)

Adjunto Giro Postal No. _____ por la cantidad de N\$ 75.00 por un año de suscripción a la revista fem. : \$ 60 USD para suscripciones en el Continente Americano

\$ 72 USD Europa

\$ 84 USD Resto del mundo

Si no desea recortar la revista, fotocopie el cupón.