



Sociedad y Comunicación

Uno puede poseer una computadora bastante avanzada y usarla tan sólo para hacer el balance o como procesadora de palabras. Como no es capaz de darle otros usos y la lleva usando bastante tiempo sólo para esa función, puede acabar ligando la idea de la computadora a esos usos limitados. Lo mismo nos puede estar ocurriendo con la televisión y en menor escala con los otros medios masivos. Daría la impresión de que los propietarios de esos medios los están subvaluando; no sólo no emplean a fondo sus posibilidades sino que cada día los subutilizan más y van llegando a un empobrecimiento y a una unidimensionalidad realmente calamitosos.

En el sistema capitalista en que estamos, los medios tienen que reportar ganancias y para eso tienen que contar con patrocinadores y a éstos les interesa que tengan la mayor sintonía posible. Pero es distinto diseñar un medio tan en consonancia con las expectativas de la gente y que se intercambie tan dinámicamente con ella que resulte exitoso también económicamente, que buscar la ganancia con absoluta prescindencia de las posibilidades del medio y de sus funciones propias. Tener un medio de comunicación no es lo mismo que vender chiclets o chupetas o periquitos para carros y camionetas de pasajeros. El medio tiene una función pública que exige respeto por sus posibilidades (es decir profesionalismo y creatividad) y responsabilidad para con los destinatarios.

EL MARASMO DE LOS MEDIOS MASIVOS

Es legítimo y aun conveniente que cada medio tenga su sesgo propio: la especificidad marca la diferencia y crea su propio público. Pero daría la impresión de que el sesgo que uniformiza hoy a muchas programaciones es no tener ningún sesgo, no contener ningún planteamiento, salvo el de cómo conseguir la mayor cantidad de dinero con el mínimo de inversión, tanto en elementos técnicos como más aún en recursos humanos y sobre todo en creatividad.

Y así la televisión, fuera de las telenovelas y noticieros y entrevistas (por lo general bien poco televisivas, ultraconvencionales) es puro enlatado y de un mismo corte y de una sola procedencia. De modo que la pelea por el

rating es la lucha entre el chingo y el sin nariz: todo es el mismo musiu con distinto cachimbo. Es tanto el tedio y la monotonía que ya nos va llegando a parecer que eso es la televisión.

Gracias a Dios, siempre hay algún programa que nos hace ver posibles desarrollos alternos y también la memoria nos habla «de lo que pudo haber sido y no fue», pero que no tiene por qué no llegar a serlo en el futuro.

Es triste ver cómo periódicos que fueron un orgullo nacional, hoy no tienen ni páginas; cómo otros siguen sin hacer un esfuerzo serio de diagramación, devorados por los anuncios entre los que uno escarba para encontrar, al menos, noticias. Otros, aunque sin acabar de tener aún peso específico, al menos se esfuerzan por crear un perfil propio. Las emisoras de radio se sustentan sobre todo en base a música y noticias, aunque en ese medio se observa un mayor dinamismo y creatividad.

EPOCA DE RETOS

Es palpable que los medios de comunicación masiva no atraviesan hoy en nuestro país su momento más estelar. Y, sin embargo, la coyuntura de paso de una época a otra es un momento propicio para que desempeñen un papel más protagonista. Es obvio que no pedimos que sustituyan ni a la sociedad civil ni al Estado. Pero sí es cierto que, en vez de ser receptáculo, peor aún cloaca de lo más deleznable que se produce en USA, podrían aspirar a dar voz y aun a representar, según el caso, a los diversos actores sociales que se mueven en nuestra escena, e incluso a inculcar algunas actitudes básicas que pueden contribuir a transitar constructivamente esta transición histórica.

No proponemos que se pongan a echar sermones moralizadores que suenan a hueco y por eso caen en el vacío. Sugerimos que presenten la situación con un sentido tan hondo de realidad y de humanismo que el que vea, oiga o lea perciba que lo que se muestra no es genuino cuando no lo es o que es un avance en humanidad cuando en efecto lo es; porque en nuestros medios parece privar lo que priva en nuestra vida política: que se premia el mal y se castiga el bien, que se exalta al depravado y que se deprime y menosprecia a quien vive de un modo constructivo.

Una función insoslayable de los medios es poner al descubierto lo que el poder económico y político trata de ocultar, porque no está bien hecho. Pero es distinto presentarlo con la recta aspiración de que se restablezca la verdad y se rectifique lo torcido y perseguirlo hasta concitar a los elementos más sanos para que lo logren, que armar tremendos escándalos que se tapan unos a otros sin que nunca se llegue a nada y el ciudadano se quede con la impresión de que este despelote no tiene arreglo. Como también es distinto remover las aguas podridas para que el cauce se ore, que alimentarse como los zamuros de pura carroña. Y hay medios que dan esa impresión. Muy poca atención se presta a tantos esfuerzos que se están emprendiendo hoy en todas las esferas por superar situaciones deprimentes y encontrar principios de solución a los problemas. Y no sólo a los esfuerzos que se llevan a cabo en nuestro país sino en otros de América Latina y en otras partes del mundo.

Es cierto que parte de esta situación de los medios se debe a la voracidad de sus dueños; pero no todo es achacable a ésta. También es falta de calidad y profesionalismo. Y esto es hoy tan importante en todos los niveles de nuestra vida económica, social y política como la honestidad y la solidaridad. Por eso aplaudimos los intentos de remozar los medios (más allá de una simple operación cosmética) explorando con más sensibilidad y talento la realidad y manteniendo un contacto consecuente con la audiencia.

LA SOCIALIZACION TELEVISIVA

Hay un aspecto que nos parece especialmente preocupante y digno de una reflexión nacional y de correctivos profundos: es el impacto de la televisión sobre los niños y los adolescentes. La pantalla (lo mismo la de la televisión que la de las maquinitas y las computadoras) los encanta, los fascina, los hipnotiza. A tal punto es esto así que está en trance de convertirse para ellos casi en la realidad. La pantalla es la realidad virtual en la que se vive y frente a la que se reacciona.

La educación formal, tanto para los maestros como para los muchachos, está tan alejada de su mundo de vida, de su experiencia, que es

poco menos que in-significante. La realidad de la familia sí subsiste y es sentida como entrañable; pero se percibe como lo ancestral, como lo que se lleva a la espalda y en el corazón, pero no en la cabeza ni en la imaginación, no es sentida como fuente de futuro. La sociedad tampoco propone paradigmas. Ante estas ausencias por un lado y ante esta presencia tan imantadora por otro, los muchachos parecen autistas, están en otra galaxia. Y, siendo la pantalla tan influyente, está en manos de gente que no se siente responsable de los muchachos, que los utiliza para sus propios fines.

Esta ausencia de lo que pasa por la pantalla de quienes piensan que los muchachos del país son sus hijos, este dejar en manos alienadas y alienantes algo tan decisivo, está teniendo efectos devastadores y pide hacerse cargo del problema y entrar en ese medio para cargar con él. La dificultad del asunto estriba en que los muchachos pertenecen a los medios en el sentido de que ambos son de la misma época, una época a la que no pertenecen mayoritariamente sus padres.

Si todos los medios masivos de difusión tienen una grave responsabilidad en la situación tan inestable por la que atravesamos, la responsabilidad de la televisión (y más en general de la pantalla) respecto de los muchachos, a causa del impacto que provoca en ellos, es difícil de sobreestimar. Urge una toma de conciencia del problema por parte de los propietarios de los medios y de los creativos dentro de la industria, como también de los responsables de los muchachos. Porque si para los adultos es altamente deletéreo consumir basura ajena, para los muchachos puede ser un veneno mortal.

Siempre será imprescindible la soledad de uno consigo mismo y el cara a cara y la dimensión grupal; pero tenemos que tomar conciencia de que los medios (incluyendo sobre todo la pantalla chiquita) no son un complemento apéndice ni menos aún un pasatiempo vanal. Su poder como difusores de mentalidades, como configuradores de sensibilidades y aun como constructores de realidades vicarias de alto poder captador y suscitador exige por parte de todos una seria toma de conciencia y un obrar a la vez técnicamente cualificado y éticamente responsable. ■