



Reflexiones sobre la TV basura

¿Por qué debemos proteger a nuestros niños y adolescentes de mirar programas de TV basura tan de moda en nuestros días? Los ejemplos de programas de TV basura realmente abundan a toda hora y en todos los canales de televisión.

Como algunos ejemplos paradigmáticos podemos mencionar al programa Gran hermano, a la gran variedad de [realities](#) de nutridas temáticas, a las escenas de sexo y erotismo a todas horas, a los programas amarillistas de chimentos sobre la farándula, a los programas de humor chabacano, etc, etc. Pero antes de proseguir debemos aclarar qué entendemos por programas de TV basura.

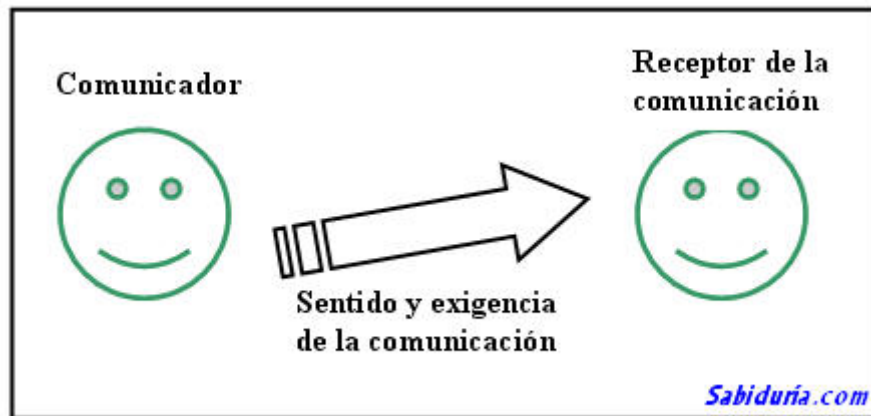
La esencia de la comunicación auténtica

Toda comunicación o transferencia de conocimiento entre dos entidades, sean estas dos personas o una entidad comunicativa (por ejemplo la TV) y una persona, posee como finalidad primordial el brindar, desde un polo de la comunicación hacia el otro, un mensaje comunicacional que sea **valioso** para el receptor. La verdadera comunicación no posee otro sentido mas esencial que este: **la trasmisión de algo valioso** pues sino, ¿qué sentido posee la realización de la misma?

Esto significa que toda comunicación poseerá dos elementos primordiales: un **sentido** y una **exigencia**. El *sentido* es la dirección en la que avanza, es decir, desde comunicador hacia el receptor de la comunicación.

La *exigencia* es la dificultad implícita frente a la que se encuentra el receptor del mensaje pues el mismo, en toda comunicación auténtica, debe esforzarse por "**alcanzar las alturas**" que le propone el contenido de la comunicación, por hacer suyo lo valioso implícito que posee la comunicación.

El siguiente esquema pretende graficar estos conceptos. Notemos que la flecha de sentido y exigencia apuntan de izquierda a derecha (la dirección de la comunicación), y de abajo hacia arriba en la medida de que el receptor debe "esforzarse" por hacer suyos los nuevos conocimientos valiosos que le plantea el comunicador.



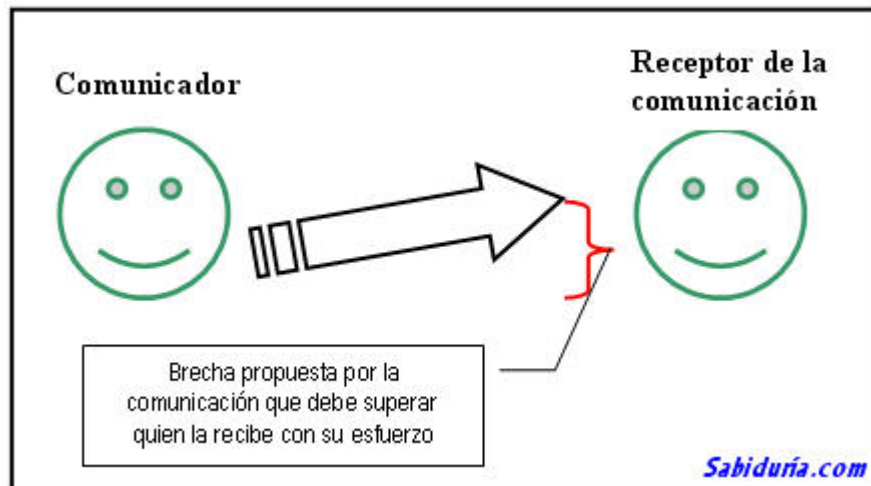
Esto se aplica en todo tipo de comunicaciones normales y tradicionales, desde la charla entre dos personas hasta la educación que brindan los padres a los hijos. Siempre que esto sucede, uno de los extremos de la comunicación pretende que quien reciba la comunicación aspire a “subir la cuesta” que le impone el comunicador.

Con respecto a esto podemos dar **algunos ejemplos**. El primero que se nos ocurre es la educación en la escuela donde los profesores, a través del mensaje educativo, proponen nuevos conocimientos a sus alumnos.

Así las cosas, los alumnos deben “esforzarse” por subir el “escalón” de dificultad propuesto por los profesores.

La buena televisión puede servirnos también de ejemplo. Cuando nos sentamos a mirar un documental bien realizado sobre un tema que nos agrada y nos interesa nos quedamos concentrados frente a la TV tratando de captar y asimilar (ese es nuestro esfuerzo) lo que allí se dice. Nos esforzamos por “subir la cuesta” para adquirir el nuevo conocimiento.

Por ello podemos decir que toda comunicación “valiosa” debe proponer un desafío a quien reciba la comunicación ya que este, como dijimos, debe poner algo de sí, el esfuerzo, para alcanzar eso valioso que el comunicador propone. Ese esfuerzo posee la finalidad de superar “**la brecha**” que la comunicación auténtica propone.



La demagogia comunicativa

Pero, como sabemos, el sentido auténtico de la comunicación puede ser desvirtuado muy fácilmente cuando el polo encargado de brindar el contenido comunicacional apela a la **demagogia comunicativa**. Recordemos que [demagogia](#) significa, en palabras sencillas, “decir a otros lo que quieren escuchar” o “dar a otros lo que quieren recibir”. Esto es muy común en la política y es un arma de uso cotidiano en la TV basura.

Imaginémonos, por un momento, que los profesores que dan clases a nuestros niños en la escuela sean demagógicos y, en lugar de enseñarles matemáticas y lengua traten en clase los temas que los niños deseen. La clase educativa verá afectada su valor intrínseco como tal y las clases de matemática, lengua y biología darán lugar a charlas de fútbol, a actividades de diversión y otras muchas cosas que los alumnos anhelan pero que no es bueno para ellos dentro del ambiente escolar de aprendizaje.

Por ello, el comunicador posee siempre **la responsabilidad** de proponer y de proveer lo valioso de la comunicación ya que esto no es usualmente lo que las masas receptoras de la comunicación desean pues estas **no gustan de esforzarse**.

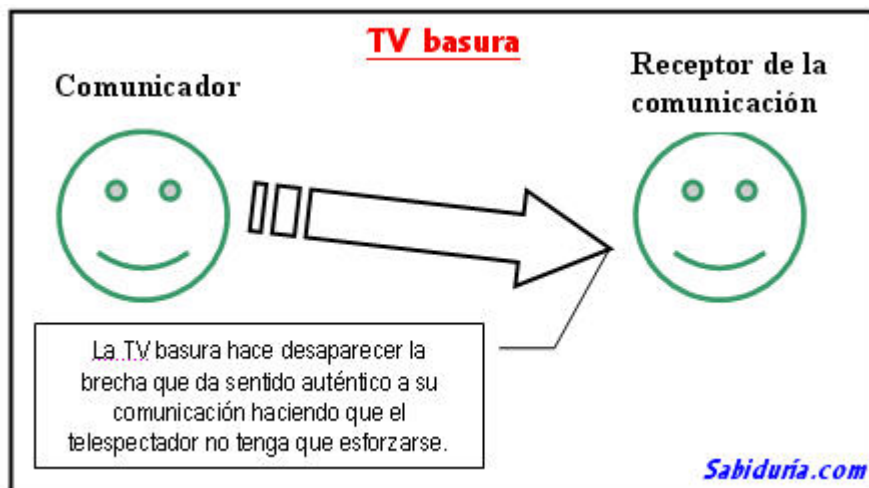
La TV basura es demagógica por definición pues “da a las masas de televidentes lo que la mayoría de ellos desean recibir”. ¿Desean contenidos sexuales y chabacanos? Se los damos. ¿Desean programas donde no tengan que esforzarse en absoluto? Se los damos. En esto radica esencialmente la ausencia completa de valor que posee este tipo de televisión que busca captar audiencia masivas (para engrosar los bolsillos de los empresarios televisivos a través de la venta de publicidad en esos espacios) realizando constantes estrategias de demagogia televisiva generando contenidos de nulo valor para seres humanos que se precien de ser tales.



¿Dejarás entonces que tus hijos se planten por horas frente a la TV ahora que sabes que esto no es bueno para ellos?

¿Perseverarán las grandes empresas en seguir comprando espacios publicitarios en programas de dudosa calidad? ¿No dañan, en el fondo, el valor de su propia marca al exponerla en programas de TV basura?

Lo que desaparece en la TV basura es “la brecha” que identifica a toda comunicación auténtica. El televidente ya no tiene que esforzarse para alcanzar “alguna altura” pues no se le propone nada que lo requiera. Solo es necesario que se tumbe frente al televisor y tenga una actitud completamente pasiva y sin esfuerzo.



La comunicación manipuladora

Lo que identifica a la TV basura es entonces una especie de **comunicación manipuladora**, no ya auténtica pues ha perdido el elemento esencial que caracteriza a esta última: el ofrecer desde una decisión a priori algo que será en verdad valioso para el televidente en función de su naturaleza auténticamente humana.

La TV basura manipula al televidente dándole contenidos que no necesiten de su esfuerzo con la finalidad de captar la atención de las masas de personas que no desean esforzarse con la finalidad de engrosar sus cuentas bancarias vendiendo espacios publicitarios en esos espacios masivamente vistos. **Esto es verdaderamente nefasto.**

Conclusiones finales

Es normal que, en la medida que nos hallemos en los comienzos de nuestro camino de [desarrollo personal](#), no queramos o nos cueste esforzarnos, pero no por ello se nos debe dar todo servido o se nos debe dar todo lo que nosotros queremos. Nuestros niños, cuando van a la escuela, usualmente se encuentran



reacios a esforzarse por aprender o por hacer sus tareas, pero los padres sabemos que eso es bueno para ellos y les ayudamos a esforzarse con la finalidad de que con el tiempo se transformen en personas valiosas para si mismos y para la sociedad.

La TV basura, demagógica y manipuladora por naturaleza, explota miserablemente esta natural predisposición a no esforzarse de las personas que estan en camino de transformarse en seres auténticamente humanos y les arroja en un pozo sin luz del cual les puede ser muy difícil salir. En verdad, la actividad de las personas que orquestan la TV basura es **diabólica** pues se valen del concurso de los mas débiles integrantes de las sociedades: aquellos que aún, por encontrarse aún en camino de formación hacia ser auténticamente humanos, no puede darse cuenta por si mismos de lo nefasto que son los programas que miran.

Finalmente, si tu posición se encuentra en contra de la TV basura, ayúdanos a difundir este artículo para que cada vez mas personas tomen conciencia y nos ayuden a combatirla.

Hugo Landolfi

Filósofo

Director de la Escuela de Filosofía Aplicada
para la Excelencia del ser Humano

Este artículo puede difundirse libremente citando al autor "Hugo Landolfi" y a la fuente www.sabiduria.com