

TEMA: COMUNICACIÓN Y RECEPCIÓN

TÍTULO: EL CONSUMISMO TELEVISIVO Y SU ESTRATIFICACIÓN SOCIAL

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

El proceso de democratización no se está cumpliendo en Colombia, cuando se supone que es una sociedad, con un sistema democrático, que valora los intereses de todos sus ciudadanos, tanto individuales como colectivos.

Este derecho, está simplemente escrito en un papel, por una mera formalidad, sólo es ejercido por el sector que tiene ese privilegio, las clases minoritarias, que tienen el poder económico para hacerlo, las demás quedan limitadas, como si no existieran, o sus ideas fueran menos importantes. Podría ser visto cómo un tipo de censura, siendo que es la mayoría de la población, perdiendo así tipo de control sobre la información.

¿Qué es lo que le pasa a los habitantes en Colombia?, la democracia es para la participación de cada uno de sus integrantes, por pequeños que sean en la sociedad, no la controla el presidente, mucho menos los altos mandos del poder, es de cada uno de nosotros, por el hecho de ser ciudadanos. Hay que fomentar espacios de participación, abrirle los ojos a los canales que circulan actualmente, desarrollando estrategias que garanticen su opinión, que se escuche su voz, esto no solo mejorara la democracia, también dará la oportunidad de obtener un mejor desarrollo, nuevos puntos de vista que fortalezcan nuestro país.

Hay, que mejorar los programas para el televidente, orientando a la comunidad, para una verdadera participación, tomando decisiones en conjunto. Pero en este tipo de proyectos no debe hacer únicamente una conciencia colectiva, debe primar la individual, ya que al estar estructurada se garantiza un verdadero trabajo en equipo.

La mayoría de canales, están totalmente condicionados, con poca argumentación, haciendo poco práctica o inservible su información. Lo que hacen es generar más deseos, de los consumidores, pero pocas necesidades satisfechas. El ser humano no puede verse solo, como un objeto que consume, debemos tener un sentido más amplio para estos propósitos y no dejarnos llevar solo por impactos publicitarios.

El gran problema radica en que todos queremos estar en la cúspide de la estructura piramidal y eso, obviamente no es posible. En la estratificación social se juegan intereses tales como la ayuda social o el pago de impuestos, por lo que crea descontento y división en la sociedad. Los seres humanos son muy complicados y al parecer nadie está contento con lo que tiene, sino que quiere más, pero con menos obligaciones como sociedad.

ANTECEDENTES

Una de las principales consecuencias, se refiere a las condiciones legales, hechas en nuestra constitución, cuando no es considerado la comunicación como un fenómeno educativo, siendo que es parte integral de una sociedad, e los aspectos, social, político y cultural. Todo proceso educativo involucra, al emisor que envía el mensaje y al receptor quién lo recibe, en la cuál debe haber una participación activa sobretodo del receptor, al cuestionar, generar interrogantes, no sólo pertenece a los medios. De esta manera se garantiza la libertad, de participación de quién recibe el mensaje.

Nuestra constitución no plantea, en su derecho positivo, elementos tecnológicos, los cuáles permitan tener un mejor nivel de desarrollo, sería ideal tener una nueva reglamentación que mejore la calidad de recursos ante esta situación.

No hay una visión clara de la televisión, ni en la teoría, ni mucho menos en su práctica, se supone que es un servicio público, lo que es totalmente falso, el fin social depende del gobierno de turno, ellos deciden las políticas que hay manejar de acuerdo a su ideología. Esta visión es confusa y su manejo es interno.

La actitud negativa del Estado, frente al manejo de los programas. Está basado en el análisis de decretos de fundación en Colombia (3418 de 1954). El Estado asume el papel comercial con fines privados de la televisión, es importante resaltar la contradicción que generan estas circunstancias, tratándose de un servicio público, que está en manos de la empresa privada.

Invisión también se limita al servicio privado, recayendo en la misma contradicción, donde ha quedado su función social, como ente administrativo, privatizando este servicio, limitándolo más, al sector de la con venencia, convirtiéndose en una explotación de los medios de comunicación. ¿Qué papel juega el estado en toda esta situación? Verifica que los decretos en verdad cumplan, lo que está escrito, donde queda su intervención, como organismo protector y mediador, o es que solo actúa de acuerdo a las metas de sus líderes.

En el tema de lo comercial y privado, debe la televisión incentivar los campos de participación, el objetivo sería buscar un mayor dinamismo de las comunidades, con una autonomía propia, nuevos grupos sociales, principalmente de las personas menos favorecidas, en esta industria privada, que expongan sus ideas y sea este medio más funcional para todo el mundo.

Crear programas, que no solo sean comerciales, ante lo privado, hay que saber vender, lo que queremos que sea consumido, nuestro país vive en una estratificación social impresionante y muchas veces la televisión mal vista puede generar, aún mayores conflictos en la población. Una serie o telenovela puede ser interpretado de muchas maneras, cambiando el sentido de lo que se quiere expresar, esto no sólo depende de las producciones, el papel del Estado es fundamental, en crear espacios para su educación y de la familia, que es núcleo fundamental en la formación de los individuos, lo importante es buscar progreso en la sociedad, de que sirve generar grandes ventas en los medios, sin un equilibrio social.

¿Hasta qué punto las políticas de televisión, responde a ésta, como la utilización de un medio educativo?