

# Contra la Tele-visión

J. Carlos de León

SI LA TELEVISIÓN ES COMO LA PEDAGOGÍA última de la sociedad, y el determinismo es la ideología que la explica, ¿quién discrepa del *You're what you see*, “Eres lo que contemplas, porque cuando no piensas con imágenes te vuelves inarticulado”?<sup>1</sup> El libro *Contra la Tele-visión* aborda dos aspectos: el filosófico y neoconceptual (el francotirador que analiza la estrategia de eliminación de su oponente), y dos, materialista y profético (el francotirador que ajusta el mirador, tira del gatillo y posteriormente ve en el suelo a su oponente con la duda de si fue o no eliminado), todo esto referente al panorama mediático en nuestro país y la conducta social que de él se desprende.

*No nos convertimos en lo que somos  
sino mediante la negación íntima y radical  
de lo que han hecho de nosotros.*

J. P. Sartre<sup>2</sup>

## PRIMER OPÚSCULO (CONTRA LA TELEFÍSICA)

Tanto metafísica como telefísica se debaten, se desligan, se redefinen filosóficamente —desde la llamada “Caja Idiota”—, máquina que ha multiplicado los estímulos y reducido la actividad espontánea y la capacidad de entender del hombre. El hombre espera que el mundo exterior venga a él, y cuanto menor deba ser su aportación (apretar el botón) mucho más feliz.<sup>3</sup>

Para el escritor Heriberto Yépez (Tijuana, 1974), la telefísica es “la metafísica de un mundo que ha perdido su más allá, ha desaparecido lo *meta* y ha aparecido lo *tele*: el

más allá ha cedido su lugar a lo distante-accesible”. Y agrega que “la telefísica rastrea su más allá en la pureza, no importa si ésta se inscribe en lo sincrónico o lo diacrónico, ¡La semiótica es la Seriedad de lo telefísico!”. Esto nos arrastra a la complejidad de la imagen televisiva por la forma de condensar y organizar información variada, que va desde el simple entretenimiento (infomerciales, farándula, noticiarios amarillistas), hasta la llamada información educativa o cultural, que se condensa en un conjunto de estructuras emocionales e intelectuales que inciden en la mente del sujeto receptor.

El análisis de Yépez prepondera la esencia semiótica de la televisión: cada imagen en la pantalla es signo, tiene significado, es portadora de información del “hoy”, que pugna por la sujeción del “yo” espectador ante los acontecimientos mundanos; no así del ser utópico, del ser pensante y la sublimación espiritual que acomete a la metafísica. Este significado puede tener un doble sentido: por una parte, las imágenes de la pantalla reproducen los objetos del mundo real, entre estos objetos y sus imágenes de la pantalla se establece una relación semiótica, los objetos se convierten en las significaciones de las imágenes que son producidas en la pantalla. Por otra parte, las imágenes en la pantalla pueden adquirir significaciones complementarias, muchas veces totalmente inspiradas (montajes, luz, juego de tomas, etcétera) pueden y, de hecho, confieren a los objetos reproducidos en la pantalla, significantes complementarias: simbólicas y metafóricas.

Afirmar que conocemos la realidad, que conocemos los signos de manera natural, que nos permiten reconocer e interpretar las acciones de los demás, es negar a la semiología,

pues otorgar significado a “algo”; es mediante un proceso cultural como se ha venido expresando. El significado de los signos se da de acuerdo con la forma cultural en que una sociedad construye la organización de los elementos que configuran el contexto social; es decir, todo cuanto rodea a los sujetos.

La telefísica se aleja del *Yo* como ente imaginativo, y pronostica el *Show* como un tópico: “el Yo-Más-El-Otro atestiguándolo”. Esto es que la imagen cargada de hiper-significaciones se hace familiar, esperada y pierde informatividad; los objetos que aparecen en la pantalla se perciben como metáforas, como una mano de tamaño desmesurado que se extiende hacia el espectador, como un super signo (por la multiplicidad de códigos utilizados para crear sentido y significado) “la telefísica es la época en que toda tecnología se ha vuelto efecto especial”.

Por ende, “la tele-visión es el éxito de la re-ligación”; con base en ello, el paralelismo que ofrece la televisión entre la vida cotidiana del individuo y las imágenes que ésta ofrece, establecen un nivel de identificación entre la imagen que tiene el sujeto y la ofrecida por la televisión, por lo que a pesar de que la televisión altera y modifica la realidad que produce, ofrece una imagen del mundo falsa –modelizada e idealizada. El individuo disocia la realidad y la irrealidad y se introyecta al mundo imaginario, al que suele darle un valor igual al de la realidad inmediata, por lo que permanece y perdura la imagen creada por el individuo a partir de lo visto en sus emisiones.

La noción moderna de individuo, nos dice Yépez, “no es más que la cosificación de la indivisibilidad del individuo como cosa (antivalor); es concebido como un cuerpo cuyo ser comienza con el alumbramiento y cuya mente será producto de sí mismo o de su entorno”. Todavía más importante es, quizá, el hecho de que el individuo moderno es blanco, en todos sus ángulos, por demandas valorales que son divergentes y contradictorias, también convertidas en imágenes de control y alienación. “Lo telefísico no es la fase final. Las imágenes se volverán señales, órdenes; lo telefísico podrá ser acompañado, catalizado o superado por una época ciberontológica, en que lo real será sinónimo de autocontrol absoluto, donde la diferencia entre proceso, cosa, imagen y orden será nula” (Yépez *dixit*).

Lo telefísico provoca, más allá de una identificación con el personaje en pantalla, un vínculo afectivo ilusorio con el que se forma una empatía, un “no querer ser”, sino un “somos iguales”, porque la idealización del ente televisado es suprema, alcanzable solamente por medio de un razona-

miento efímero, una anti-distancia evocada. “Una brecha eleática ya se abrió entre nuestra percepción y lo percibido. Esa misma brecha eleática ya se abrió entre nosotros y nosotros mismos. La Tortuga de mi vida jamás alcanzará al Aquiles de mi fuga”.

A lo anteriormente descrito es a lo que quizá Alfred Schultz, en *El problema de la realidad social*, denominó las realidades múltiples; el autor nos dice que los sujetos adoptan las actitudes, decisiones, adhesiones y las experiencias que realizan a partir de la significatividad, es decir, los tipos y formas de acción ejercidas por otros individuos conforme sus intereses y convicciones.<sup>4</sup>

Para Yépez, todo nuestro conocimiento o saber del mundo supone construcciones, es decir, conjuntos de abstracciones, generalizaciones, formalizaciones e idealizaciones propias de la organización del pensamiento. Esto no quiere decir que seamos incapaces de captar la realidad, sino que captamos solamente ciertos aspectos de ella o dicho en otra forma, reconstruimos en nuestro pensamiento lo que interpretamos de los hechos y creamos la realidad.

#### SEGUNDO OPÚSCULO (CONTRA MASS-CO-MEDIA)

En la segunda parte del libro, Yépez se dispara hacia la psichistoria, ciencia creada por Asimov, a través de su héroe Hari “Cuervo” Seldon que permite predecir el futuro de la acción humana.<sup>5</sup> En este caso, a la psichistoria del mexicano, el mexicano sumiso ante el orden dictatorial del amo durante cientos de años. Yépez desmitifica la idea del mestizaje y considera que el mexicano, como unidad, es un híbrido. Reniega también del conformismo en el que estamos inmersos, por la falta de educación y posibilidad de ascenso, siendo la única respuesta culpar al otro, ese otro que personifica a los opresores.

Por ello, la sublevación televisiva es un enorme sujeto absoluto que comprende la conciencia de los hombres: ofrece contenidos, imágenes, problemas, etcétera. Nuestras conciencias son conciencias pasivas, reflejas, que discuten lo que el Poder quiere que se discuta, que ven lo que el Poder quiere que se vea, que piensan lo que el Poder quiere que sea pensado.

Yépez señala a lo *kitsch* como una colección de varios significantes alegóricos que representan al supuesto Significado que pantópticamente los acumula en un mismo cuadro (para significar la Paz: una marcha, todos de blanco, el pecho henchido) El *kitsch*, pues, es la burla hacia la sociedad inculta, conformista, hacia la sociedad estática; ¿pero cómo

hacer ver a un ciego (consumidor ciego) ante un orden social que hace y hará todo lo posible por estupidizarlo?

De tal manera que entre otras inestabilidades *neurovegetativas*, la tele-visión provoca un gran empobrecimiento del vocabulario oral; nuestra caja de sorpresas no sólo derrite los sesos, equiparando hacia abajo el nivel de expectativas intelectuales de los espectadores; sino que, a la par, desvitaliza la facultad de articular un lenguaje que anime a la profundidad sin perder la claridad. El vocabulario que domina los medios es antipoético, son meros ruidos que asaltan el silencio de la comprensión, e impiden la reflexión, los pobres individuos son arrastrados al límite de su carencia expresiva.

Esto conlleva a Yépez, francotirador, a ajustar el mirador del rifle, a paladear su crítica anteriormente bien fundamentada y dirigirse hacia las dos grandes televisoras, la continuidad de lo que Vargas Llosa llamó *la dictadura perfecta*: Televisa – TV Azteca. “El trono no es la Silla Presidencial, es la Señal”, dice el autor. Esto es que los medios masivos son más que una interfaz o plataforma pública de los gobiernos y las transnacionales, los medios masivos –en sociedades como la mexicana- son poderes autónomos.

En el caso mexicano, en la época post-presidencialista y en la que los partidos políticos han perdido su credibilidad y su capacidad para gobernar, las televisoras son el nuevo orden dictatorial: la democracia se desfigura y da paso al software gracias al cual funciona el neorégimen del espectáculo, “¡qué paaaasen los idiotas!”, “tú; sí, tú, ignorante, estás nominado”, “Eeeeeesta noche en...”

Para Yépez, la *tele-visión* es la falsa transparencia de la sociedad de control. Las televisoras buscan más y más poder. Para obtenerlo están dispuestas a desaparecer a los partidos y al gobierno mismo, a través de una falsa alianza con la sociedad civil, merced de un populismo que inmortaliza la imagen del telemexicano como “víctima del Sistema”. Individuos y medios masivos nos co-manipulamos. Mediante este proceso de manipulación compartida, nosotros

nos asumimos irresponsables y los medios, jueces y parte, y eso que éstos apenas comienzan su etapa primigenia.

El mexicano hegemónico, dice Yépez, quiere transformarse en una imagen: la imagen del Esclavo Burlón, de la Víctima Satírica... Agachado Saboteador. Dicho así, hemos sido conquistados por segunda vez. En la Conquista de 1521 nos autoderrotamos, entre otras causas, debido a nuestro precario sistema de comunicación interhumana.

Es simple: el pulpo televisivo pone en práctica sus tentáculos y toma el poder; derivando en un fortísimo neogolpe de Estado. Habrá que apostarle a que la finalidad de la televisión se convierta en una comisión de educación masiva crítica, una televisión no idiota que haga cultura. Yépez vaticina la acción positiva: “tarde o temprano, la tele-visión tendrá que venirse abajo. Seremos nuevamente un proceso más de la Tierra”.

¿Necesaria acaso una metamorfosis interior, ante la incapacidad conceptual?•

Heriberto Yépez, *Contra la Tele-visión*, Colección Versus, Editorial Tumbona Ediciones, México, 2008, 59 pp.

#### Fuentes consultadas:

1. Fragmento del artículo de Carlos Monsivais, (*Medios de comunicación, violencia y terrorismo*) publicado en la Revista Etcétera, No. de Junio, 2003.
2. Jean-Paul Sartre, Prólogo a Franz Fanon, *Los condenados de la tierra*, ed. FCE, México, 1977.
3. Colli, Giorgio, *El libro de nuestra crisis*, ed. Paidós, Barcelona, 1991.
4. Alfred Schultz, *El problema de la realidad social*. Amorrortu, Buenos Aires, 1974.
5. Asimov, Isaac, *Fundación e Imperio*, ed. DeBolsillo, Madrid, 1999.

JUAN CARLOS DE LEÓN. Es redactor de la revista Diálogos, en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. Correo electrónico: jc\_farabeuf@yahoo.com.mx