

Manifiesto en contra de la TV redactado por la Comisión de Consumo de Ecologistas en Acción. (Solidaridad.net, 14/10/2004) Porque hoy en día la TV sirve, principalmente, como vehículo para la difusión de los anuncios. Porque el producto que vende la TV no son sus programas, sino la audiencia, que no es más que mercancía para los propietarios de las cadenas y para las empresas anunciantes. Porque para la TV el 84% de la Humanidad (la parte empobrecida del Planeta) sólo existe en tanto en...

**Manifiesto en contra de la TV redactado por la Comisión de Consumo de Ecologistas en Acción. (Solidaridad.net, 14/10/2004)**

Porque hoy en día la TV sirve, principalmente, como vehículo para la difusión de los anuncios. Porque el producto que vende la TV no son sus programas, sino la audiencia, que no es más que mercancía para los propietarios de las cadenas y para las empresas anunciantes. Porque para la TV el 84% de la Humanidad (la parte empobrecida del Planeta) sólo existe en tanto en cuanto puede ofrecer material visual impactante en forma de masacres o de catástrofes, sin entrar a analizar sus causas y responsabilidades que implican al 16% restante (la parte enriquecida del Planeta)...

1. Porque hoy en día la TV sirve, principalmente, como vehículo para la difusión de los anuncios.

2. Porque la TV es casi totalmente dependiente de los ingresos por publicidad para su supervivencia.

3. Porque el producto que vende la TV no son sus programas, sino la audiencia, que no es más que mercancía para los propietarios de las cadenas y para las empresas anunciantes.

4. Porque las TV buscan producir programas que atraigan al mayor número posible de clase media consumidora, evitando los programas que, independientemente de que sean intelectualmente estimulantes o culturalmente enriquecedores, alejen a tales espectadores.

5. Porque la TV practica una forma de censura autoimpuesta en sus contenidos, con el fin de no ofender a los grandes anunciantes, evitando cuestiones y tratamientos que pudieran oponérseles.

6. Porque en los tiempos económicos que corren, de globalización y grandes fusiones empresariales, los medios de comunicación en general, y la TV en particular, pertenecen a la misma clase de intereses corporativos que los mayores presupuestos de anuncios.

7. Porque gracias a las políticas neoliberales imperantes, el

poder de los anunciantes para controlar la TV apenas encuentra limitación en un Estado cada vez más débil y entregado al poder de las transnacionales.

8. Porque las programaciones televisivas sólo buscan acaparar audiencia y fomentar el consumismo, en lugar de primar el servicio público y la difusión de la pluralidad de ideas y culturas.

9. Porque TV y publicidad son cada vez más la misma cosa, ya sea bajo la forma de anuncios o bajo la ideología subyacente a programas y programaciones.

10. Porque de la identidad entre TV y publicidad se desprende la emisión de mensajes conservadores, desinteresados en modificar estereotipos, y reforzadores de los intereses de la élite económica y política que nos gobierna.

11. Porque en nuestra sociedad los receptores de TV están al alcance de todos, pero los estudios de TV están reservados a unos pocos.

12. Porque el actual modelo televisivo defiende y sustenta el principio de "dar al público lo que quiere"; afirmación tan alejada de la realidad como la que tratara de justificar el sistema hiperconsumista "porque hay que dar al consumidor lo que demanda".

13. Porque, en gran parte gracias al actual modelo televisivo, un pequeño grupo de fabricantes, distribuidores, vendedores y agencias de publicidad tiene el poder de dirigir los hábitos de consumo del público.

14. Porque el sistema capitalista actual en buena parte se sostiene gracias a que los valores en que se apoya (la acaparación de bienes como única vía de satisfacción, la feroz competencia para lograrlos como único objetivo en la vida, el desigual reparto de la riqueza) son constantemente difundidos, reforzados y amplificadas a través de los programas y los anuncios de la TV.

15. Porque la fuerza del capitalismo está en el control que ejerce sobre los medios de comunicación, y en especial la TV, que junto con el sistema educativo, le permiten establecer un asentimiento prácticamente universal de su legitimidad.

16. Porque debido a sus características (espectacularidad, rapidez, lenguaje visual), la TV dificulta la decodificación consciente de los mensajes, el análisis y la reflexión; propiedad que convierte al medio televisivo en el más eficaz de los "mass media" para persuadir, dirigir y convencer a los ciudadanos de que viven en el mejor de los mundos posibles.

17. Porque la información que nos transmite la TV sobre los acontecimientos se selecciona por la espectacularidad de las imágenes y no por la importancia de los hechos.

18. Porque la TV sólo considera noticia aquello que "interesa a la opinión pública", sin querer reparar que la "opinión pública" está formada por los juicios y prejuicios de una élite de políticos, periodistas y empresarios empeñados en mantener el actual sistema socio-económico.

19. Porque para la TV el 84% de la Humanidad (la parte empobrecida del Planeta) sólo existe en tanto en cuanto puede ofrecer material visual impactante en forma de masacres o de catástrofes, sin entrar a analizar sus causas y responsabilidades que implican al 16% restante (la parte enriquecida del Planeta).

20. Porque no siempre "una imagen vale más que mil palabras": la imagen es esencialmente emotiva, la palabra reflexiva. Es más fácil manipular imágenes que palabras, de ahí el empeño de la TV por hacernos analfabetos teleadictos.