

## NOTA DE PRENSA

### SEMANA SIN TELEVISIÓN

**Ecologistas en Acción de Alcalá de Henares quiere llamar la atención a la ciudadanía de la vertiente negativa de la televisión, un medio de comunicación de masas que adecuadamente gestionado podría ser un magnífico recurso educativo y formativo, vector de actitudes positivas hacia la sociedad y el medio ambiente.**

Sin embargo, el consumo desmedido y poco crítico de la televisión tiene efectos negativos que Ecologistas en Acción quiere destacar.

Por un lado, la televisión ayuda al deterioro de las relaciones sociales, aislando a las personas. Los estudios desvelan que las personas ven la televisión a lo largo de su vida un tiempo equivalente a 11 años. Aprovechándose de la dificultad que tiene el cerebro para distinguir entre la realidad y las imágenes virtuales, la televisión reduce y degrada las interacciones de las personas entre sí y con el territorio y las sustituye por la contemplación de un espacio virtual seleccionado intencionalmente para servir a la comercialización a gran escala. La TV dificulta el uso del pensamiento complejo (abstracción, imaginación, reflexión). Por lo tanto, disminuye la posibilidad de entender críticamente muchas de sus propuestas, en especial las de naturaleza comercial.

Esta ‘escapada virtual’, es decir, la sustitución de la mirada a la realidad por la mirada a las pantallas, está haciendo que muchas personas se desentiendan de la destrucción que sufren los territorios y los sistemas vivos. Muchas personas se encierran en sus casas y pasan muchas horas delante de la televisión, en detrimento de la relación con las personas reales más próximas, como vecinos, compañeros o familiares. Las personas reales se sustituyen por personajes virtuales (ésta puede ser una de las razones del auge de las teleseries y de los personajes de la prensa rosa) dificultándose con ello la articulación de relaciones sociales imprescindibles para la supervivencia y el cuidado del territorio.

Como tecnología de implantación de imágenes en el cerebro, la TV permite “hablar” directamente al interior de la mente de millones de personas y depositar en ella imágenes capaces de lograr que la gente haga lo que de otra manera nunca hubiera pensado hacer. Se publicita en buena medida todo lo que no se necesita, se crean necesidades que hasta el momento no lo eran, se anima al consumismo. La televisión muestra y hace apetecible e inofensivo un modo de producción y consumo obsceno y lleno de frivolidad que deteriora irreversiblemente el planeta del que dependemos. Destruye la enorme diversidad de producciones locales (que carecen de poder para influir en la televisión), en general menos agresivas para el medio ambiente, y las sustituye por una producción masiva y homogénea controlada por un número muy reducido de grandes compañías.

La televisión, al aislar a las personas —que dejan de hablarse entre sí— y desconectarlas del territorio, se convierte con frecuencia en un referente superior a la realidad misma. Lo que no sale en la televisión no existe.

A nivel escolar, la televisión es un agente con el que la pedagogía tradicional difícilmente puede competir. Sus contenidos atractivos, basados en imágenes y sonidos, atraen mucho más eficazmente al escolar que las formas tradicionales de transmisión de contenidos, las cuales aún no han alcanzado la modernización necesaria para poder competir audiovisualmente en el ámbito escolar. Lamentablemente, lo que divulga la televisión para la población infantil no es el paradigma del consumo responsable, pacifismo, valores sociales o medioambientales. Los valores que frecuentemente transmite (poco esfuerzo, cultura del usar y tirar, del consumismo...) hacen una competencia desleal a los que los recursos públicos intentan transmitir desde la escuela hasta otras políticas educativas.

Otro efecto negativo es que la televisión emite programas y publicidad que perpetúa aún los roles sexistas, reforzando las diferencias entre sexos masculino y femenino y contradiciendo las políticas de igualdad que se difunden, en muchos casos, vía televisión. Aún los anuncios animan a la niña a

reproducir roles de servicio doméstico y se le vincula con el color rosa. Al niño se le motiva hacia los roles de superioridad masculina, con juguetes competitivos y bélicos. Una verdadera lástima, máxime cuando en los centros educativos y desde las administraciones públicas existe una preocupación por la igualdad de sexo. Las emisiones negativas de roles tan desiguales no son una ayuda eficaz a problemas tan graves como los de violencia 'de género' y terrorismo machista que tantas víctimas provocan.

Es necesario denunciar el papel que la TV cumple en la degradación de las relaciones humanas y de la naturaleza. La mejor manera de minimizar sus efectos es directamente apagarla, al menos esta semana.