

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LITERATURA

Estamos muy lejos del periodismo real, se va dando paso a una cultura que no es de información, ni de entretenimiento, con lo cual se han (de)formado lectores, radioescuchas y televidentes.

Por Lic. Ulises Brito Aguilar
Dir. de Radio UAT, Radiodifusora de la Universidad Autónoma de Tamaulipas

La comunicación es inherente al origen y evolución del ser humano. Pasó a ser elemento manipulador del poder para consolidarse en instrumento del dominio globalizado que se ejerce a través de los medios.

La imprenta -de noble origen y trascendente tarea- rompió las fronteras en la promoción e intercambio de conocimientos y experiencias entre sociedades diversas y distantes. En menos de medio siglo se inventó el teléfono, el telégrafo, la radio, el cine, la televisión y el Internet. El control de la comunicación se perdió.

La globalización económica que padecemos, desdén sobre manera los regionalismos. Sólo los consiente como manifestaciones de colorido folklore.

En la última década del siglo XX, los medios de comunicación dejan de ser un servicio y se convierten en negocio. La influencia mediática es un hecho, la veracidad no es cuestión de ética, los medios se han erigido como poseedores de la verdad absoluta, ante una sociedad confundida por el dramático deterioro de sus valores sociales y culturales, que antaño eran eje para una



convivencia armónica. En su deterioro, ahora los medios nos entregan la noticia arreglada, el entretenimiento chabacano; nos presentan el poder, el dinero y la corrupción como valores de la sociedad civil, nos bombardean de programas e información que "nos retrata" como seres descompuestos, incompletos y perdidos, si no somos capaces de comer en restaurantes de moda, viajar, poseer mujeres y pertenecer

al seno de familias rubias viviendo en casonas climatizadas de grandes jardines, y además de vestir, beber y fumar marcas, manejar autos modernos y veloces distinguiéndonos como profesionales exitosos.

Estamos muy lejos del periodismo real, se va dando paso a una cultura que no es ni información ni entretenimiento, con lo cual se han [de]formado lectores, radioescuchas y televidentes convencidos en que lo trivial, lo sensacionalista y lo estúpido son más importantes que las noticias.

La comunicación debe generar procesos de pensamiento que eleven el perfil ciudadano como miembros de una comunidad planetaria. Es deber de quienes tienen posibilidad de acceder a espacios mediáticos sin objetar su cobertura, por que la multiplicación de esfuerzos genera zonas de convergencia que permite a las audiencias dilucidar sobre su función social dentro de su contexto cultural.

El artista es un ser dotado con la sensibilidad que a otros nos falta para virar sobre lo esencial de nuestra existencia, para conocer lo humano del hombre y amar la exquisita imperfección sobre la que estamos labrados, que no es defecto sino oportunidad de búsqueda, para pulir perennemente la curiosidad vitalista por el conocimiento universal.

El don de la palabra escrita materializa ideas y genera conocimiento, y es una gran responsabilidad para el comunicador, pero es fundamental para el artista. El escritor desarrolla su



La influencia mediática es un hecho, la veracidad no es cuestión de ética, los medios se han erigido como poseedores de la verdad absoluta, ante una sociedad confundida por el dramático deterioro de sus valores sociales y culturales.

