Una programación religiosa que nos conduce a dónde

Durante la semana Santa y los próximos días de Pascua, la televisión por cable en lo que ella considera sus canales de cultura, ha estado exponiendo una serie de programaciones de índole religiosas, tales como el Evangelio prohibido de Judas, el Apocalipsis, José el santo silencioso entre otros. Esta situación para el mundo católico es un poco alarmante, debido a que lo se expone mediante un medio audiovisual que llega a varias horas, son temas que despiertan el interés del público, sin embargo, las fuentes de información se centran en personajes representantes de la Iglesia ortodoxa y en las teorías protestantes.

El medio de la televisión a través de los documentales ha creado una realidad que para ellos les resulta muy cómoda, y por fechas representativas han expuesto el punto de vista ideológico de su empresa, y esa ideología va acompañada de un mercantilismo que se transforma en puntos de raiting y poco a poco en publicidad insertada en televisión por cable.

Se saben que las imágenes que presentan son "seductoras" puesto que muestran a fuentes de información como musulmanes, judíos, nuevamente ortodoxos y esto nos exhibe un velo ficticio de pluralidad, sin embargo, dónde se encuentra la opinión de un representante de la Iglesia católica, casi nunca los vemos. Es determinante tomar en cuenta que lo que nos están exteriorizando es la visión norteamericana, el punto de investigación de un país donde el protestantismo es muy fuerte.

La intención no es inclinarse hacia un maniqueísmo sobre los extremos de lo bueno o lo malo, sino en descubrir con cautela, análisis y reflexión a que estamos expuestos como público activo de frente al monitor; meditar sobre esas ideas que son flashes espontáneos y tentadores como "este programa esta basado en la opinión de historiadores e investigadores religiosos", que no es más que un slogan que nos va conducir a la mercadotecnia del consumo, a una ideología de medios de comunicación que están haciendo una conquista lenta y progresiva a la vez, sobre un público que es atraído como un imán.

El papel del público, es decir, el nuestro es analizar qué vemos y por qué lo vemos, es también exponer nuestro punto de vista en base en nuestra creencias y no dejarnos conducir en lo que algunos "especulan" que pudo haber sido; un medio de comunicación está para forma e informar, no para sembrar más dudas de las cuales no responderá con el paso del tiempo.

Porque somos consumidores activos y no pasivos, hoy nos corresponde analizar el contenido de las programaciones, tanto de televisión abierta como de televisión de paga. Es responsabilidad como medio exponer una situación y es nuestra responsabilidad como público cuestionar el contenido de los medios.

Por: María Velázquez Dorantes / mvdorantes@yahoo.com.mx