Dime si ves television y te diré...si estás vivo

Publicado por: Abad
Publicado el : 17-9-2015 16:25:00

Están todos sentados en la sala, niños, adultos y adolescentes. Sus miradas son de tipo ausente y vidriosas, están en un estado de trance, en un estado mental hipnótico. El principio básico detrás de la programación hipnótica está en curso; la imagen televisiva aunque parezca estática y estacionaria, está fluctuando, brillando intermitentemente. Esto no se ve conscientemente, pero subconscientemente el patrón visual repetitivo del parpadeo induce al estado de trance. Todos en la sala bajo el hechizo del televisor, sin importar los ladridos del perro del vecino, la llamada de la madre para que vengan a comer o el sonido de algún celular.

La televisión es el arma más poderosa de guerra psicológica en la historia. El televisor HD de 40 pulgadas diagonal es un miembro más de la familia. Él dicta las pautas a seguir en un sin número de aspectos dentro del seno familiar. Una especie de altar religioso donde el dios del consumismo feroz, aparece predicando el evangelio de los logos, etiquetas y marcas.

La TV nos insta a que necesariamente pensemos que todo lo que exhiben es verdadero y pasamos la costumbre a nuestros descendientes. Aceptamos sin cuestionar o analizar críticamente la oferta de los medios televisivos, vivimos en una realidad virtual en la que se le dice al ciudadano qué comprar, qué comer, cómo vestir, cómo pensar, en qué o en quién creer, vivimos un mundo de mentiras.

Nosotros nacimos dentro de este brutal sistema de manipulación, así que no conocemos nada mejor, de manera que no vemos las cosas

La información es controlada por los medios televisos, que a su vez también son dueños de todo lo que usted y yo compramos y consumimos. Si no tenemos todos los hechos o la información sobre una doctrina en particular, entonces nuestro juicio no será mejor que la calidad de la información. Vivimos en una época donde hay una sobrecarga de información, por consiguiente hay que tener la paciencia y ser meticuloso a la hora de poder discernir entre lo verdadero y las verdades a medias o mentiras.

Este es el ejemplo de la persona que mejor conozco, la que siempre ha estado conmigo, desde el primer instante.

Luis nace el mismo año que la televisión llega a Puerto Rico, año 1954. En el pueblo de Yabucoa en el que vive, la única mueblería del pueblo exhibe en su vitrina la maravilla electrónica de la época, decenas de personas se congregan a observar. ¡Fascinante, imágenes dentro del cajón electrónico, muchísimo mejor que en el cine! Dentro del coche con apenas 10 meses de edad, acompañado de su padre que se unió al conglomerado de curiosos, tiene su primera experiencia con el artefacto.

En sus primeros años de vida no podrá distinguir entre comerciales y los programas televisivos, no sabrá que los comerciales quieren venderle algo. A los 3 años conocerá las marcas, su lealtad a las mismas comenzará a los dos años. Para cuando Luis tenga 18 años habrá visto 200,000 actos violentos en la pantalla. Luis verá en promedio 3 horas y 46 minutos de televisión diarios, el equivalente a 52 dias de programas ininterrumpidos. A los 65 años habrá visto 2,000,000 de

comerciales.

Estará expuesto a material audiovisual interactivo por más de 5 horas al día, un tercio del tiempo del que pasará despierto. A los 68 años habrá malgastado casi 10 años de su vida pegado a la pantalla televisiva, adicto a una droga electrónica, con un cerebro manipulado y lavado. Repleto de ideas, y estructuras de pensamientos que el aparato de la corporatocracia ha tenido a bien crear para él, ideas y actitudes que no son suyas.

Una vida programada y manipulada por las grandes corporaciones, un sistema que controlará sus actitudes, fabricará sus miedos y alimentará sus inseguridades, su cuerpo no le pertenecerá, así como su mente, tampoco sus ideas, su vida está diseñada para consumir productos. Se verá con la urgencia e imperiosa necesidad de comprar y consumir los productos que los medios exhiben, actuar conforme a los paradigmas creados por la propaganda.

Ya en esta etapa de su vida, todo lo que emerge por el tubo plateado es una máxima absoluta, la cual no puede ser retada, discutida, racionalizada, sometida al escrutinio o pensamiento crítico, ellos son los que saben.

Su vida es regenteada por el paradigma electrónico. “Nike, es el mejor calzado deportivo, Coca Cola refresca mejor, compra un Abb Rocket porque te ha crecido el abdomen, Obama y Rickey Roselló representan el cambio, si NBC, CBS, CNN o FOX no lo comentan no puede ser verdadero. Bin Ladden planeó desde una polvorienta cueva en Afganistán los ataques a las Torres, la democracia existe porque hay elecciones libres,”América es la tierra de los libres, hogar de los valientes”. Estados Unidos es la nación más poderosa, aunque ni siquiera sean capaces de imprimir su propia moneda, hemos evolucionado de los primates, tienes que vacunarte para evitar el AH1N1, la Guerra contra el Terrorismo es necesaria, el FBI asesinó a Filiberto “porque se lo merecía”.

Cuando esté a punto de marchar a otra densidad vibratoria los medios le dirán a los 72 años “la vida es corta, apresúrate, sigue comprando”. Ya para entonces habrá realizado su última compra, un terrenito de 12 pies de ancho por 12 de largo en algún parque funerario, porque como dice el anuncio “no hay que temerle al tema de la muerte.”

Una luna de luz macilenta se cuela por la hoja de metal oxidado de la persiana. Dibuja en el centro de la sala una silueta ajada y desgastada frente a un televisor HD de 40 pulgadas diagonal…el consumidor se despide en silencio…hacia su viaje de estrellas.

Como jugaba baloncesto y era corredor de maratones, lo enterrarán con un balón Mikasa y unas zapatillas para fondistas marca Nike…