

ÉTICA, VIOLENCIA Y TELEVISIÓN

Fermín Zumano Hernández*
cecilz83@hotmail.com.

Rebeil María Antonieta y
Delia Guadalupe Gómez
Trillas, 2008

El texto está dividido en cuatro partes con una unidad temática por cada sección. Así, tenemos cuatro problemáticas abordadas básicamente en el texto: 1) la cuantificación de los contenidos programados en la televisión y la medición de los mensajes de contenido violento que se ofrecen; 2) El impacto en el receptor del mensaje violento de la televisión; 3) La relaciones establecidas y determinadas por el mensaje televisivo en el seno familiar; 4) La lucha social en contra de los intereses comerciales de la televisión.

Desde el punto de vista didáctico el texto permitiría un debate o un foro de discusión al interior de un curso, o como bibliografía complementaria para cualquier alumno en proceso de elaboración de tesis para la licenciatura de ciencias de la comunicación. Esto quiere decir, que el texto no sólo aporta elementos teóricos, sino fundamentalmente elementos de carácter metodológico en la medida en que los artículos son resultado de investigaciones que proponen planteamientos e hipótesis de trabajo, así como un sustento conceptual y su uso en la escritura. Otra ventaja didáctica es el panorama bibliográfico de los temas tratados indispensables para que un alumno inicie su proceso de investigación.

En cuanto a la primera problemática destaca la idea según la cual la violencia más eficaz, por invisible, es la simbólica. En efecto, tanto si predomina los programas de contenido informativo en un determinado canal, como si predominan los programas de ficción, la violencia se hace presente, ya bien, como un mal que nos ha invadido sin solución alguna, como si se ve la cotidianidad como un espacio privado de una aparente felicidad producida por contenidos que tienen la finalidad de entretener apelando a los deseos del espectador y no a una crítica objetiva de la situación actual.

Lo más perturbador del segundo apartado es el planteamiento según el cual, el mensaje televisivo presenta signos de violencia porque es una expresión de lo social o porque el mensaje televisivo promueve o crea esta violencia. A favor de la primera lectura de la violencia televisiva se introduce el concepto de la cultura como espejo y para matizar se introduce otro concepto más: "el diamante cultural", en el cual no sólo se debe distinguir entre un creador cultural y un receptor cultural, sino también entre un mundo social y un objeto cultural. Como se ve, el modelo del diamante intenta reproducir la complejidad del fenómeno televisivo en cuatro puntos cardinales, mientras que el modelo del espejo es insuficiente en la medida en que no ha logrado desarrollar un concepto adecuado de cultura y, sobretodo, de cultura de masas.

En el artículo sobre las relaciones entre la noción de juventud y el concepto de identidad se plantea un tema muy importante en la teoría actual de la comunicación. En efecto, allí se plantea que la noción cultural de la juventud se asocia en la actualidad con la moda y, esto quiere decir fundamentalmente que el mensaje televisivo presenta una tendencia muy peligrosa en el sentido de que hacer equivaler juventud y moda implica una superficialización cultural a través de la dimensión persuasiva del mensaje televisivo. Esta cultura de la superficialidad da como resultado significados flotantes que impiden la crítica y acentúan el proceso enajenante de un consumismo imparable y desespiritualizador.