

## POSTMODERNIDAD VIOLENCIA Y TELEVISIÓN

Oscar Andersson Cardozo Jiménez  
[oacj@gmail.com](mailto:oacj@gmail.com)

UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA UNAD  
CEAD - JAG

### LICENCIATURA EN FILOSOFÍA

**RESUMEN:** la ponencia trata acerca de la realidad de la postmodernidad vista a través de la televisión, del incremento de la violencia en la televisión, y como esta es convertida en mercancía para vender más los contenidos televisivos, además se expondrán los efectos de la exposición a la violencia en la televisión.

**PALABRAS CLAVE:** TELEVISION, VIOLENCIA, REALIDAD, SIMULACRO.

### INTRODUCCIÓN

Si algo hemos aprendido de la postmodernidad es que la realidad no es algo que este allí y que se pueda apresar; nuestros intentos y teorías para comprender la realidad expresados en cientos de tomos voluminosos no han enseñado que la realidad es subjetiva; depende de factores psicológicos, físicos y emocionales.

Ahora bien, la realidad también depende de la música que escuchamos, la estación de radio que preferimos y sobre todo de los programas de televisión que vemos. La televisión influye en nuestra realidad, manipula la información, tiene el trabajo de interpretar los sucesos y dárnoslos ya digeridos<sup>1</sup>, es una ladrona de tiempo, y también es el medio por el cual somos pensados, interpretados. Las opiniones de la

---

<sup>1</sup> Chomsky Noam, ilusiones necesaria control del pensamiento en los gobiernos democráticos, tercera edición, Madrid, Ed. Caronte, 1992. p 125

mayoría de la gente joven son tomadas de lo que se pasa a diario por la televisión; con esta ponencia quiero mostrar por que es importante aprender a analizar los contenidos televisivos, también poner sobre la mesa el papel que juega la violencia en la programación actual.

## TELEVISION Y REALIDAD

La televisión no esta hecha para mostrar la realidad, mas bien, logra generar un efecto llamado acoso moral<sup>2</sup>, que se define como el refuerzo negativo de ambientes violentos, el acoso moral se caracteriza por la manipulación, por humillar, mentir, faltar al respeto, asesinar psicológica y moralmente al receptor a través de mecanismos de acción como la seducción, la fascinación, la manipulación, la mentira, el sarcasmo, la burla, la difamación; esta ritualización significa que produce confusión, borra los limites de la realidad, aliena, y desdibuja los efectos de las acción.

Al espectador poco critico se le falsea la realidad y se le muestra una serie de símbolos de manera abierta o disimulada, como lo decía Jean Baudrillard: “la seducción conjura la realidad y manipula las apariencias”.

Aparte del acoso moral la seducción de la televisión hace creer al espectador que es libre en la elección de los productos que él prefiere, no sabe que esta condicionado por la sobreexposición a los mensajes publicitarios y “no se da cuenta que es la insistencia en la presentación del mensaje la que lleva a la aceptación de la norma”<sup>3</sup> .

Los niños son los mas sobreexpuestos a estos mensajes negativos, la violencia el sexo, y el sensacionalismo están educando a una generación sobrecivilizada,

---

<sup>2</sup> Rebeli María Antonieta, Gómez Delia. Ética, violencia y televisión. Primera edición, México, Fondo de cultura económica, 2005, p 17

<sup>3</sup> Ibíd. 60

estereotipada y dócil: “estamos educando niños para la violencia, y si no hacemos algo, la situación necesariamente se deteriorara, por que las cosas se dirigen en la dirección que ofrece menos resistencia.”<sup>4</sup>

Como la televisión es parte del ambiente de los niños, y los niños viene evolutivamente pertrechados para adaptarse a su ambiente, la televisión influye en ellos de manera significativa, y mas aun considerando las horas de exposición de los niños a la televisión.

La sobrecivilización viene reforzada por las tecnologías con las cuales extendemos nuestros sentidos, Marshall Mc Luhan observo que el alto

Involucramiento de los televidentes con las imágenes proyectadas no incrementa su necesidad de responder a estas imágenes dadas, si no que minimiza<sup>5</sup> esta necesidad de significado y respuesta a un estímulo, esto se debe al cierre de uno de los sentidos físicos (como la vista), suscitando la conformidad con el patrón de experiencia presentado por el medio.

Al adormecernos por la sobre estimulación nos convertimos en masa neutra, por que la tecnología amplifica los sentidos y a la vez los amputa, o sea, vemos las imágenes pero no sentimos el olor del objeto, ni su textura, al socializar por Internet no sentimos la cercanía del otro, y el sistema nervioso reacción a esta amputación con el bloqueo de la percepción.

En este estado de cosas nosotros, sobrecivilizados y bloqueados estaremos respondiendo mejor al ideal presentado por la televisión, un ideal de consumo sin fin.

---

<sup>4</sup> Popper Karl, la televisión es mala maestra: una patente para producir televisión, segunda edición, México, fondo de cultura económica, 1999, P 47

<sup>5</sup> Terence W Gordon, Willmarth Susan. Mc Luhan para principiantes. Primera edición, Buenos aires. Editorial era naciente, 1997. P 109

## VIOLENCIA COMO MERCANCÍA

La violencia es un poderoso motor que impulsa a la historia, gran parte de lo que los historiadores describen como hechos históricos se presentan bajo el antecedente de la guerra; y en el siglo pasado la primera y segunda guerra mundial fomentaron la mayoría del desarrollo tecnológico y del orden mundial que hoy prevalece en el planeta.

Si siempre ha existido la violencia ¿Qué es lo que la hace diferente ahora?, en el pasado la violencia no era masificada, no se podía ver en la televisión, no se mostraba como se muestra en la prensa, además, no era una “violencia gratuita e irreal” como la que es producida en las películas o series televisivas.

La violencia actual es utilizada como un “gancho”, para atraer al espectador se convierte en mercancía; Mc Luhan observa correctamente que son las noticias malas – desastres naturales, escándalos sexuales, muertes violentas - lo que hace vender las noticias buenas; es decir, la publicidad... las noticias malas son la invitación a que los incautos pasen y vean<sup>6</sup>.

En este caso la violencia se convierte en mercancía, regida por los valores del consumismo. Al convertirse la violencia en mercancía ésta debe ser analizada con la lupa del “fetichismo de la mercancía”; el ser humano se deslumbra con esta mercancía y en este proceso se oculta la forma de producción de la mercancía<sup>7</sup>. Al ver la televisión deberíamos preguntarnos ¿por que estas explosiones o estas muertes?, ¿Por qué los disparos, gritos y esta violencia gratuita?

De la misma forma que el sexo es utilizado en la publicidad, la violencia es el “condimento” para series televisivas y películas, y lo que mas atrae de esta violencia es la falta de consecuencias cuando es ejecutada.

---

<sup>6</sup> Ibíd., p 118

<sup>7</sup> Marx Karl, el capital, primera edición, México: Fondo de cultura económica, 2000, cap. 24. p 101

La mayoría de nosotros hemos como la violencia se justifica, como el fin es mas importante que los medios, como el estereotipo del héroe varonil y musculoso es impulsado por razones morales equivocadas a realizar masacres mostradas en escenas, que según los productores de televisión y cine, “están basadas en hechos reales”; nuestro héroe de turno sale siempre avante y no responde por sus actos.

Antes dije que la violencia como mercancía responde a los valores del consumismo, o sea, a la democratización del mercado. “a la gente se le ofrece lo que quiere” decía un dirigente televisivo europeo basado en las estadísticas de las transmisiones; pero estas estadísticas solo reflejan las preferencias en lo que se transmite, el hecho es que cuanto mas se emplea la violencia y el sensacionalismo, más se educa a la gente a exigirlo<sup>8</sup>.

Ahora bien, ha salido a relucir el termino educar, por que la televisión es una poderosa herramienta que educa para la violencia y la aprehensión de antivalores; ante lo descrito anteriormente solo queda preguntarse ¿Qué clase de jóvenes queremos en el futuro?, ¿jóvenes para alimentar el consumismo y la violencia?

## CONCLUSIÓN

### ENSEÑAR A VER TELEVISIÓN

#### La televisión y los niños un mundo de significación

Los niños ven la televisión en un intento de entender el mundo, o sea, muchos padres reemplazan el valor de la experiencia por horas de televisión, entre mayor es el tiempo de exposición a un medio mas es su influencia sobre el

---

<sup>8</sup> Popper .óp. cit. p 44.

espectador<sup>9</sup>, en cierto modo la influencia será determinada por el contenido. Ahora debemos pensar y preguntarnos ¿Cómo influye la televisión en nuestros niños?, si ella pasa tanto tiempo con los niños, al menos ¿no deberíamos tomarnos el tiempo para comentar la realidad que ellos perciben a través de la televisión?

Los niños pueden estar expuestos a escenas de violencia y pueden concluir –esto es común en los programas de televisión- que “el mas fuerte es el que tiene la razón”, esta idea este mensaje que es sutil pero que llega a su inconsciente, ya condiciona a una generación entera a concentrarse en los valores del mercado y no en los valores reales, por que como todos sabemos, las convenciones televisivas distorsionan gravemente la realidad.

No hay estudios concluyentes en Colombia que digan que la realidad influye en el comportamiento de los niños<sup>10</sup>, pero esta serie de estudios si esta de acuerdo en que la televisión juega un papel instrumental en la producción de valores que propician la injusticia social y la inseguridad.

Pensemos por un momento en lo siguiente: violencia social y televisión no puede ser separadas, ¿Por qué? Pues por que para vender más estos son los valores que desean promover los generadores de contenidos (productores, guionistas, dueños de canales, jefes de información), ellos toman del ambiente, económico, político e ideológico los conceptos base con la intención de afectar, para bien o para mal, el desarrollo de la personalidad, los procesos de socialización, las respuestas y emociones del espectador, y todo esto solo para generar audiencia.

Ellos no tratan de generar conciencia acerca de la realidad social, solo tratan de vender un producto con una estrategia de mercadeo.

---

<sup>9</sup> Condry John. la televisión una mala maestra: ladrona de tiempo criada infiel, op cit. , p 45

<sup>10</sup> Bonilla Vélez Jorge. La violencia en los medios los medios en la violencia, primera edición, Bogotá: pontificia universidad Javeriana, 2007, p 153

## Foro de estudiantes de Filosofía y Licenciatura en Filosofía

Los niños necesitan mas experiencias, mas deporte, mas música; es por esto que debemos enseñar a decodificar el mensaje televisivo, darles la

herramientas a los niños para que puedan comprender que la televisión no muestra la realidad, explicarles que la violencia que muestra la televisión es solo un simulacro, exponerlos menos a la mercancías corruptas de las grandes cadenas televisivas; darle un mundo de significación, y no dejarlos a la deriva donde el principal educador es una pantalla plasma de 48 pulgadas.

## BIBLIOGRAFÍA

BONILLA Vélez Jorge. La violencia en los medios los medios en la violencia. Bogotá. Pontificia universidad Javeriana. 1997

CHOMSKY Noam, ilusiones necesaria control del pensamiento en los gobiernos democráticos, Madrid, editorial Caronte, 1992

CONDY John. Popper Karl. La televisión es mala maestra. México. Fondo de cultura económica, 1999

TERENCE W Gordon, Willmarth Susan. Mc Luhan para principiantes, Buenos aires Argentina ED era naciente, 1997

REBELI María Antonieta, Gómez Delia. Ética, violencia y televisión. México, Fondo de cultura económica, 2005

## OSCAR ANDERSSON CARDOZO JIMENEZ

Estudiante de noveno semestre de filosofía en el CEAD José Acevedo y Gómez.

Tecnólogo en mantenimiento industrial del SENA y tornero fresador del SENA.



Cinturón negro primer dan de la Shotokan Karate do Internacional.

Filosóficamente hablando he experimentado en la industria lo que dice Herbert Marcuse, en el Hombre unidimensional, básicamente “tu eres lo que haces”; y Hegel “lo real es racional”.

Lecturas que recomiendo: año 501; como mantener la chusma a raya, ambos de Noam Chomsky; La verdad sobre todo, de Mathew Stewart, Mas Platón menos Prozac, de Lou Marinoff; el hombre unidimensional, de Herbert Marcuse.

Me desempeñé un tiempo como profesor, tanto en la parte de filosofía como en la parte de karate; y fue una experiencia muy valiosa en la que aprendí mucho aplicando los conceptos de Mathew Lipman y la filosofía en el aula, actualmente solo estoy dedicado a la filosofía, y particularmente el análisis de los medios de comunicación y como estos influyen en la percepción de la realidad; y además de esto me interesa también relacionar la enseñanza de la filosofía con la expresión artística; especialmente la caricatura y la historieta. Creo firmemente que la filosofía debe ser aplicada en la vida cotidiana.

Músico autodidacta, interpreto la guitarra eléctrica, recomiendo siempre la música colombiana, sobre todo a Juan consuegra; también la música clásica del periodo barroco (Bach, Vivaldi, Corelli, Buxtehude, Hendel); y guitarristas de rock como Joe Satriani, Steve Vai, Yngwie Malmsteen, Jhon Petrucci y Jason Becker.

Solo recomiendo una película y es la escafandra y la mariposa.