

Medios de comunicación y violencia

Sarah García Silberman • Luciana Ramos Lira



PSIKOLIBRO

**P
S
I
K
O
L
I
B
R
O**

COLECCIÓN POPULAR

556

MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Y VIOLENCIA

PSIKOLIBRO

P S I K O L I B R O

SARAH GARCÍA SÍLBERMAN
LUCIANA RAMOS LIRA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y VIOLENCIA

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O



COLECCIÓN



POPULAR

INSTITUTO MEXICANO DE PSIQUIATRÍA
FONDO DE CULTURA ECONÓMICA
MÉXICO

Primera edición, 1998
Primera reimpresión, 2000

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta obra
—incluido el diseño tipográfico y de portada—,
sea cual fuere el medio, electrónico o mecánico,
sin el consentimiento por escrito del editor.

D. R. © 1998, INSTITUTO MEXICANO DE PSIQUIATRÍA
Antiguo Camino a Xochimilco, 101; México, D. F.

D. R. © 1998, FONDO DE CULTURA ECONÓMICA
Carretera Picacho-Ajusco 227; 14200 México, D. F.
www.fce.com.mx

ISBN 968-16-5653-9

Impreso en México

AGRADECIMIENTOS

Las autoras expresan su agradecimiento

Al Instituto Mexicano de Psiquiatría, especialmente al doctor Ramón de la Fuente, Director General, y a la doctora María Elena Medina-Mora, jefa de la División de Estudios Epidemiológicos y Sociales, por la oportunidad y confianza otorgadas, así como el apoyo recibido para desarrollar este trabajo.

A Miguel Ángel Caballero Gutiérrez y Alberto Jiménez Tapia, investigadores de la División de Investigaciones Epidemiológicas y Sociales, por su apoyo en la recopilación y análisis del material documental revisado para esta obra, así como a Mario Aranda Marqués, por sus valiosos comentarios y sugerencias.

SARAH GARCÍA SILBERMAN

LUCIANA RAMOS LIRA

PSIKOLIBRO

P S I K O L I B R O

PRÓLOGO

Los mexicanos estamos viviendo una etapa particularmente difícil y preocupante en torno al incremento de los índices de violencia e inseguridad. Entre las diversas voces que se elevan públicamente denunciando posibles causas y proponiendo medidas para enfrentar y disminuir los niveles de agresividad prevalecientes, sobresalen las de quienes culpan a los medios de comunicación, y en particular a la televisión, de fomentar la violencia con su programación sobrecargada de escenas que muestran con gran dramatismo todo tipo de hechos violentos, principalmente de carácter delictivo.

Se argumenta con insistencia que este tipo de programación constituye un incentivo o disparador de conductas violentas de diverso tipo, que fomenta la agresividad en los espectadores, que en ocasiones sirve como modelo para la imitación de acciones delictivas o riesgosas, y que incrementa los niveles de ansiedad y angustia en la población.

Con el propósito de conocer qué tanto hay de cierto en este tipo de planteamientos, en esta obra se ofrece a los lectores una interesante revisión de los principales enfoques teóricos que se han des-

arrollado para explicar los orígenes de la violencia y las posibles razones por las que prevalece en las relaciones sociales. Asimismo, se presenta una síntesis del surgimiento, desarrollo e instauración de los medios masivos de comunicación como elemento central en la vida de la mayor parte de las civilizaciones contemporáneas.

A partir de estos fundamentos, se presenta una amplia revisión de los principales hallazgos de los científicos sociales en relación con los efectos de los medios de comunicación en el público, y particularmente en torno a la compleja relación que éstos han establecido con la violencia. La lectura nos permite comprobar que el problema no es sencillo; los medios, y en particular la televisión, han utilizado a la violencia como elemento central de su programación, a lo largo de toda su historia, de manera cada vez más intensa. Los índices de violencia se incrementan persistentemente en nuestra sociedad. Pero de allí a concluir que existe una relación directa, causal, entre la violencia televisiva y la social, y que la supresión de la primera conducirá a disminuir la última, hay una distancia que no es posible obviar.

La importancia que ha adquirido el tema de los posibles efectos nocivos de la violencia televisiva en la sociedad, hizo notar la ausencia de una publicación nacional basada en una revisión actualizada e integrada del fenómeno, a partir de las principales aportaciones publicadas tanto en el extranjero co-

mo en México. Esta carencia, en conjunción con la preocupación por conocer en profundidad la dinámica de la relación medios de comunicación-violencia, fue el factor básico que llevó al Instituto Mexicano de Psiquiatría a solicitar a dos de sus investigadoras, especializadas en este campo el desarrollo de este trabajo.

La doctora en psicología social Luciana Ramos Lira se ha dedicado durante años a investigar en profundidad el fenómeno de la violencia y sus principales efectos sociales. La doctora Sarah García Silberman, con formación académica como comunicóloga y psicóloga social, ha desarrollado una interesante línea de investigación en torno a los efectos de los medios de comunicación masiva en relación con la salud mental de la población. La conjunción de sus áreas de interés y experiencia, aunada a la responsabilidad asumida por la Institución de abordar de manera rigurosa y sistemática los problemas fundamentales que afectan la salud mental de los mexicanos, han dado como resultado una obra cuya lectura resulta indispensable para todos los interesados en el tema.

El problema de la violencia nos afecta, en mayor o menor medida, a todos; los medios de comunicación ocupan un lugar destacado en la vida de la mayoría de las personas. Comprender mejor la influencia que, tanto la televisión como la violencia, ejercen en la convivencia social cotidiana, consti-

tuye el primer paso requerido para enfrentar sus posibles consecuencias negativas y planear acciones eficaces tendentes a contrarrestarlas.

Este libro se basa en la obra de muchas personas, la mayor parte destacados teóricos e investigadores, tanto mexicanos como extranjeros, de los medios y la violencia. El mérito fundamental del libro estriba en la sistematización e integración de sus muy diversos enfoques, postulados, hallazgos empíricos y propuestas, en un texto de fácil lectura y comprensión. Las conclusiones generales no pretenden ofrecer una solución al complejo fenómeno de la violencia en los medios, pero sí un acercamiento a diversas alternativas de acción en torno a él, por parte de diversos sectores de la sociedad, y fundamentalmente, un estímulo para dedicar mayores esfuerzos al abordaje científico de un problema social indiscutiblemente prioritario.

MA. ELENA MEDINA-MORA

México, mayo de 1998

INTRODUCCIÓN

En los últimos años la violencia ha dejado de ser “un tema” para constituirse en uno de los ingredientes más fuertemente configuradores de nuestras sociedades de fin de siglo. Y especialmente de las latinoamericanas. No es extraño entonces que, de un lado, la televisión se vea repotenciada en su capacidad de catalizar nuestros miedos, y de otro, la televisión se vea convertida en chivo expiatorio al que cargarle las cuentas de la violencia para exorcizar de alguna manera la pesadilla cotidiana.

JESÚS MARTÍN BARBERO, *Miradas latinoamericanas a la televisión*

El tema de la relación entre la violencia y la televisión no es nuevo. La violencia existe desde que el hombre es hombre y la sociedad ha padecido sus consecuencias a lo largo de toda la historia humana. Sus orígenes o causas han sido buscadas, investigadas e interpretadas desde muy diversos puntos de vista, sin que hasta la fecha haya sido erradicada de las relaciones sociales. Los medios masivos de comunicación, en cambio, constituyen un elemento

de muy reciente aparición con relación a la historia humana; sin embargo, en su breve lapso de existencia, han llegado a convertirse en un elemento fundamental en la vida de las sociedades contemporáneas. Ambos, medios de comunicación y violencia, parecen estar estrechamente vinculados en la actualidad, y esta relación ha despertado gran interés por parte de muchos investigadores de las ciencias sociales, quienes buscan una explicación a esta relación que ha llegado a parecer indisoluble.

La insistencia por parte de los medios de comunicación en incluir contenidos violentos parece acentuarse cada vez más, lo que ha generado gran inquietud en los más diversos sectores de la sociedad, desde los ámbitos gubernamentales, educativos y religiosos, hasta los mismos ciudadanos, quienes padecen el evidente incremento en los índices delictivos y la violencia cotidiana, y se preguntan si existe alguna relación entre ambos fenómenos.

Esta preocupación generalizada acerca de la posible relación entre la violencia y los medios de comunicación constituye la base que ha dado lugar al desarrollo de este libro. Su propósito central es proporcionar un panorama general del problema —que permita al lector comprender con mayor claridad sus fundamentos—, así como una síntesis de los principales enfoques teóricos con que se ha abordado hasta la fecha el problema. Con ello se espera ofrecer elementos más objetivos para contender con él.

Se presenta, además, una reseña de los estudios teóricos y empíricos más relevantes y significativos realizados en diversos países sobre los efectos de los medios de comunicación, y particularmente de la televisión. Tales estudios han aparecido en artículos de revistas especializadas y en informes oficiales, tesis universitarias, ponencias de congresos científicos y libros académicos y de divulgación.

En el capítulo I se revisa el tema de la violencia y la agresividad humanas. Muchos investigadores y teóricos lo han estudiado desde los más diversos puntos de vista, sin que se haya resuelto hasta la fecha el debate básico en cuanto a si la agresividad es una característica inherente a la naturaleza humana o una conducta aprendida. Sin embargo, es innegable que la sociedad ha sido víctima de la violencia desde los inicios de su historia. A partir de las principales definiciones de agresividad y violencia, se plantean las teorías más importantes desarrolladas de acuerdo con los enfoques biológico, instintivo, psicológico y sociocultural.

En el capítulo II se presenta una breve reseña histórica del desarrollo de la comunicación de masas como base para definir el fenómeno y describir las características de los principales medios de comunicación masiva. Como introducción se hace referencia al proceso de la comunicación y los elementos que intervienen en él, así como a las similitudes y diferencias entre la comunicación interpersonal y

la masiva. Tras definir el concepto y las diversas acepciones de los medios de comunicación masiva, se ubica como referente el concepto de sociedad de masas o masa social, y se presenta la clasificación de los principales medios masivos, así como una síntesis de su desarrollo histórico. Más adelante se describen las características fundamentales de cada uno de ellos y se destacan sus diferentes niveles de penetración e influencia en el público, según los diversos elementos que intervienen en el proceso de la comunicación masiva. A partir de los planteamientos desarrollados, se destaca la importancia de la televisión en términos cualitativos y cuantitativos, así como su influencia en los receptores.

El capítulo III se centra en la investigación desarrollada en torno a la comunicación masiva. Para ello, se presenta una descripción histórica de los avances teóricos y empíricos en torno al fenómeno de la comunicación de masas, que ha sido considerado como el proceso social fundamental del presente siglo. Asimismo, se describen las aportaciones iniciales, sobre todo de la sociología y la psicología, al estudio científico de los medios masivos hasta que se concretó el surgimiento de las llamadas ciencias de la comunicación. Posteriormente se desarrollan los planteamientos básicos de las principales corrientes de las ciencias sociales según cuya orientación se ha abordado el estudio de la comunicación masiva: el funcionalismo, el estructuralismo, el ma-

terialismo histórico, el psicoanálisis y las nuevas corrientes.

En la actualidad, los efectos de los medios de comunicación masiva sobre el auditorio constituyen uno de los fenómenos más investigados, especialmente en el campo de la psicología social. Sin embargo, los resultados obtenidos han sido muy diversos, e incluso contradictorios, dependiendo del enfoque teórico seguido, de la metodología utilizada y de los objetivos planteados. El único punto en que existe un acuerdo general es que los medios ejercen un impacto sobre el auditorio.

El capítulo IV se orienta a la descripción de los principales efectos atribuidos a los medios de comunicación masiva. Éstos se clasifican con base en los planteamientos de las principales teorías abordadas: mecanicismo, aprendizaje social, teorías relativas a las actitudes —como la del refuerzo, la del equilibrio y la de la acción razonada—, la teoría del cultivo y la teoría de la catarsis. Por último, se describen los efectos más investigados: imitación, identificación, persuasión, motivación, manipulación, evasión, frustración y desensibilización.

En el capítulo V se desarrolla de lleno el tema central de la obra: la violencia en los medios de comunicación, particularmente en la televisión. La programación televisiva incluye tal cantidad de violencia que se ha convertido en motivo de intenso debate entre quienes creen que la televisión constituye una escuela de violencia, y quienes piensan que

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

lo único que hace es reflejar la violencia existente en la sociedad. Durante las últimas décadas se han realizado numerosos esfuerzos para averiguar hasta qué punto la violencia mostrada por la televisión influye en la agresividad de los espectadores. Tras una somera revisión del tema en la prensa y el cine, se describen las teorías más específicamente relacionadas con los efectos de la exposición a contenidos violentos en la televisión. Más adelante se reseñan los resultados de las investigaciones más importantes realizadas hasta la fecha y se destacan las metodologías utilizadas.

A continuación, en el capítulo VI se profundiza en el tema de la violencia contenida en la programación televisiva desde un punto de vista crítico, de acuerdo con los enfoques más recientes desarrollados por especialistas contemporáneos que se han propuesto superar las limitaciones de las corrientes funcionalista y estructuralista clásicas. Para ello han integrado las cualidades y ventajas de éstas con nuevos elementos y metodologías más acordes con la situación actual. Se desarrollan, además, algunos temas relevantes para comprender el fenómeno en la actualidad. Entre éstos se cuentan el sensible aumento, en términos tanto cuantitativos como cualitativos, de la violencia que presenta la programación, así como el hecho de que existen muchos tipos de violencia en los medios, que no siempre son concebidos como tal.

En el capítulo VII se analiza la posible relación entre violencia televisiva y miedo al crimen. Se exploran, así, diferentes perspectivas y estudios empíricos que han abordado algunos de los efectos de la televisión en el auditorio. Entre éstos destacan los efectos de tipo cognitivo y los de tipo emocional; por ejemplo, la percepción del mundo como un lugar inseguro y el temor a sufrir violencia en la propia persona. Se discuten asimismo algunas propuestas y hallazgos respecto del impacto de los contenidos violentos de la televisión en los menores de edad. De acuerdo con los estudios revisados, se considera que los niños conforman una población a la que se presupone muy vulnerable a los contenidos violentos y, por lo mismo, tiene amplias posibilidades de ser intervenida preventivamente.

El capítulo VIII se orienta al análisis específico del caso de México en términos de la violencia contenida en la programación de la televisión nacional. A partir de una somera revisión histórica sobre el desarrollo de los medios masivos en el país, se comentan los acontecimientos más importantes en este campo en los últimos años, así como el panorama actual de la televisión nacional.

Por último, se desarrollan y discuten las principales conclusiones a las que ha sido posible llegar a partir de este trabajo de análisis y reflexión. Si se reconoce en definitiva la importancia de los efectos de la televisión, y en particular de sus contenidos

violentos, destaca la importancia de considerar el impacto de otros múltiples factores que contribuyen a desarrollar agresividad y conductas violentas en los ámbitos individual y social. Sobre esta base, se plantea que el problema de la violencia en los medios es complejo y precisa análisis profundos y propuestas de acción amplias e integradoras.

La violencia en la televisión parece ser cada vez más atractiva y, antes que disminuir, ha tendido a aumentar a lo largo de los años. Es de suponer que la tendencia continuará a menos que se tomen medidas formales contra ello. Por tanto, el problema, aún no resuelto, de sus efectos sobre el auditorio continúa vigente y ha aumentado en importancia. Es necesario tener cuidado de no minimizar o magnificar el problema. No podemos culpar a la ligera a la televisión de los males sociales. Un problema multicausal como la violencia social debe ser abordado por múltiples vías. Ante tal panorama, se presentan alternativas de acción propuestas por los diferentes sectores sociales interesados en la problemática en cuestión.

I. VIOLENCIA, DEFINICIONES Y TEORÍAS

Conforme aprendo más sobre la vida de otras personas, descubro que en todas las historias de familia hay siempre al menos un miembro que se ha visto envuelto en una situación de violencia fatal o de riesgo para la vida, sea como perpetrador o víctima; sea que la violencia se manifieste como suicidio u homicidio, como muerte en combate, como muerte por culpa de un conductor ebrio o descuidado, o como cualquiera otra de las muchas formas de muerte no naturales.

JAMES GILLIGAN, *Violence. Reflections on a national epidemic*

Violencia hay más de una; casi se podría decir que hay tantas formas de violencia como formas de relacionarse en la sociedad.

GÉRARD IMBERT, *Los escenarios de la violencia*

La violencia es una categoría sustantiva y un componente sustancial y transhistórico que atraviesa todas las formaciones

sociales conocidas hasta la fecha. Constituye, asimismo, los diferentes ámbitos de la vida colectiva y se ejerce, con modalidades peculiares, en cada relación de poder que se establece en los intercambios sociales. Habría pues, una historicidad de la violencia más que un acrecentamiento de sus manifestaciones: las formas de su ejercicio cambian con las edades históricas, pero no crecen o se extinguen como los organismos vivos.

MABEL PICCINI, *Notas sobre violencia y cultura*

UNA INTRODUCCIÓN NECESARIA

La violencia es un tema cotidiano. No sólo se vive, sino que se observa, se habla de ella y se debate sobre los efectos que pueden tener sus representaciones en los medios. Nos preguntamos sobre sus orígenes, motivaciones y consecuencias. Asimismo, queremos saber si siempre ha estado presente, si ha aumentado o si ha adquirido nuevas manifestaciones. ¿Por qué la ejercen unos y otros no? ¿Es posible erradicarla o prevenirla? En fin, ¿acaso es posible vivir en paz y sin violencia?

Ante semejante cúmulo de interrogantes, nada mejor que empezar este capítulo siendo honestos: existen muy pocas respuestas para tales preguntas.

Sin embargo, es precisamente la búsqueda de respuestas la que nos motiva a revisar este difícil tema. Aunque se ha escrito mucho sobre violencia humana, el presente trabajo es sólo un modesto esfuerzo por plantear, sistematizar y, de ser posible, repensar algunas de las visiones, las aportaciones y los intentos por explicarla y comprenderla. Así, en esta revisión analizaremos explicaciones biológicas, otras psicológicas, y algunas de corte más sociológico y político, sin aspirar a hacer, por supuesto, un examen exhaustivo. Aun cuando se considera que los medios masivos de comunicación ejercen una influencia importante en la violencia, por lo pronto dejaremos de lado este aspecto, ya que se abordará en los capítulos siguientes.

Según Gilligan (1997), la violencia humana es más compleja, más ambigua y, sobre todo, más trágica de lo que comúnmente estamos dispuestos a reconocer. El sufrimiento que conlleva suele ser intenso y devastador. De ello son testimonio los menores maltratados, las personas torturadas, las mujeres violadas y los millones de seres humanos que la han padecido por guerras, crímenes por odio, delincuencia común, violencia doméstica y crimen organizado. De más está decir que a muchos les ha costado la vida.

Por otro lado, es innegable reconocer que gran parte de lo que se escribe sobre violencia es producto del punto de vista de expertos en diferentes dis-

ciplinas, lo que muchas veces provoca que se soslaye su dimensión trágica. Sin embargo, quienes hemos tenido contacto con ella de alguna forma —porque la hemos padecido en carne propia o porque nuestras profesiones nos acercan a ella— conocemos bien el dolor con que se asocia.

La reflexión anterior sirve de punto de partida para abordar las definiciones mismas de violencia. ¿A qué nos referimos cuando hablamos de ella? Si es posible establecer la distinción, ¿en qué se diferencia de la agresividad y de la agresión?

AGRESIVIDAD, AGRESIÓN Y VIOLENCIA

Para iniciar esta breve revisión, analizaremos primero varias definiciones y más adelante haremos una integración y una conceptualización de carácter provisorio.

Agresividad

En el *Diccionario de Psicología*, Warren (1948) considera la agresividad como “tipo de conducta que se caracteriza más por una disposición a atacar que por una tendencia a eludir peligros o dificultades”. Según el *Diccionario Larousse* (El Pequeño Larousse Ilustrado, 1996), la agresividad implica “acometivi-

dad; carácter agresivo; tendencia a realizar actos y a proferir palabras hostiles con respecto a otro”.

En forma similar, el *Diccionario Grijalbo* (1986) la define como “disposición a actuar de una forma agresiva, que puede aparecer ligada a la satisfacción de una necesidad primaria o a las pulsiones destructivas del impulso de muerte (psicoanálisis) y puede ser consciente o inconsciente, patológica (epilepsia, algunas formas de psicosis, etc.) o normal”.

Laplanche y Pontalis (1983) definen la agresividad en forma más amplia: “tendencia o conjunto de tendencias que se actualizan en conductas reales o fantasmáticas, dirigidas a dañar a otro, a destruirlo, a contrariarlo, a humillarlo, etcétera”.

Corsi (1994) considera que la agresividad es un término que alude a “la capacidad humana para ‘oponer resistencia’ a las influencias del medio, y que tiene vertientes fisiológicas, conductuales y vivenciales; por esto, suele ser un concepto descriptivo más que valorativo” (p. 18).

Agresión

Según su sentido etimológico, Gómez de Silva (1988) define *agresión* como un “ataque o asalto, entendiéndose por agresivo a aquel que es propenso a actuar de manera hostil”. Por su lado, Warren la considera como un “aspecto de la voluntad de poder

que implica el tratar a otros individuos como si fueran simplemente objetos que deben utilizarse para conseguir una meta”.

Según el *Larousse* y el *Grijalbo*, *agresión* es “la acción y el efecto de agredir”. El primero especifica que agredir implica acometer a uno para hacerle daño; para el segundo, implica atacar a alguien física o verbalmente.

Laplanche y Pontalis consideran que la agresión puede adoptar modalidades distintas de la acción motriz violenta y destructiva. De modo que, según ellos, no hay conducta tanto negativa (como rechazo de ayuda) como positiva, tanto simbólica (como la ironía) como efectivamente realizada, que no pueda funcionar como agresión.

Corsi (pp. 19-20) define *agresión* como

conducta mediante la cual la potencialidad agresiva se pone en acto. Las formas que adopta son disímiles: motoras, verbales, gestuales, posturales, etc. [...] Un golpe, un insulto, una mirada amenazante, un portazo, un silencio prolongado, una sonrisa irónica, la rotura de un objeto, para que puedan ser definidas como conductas agresivas deben cumplir con otro requisito: la intencionalidad, es decir, la intención, por parte del agresor, de ocasionar un daño.

Por su parte, Baron y Richardson (1994) plantean que es muy difícil definir la agresión, por lo que sólo tentativamente la consideran como “cualquier tipo

de conducta que tiene la meta de lesionar o dañar a otro ser viviente, quien se ve motivado a evitar tal tratamiento” (p. 7).

Así, pues, para todos ellos hablar de agresión implica aludir a conductas específicas y no a emociones, motivos o actitudes; a una intencionalidad; al daño que se produce en la víctima, que no es necesariamente físico; a la implicación de un ser viviente como receptor de estas conductas, y al deseo del receptor de la agresión de evitar ese tratamiento.

De la revisión anterior podríamos concluir que la agresividad se distingue conceptualmente de la agresión por ser una tendencia, disposición o capacidad, que puede concretarse o no en actos específicos (por lo que incluye, aquí sí, motivos, deseos, emociones o actitudes), y que surge como forma de resistencia o ataque ante situaciones difíciles o problemáticas del entorno.

Por su parte, la agresión alude siempre a todo acto que concreta dicha capacidad agresiva, por lo que suele definirse principalmente por acciones específicas (como una cachetada, un empujón o un insulto). A menudo, los términos “asalto” o “ataque” se emplean para hablar de ella y, según las definiciones revisadas, la característica particular de la agresión es que no constituye un acto accidental, sino que busca generar un daño o refleja una falta de interés en los otros como personas.

En psicología se ha diferenciado la denominada

agresión instrumental de la agresión hostil para clasificar la intencionalidad de un acto agresivo. Así, cuando la meta primera del agresor es causar sufrimiento a la víctima, se habla de agresión hostil; cuando el agresor ataca no por un deseo de hacer sufrir a la víctima, sino como un medio para obtener metas, se trata de agresión instrumental (Baron y Richardson, 1994).

Violencia

Ahora bien, ¿en qué se distinguen los conceptos anteriores de la violencia? Por su sentido etimológico, Gómez de Silva define *violencia* como la “acción o efecto de aplicar medios violentos o brutales; una fuerza física que se usa con el propósito de hacer daño”.

En el *Diccionario de Filosofía*, Abbagnano (1974) establece dos acepciones: “acción contraria al orden o a la disposición de la naturaleza”, y “acción contraria al orden moral jurídico o político”. En este último sentido señala que se habla de “cometer” o “sufrir violencia”.

Estas dos definiciones permiten vislumbrar dos aspectos importantes que sobresalen en mayor o menor medida al hablar de violencia: la cualidad de la acción violenta y/o los efectos de dicha acción. Entre las características de la acción violenta empieza a destacar ahora que la violencia es contraria al

orden (por tanto, valorada en un sentido moral), que es intencional, y que se considera, de alguna forma, brutal.

El *Diccionario Larousse* señala que la violencia se relaciona con la “acción o efecto de violentarse; a una manera de actuar contra el natural modo de proceder”. Y la define en términos de fuerza e intencionalidad, pues considera a esta forma de actuar como un uso excesivo de la primera y como una acción injusta con la que se ofende o perjudica a alguien. Así, ejercer violencia sobre alguien implica obligarle, por medio de la fuerza física o moral, a hacer algo en contra de su voluntad. Esta acepción es similar a la del *Diccionario Grijalbo*, que define *violencia* como “la acción y el efecto de obligar o forzar”.

Como se observa, en las definiciones de violencia se destaca el uso excesivo e injusto de una fuerza, que puede ser de diferentes tipos (como física, moral o psicológica) y que se ejerce en forma intencional para ocasionar un efecto, no exclusiva o necesariamente físico, sino también moral o psicológico (como obligar a alguien a hacer algo en contra de su voluntad).

Así, si bien la violencia puede definirse como un abuso de la fuerza, no toda fuerza ejercida es necesariamente violenta, pues el ser humano puede utilizar la fuerza física, por ejemplo, como recurso de sobrevivencia (para cazar, buscar comida, etc.). Sin

embargo, los humanos ejercemos la fuerza más allá de los límites necesarios para sobrevivir: “solamente los seres humanos cazan por el placer de cazar y destruyen animales que no los atacan” (Chiland, 1994, p. 5).

Corsi (pp. 23-24) señala que

la violencia es siempre una forma de ejercicio del poder mediante el empleo de la fuerza (ya sea física, psicológica, económica, política) [...] e implica la existencia de un “arriba” y un “abajo”, reales o simbólicos [...] La violencia implica una búsqueda de eliminar los obstáculos que se oponen al propio ejercicio del poder, mediante el control de la relación obtenida a través del uso de la fuerza [...] En el ámbito de las relaciones interpersonales, la conducta violenta es sinónimo de abuso de poder, en tanto y en cuanto el poder es utilizado para ocasionar daño a otra persona.

El autor agrega entonces que dos conceptos son esenciales para comprender la violencia: el daño y el poder. El primero se refiere a cualquier tipo y grado de menoscabo para la integridad del otro, y puede ser físico, psicológico, económico, etc. Por su parte, el poder implica el desequilibrio señalado.

A fin de comprender las diferentes formas en que se ejerce, Litke (1992) plantea la necesidad de abordar la violencia como un violentamiento de otra persona. Para esto, propone desplazar el punto de vista desde el cual se analiza la violencia: de la con-

sideración de la naturaleza de la fuerza utilizada y del agente que la ejerce al estudio de los efectos que causa sobre el receptor. Esta perspectiva propone que es posible violentar a una persona en su anatomía (mediante fuerza física) o respecto de su capacidad para adoptar decisiones (por medio de fuerza psicológica), y que tales expresiones de violencia se pueden ejercer en forma personal (por ejemplo, la violación) o institucional (como la discriminación de género o racial).

Por tanto, Litke subraya que el elemento central de la violencia es “la negación de la capacidad de la persona” (p. 164), por lo que el uso del término violencia debe condenar el hecho de que alguien reduzca o anule total o parcialmente la capacidad de una persona para actuar e interactuar, tanto en lo que respecta a su integridad física como en su capacidad para adoptar decisiones.

Cauchy (1992) sigue la misma línea de reflexión, pues considera que la violencia significa agresión y transgresión; irracionalidad y exceso. La violencia perpetrada por un ser humano en contra de otro

consiste en un tipo de fuerza utilizada para producir efectos físicos o psicológicos en otras personas, que van en contra de sus propias inclinaciones, preferencias o necesidades. Es, por tanto, una fuente de conflicto y contradicción que tiende a destruir, disminuir o negar la humanidad de la persona contra la que se dirige (pp. 209-210).

Por lo anterior, la violencia genera desintegración o dispersión, ya que actúa contra las intenciones de la persona sujeta a ella. Asimismo, puede generar un patrón (físico o psicológico), es decir, un orden producto de la fuerza, que puede persistir aun después de que ésta deja de ejercerse.

De todo lo anterior podemos proponer que la agresividad es una disposición o tendencia hostil que puede verificarse o no en hechos concretos y que es más descriptiva que evaluativa. Por otra parte, aun cuando existen diversas coincidencias en sus definiciones, la violencia se distingue de la agresión por el exceso de fuerza que se ejerce en el acto en cuestión, así como por el papel que cumple el daño infligido.

Para Archer (1994), la agresión se relaciona más con el acto y la violencia, con sus consecuencias. En concordancia con este autor, consideramos que al hablar de violencia no sólo nos referimos a actos específicos (como patear, cachetear o herir con un arma a alguien), es decir, no sólo damos una definición conductual, sino que incluimos las posibles consecuencias dañinas de tales actos, sean éstas físicas, psicológicas, económicas, sociales, etc. Asimismo, al hablar de violencia damos cuenta de actos en que se ejerce una fuerza excesiva y en que se lleva a cabo un ejercicio de poder sobre otra persona, o personas, en un intento por dañarla, controlarla y/o humillarla.

Así, pues, al hablar de violencia aludimos a un acto intrínsecamente humano: a un acto “social”.

La violencia —o las violencias— no pueden ser tomadas aisladamente. La violencia no es un hecho puntual, aislado [...]. La violencia, estamos tentados a decir, retomando la fórmula de Marcel Mauss, es un hecho social global (“un *phénomène* social total”) (Imbert, 1992, p. 12).

Imbert (1992) considera que existen varias formas de violencia: “reales”, representadas y formales. Para los fines de este capítulo, vale la pena retomar las formas de violencia “reales” que plantea el autor. Según él, éstas pueden ser físicas o simbólicas, de diversas índoles (política, social, comportamental, etc.) y pueden presentar grados variables de gravedad: violencias corporal, sexual y mortal.

Las grandes tipologías distinguen también entre violencia criminal contra terceros y violencia contra sí (suicidio), violencia accidental (debida al azar o al error humano y tecnológico: “catástrofes”) y violencias histórica, individual y colectiva (conflictos sociales, atentados terroristas, guerras, dictaduras, etc.) (p. 13).

Tipologías más concretas, como la de Santa Bárbara (1994), distinguen tipos de violencia como la doméstica, la escolar, la callejera, la delictiva y la pandilleril. Santa Bárbara destaca, asimismo, las formas

de violencia sancionadas por el Estado (policíaca, militar, carcelaria); así como las guerras intranacionales, internacionales y nucleares. Como se observa, la violencia se manifiesta en formas que van de las desorganizadas a las preparadas de manera intelectual y/o mediadas tecnológicamente. Asimismo, aunque se puede verificar en actos concretos, fáciles de identificar, también se puede ejercer de maneras más sutiles.

Van Soest (1997) propone que la violencia se configura en una especie de pirámide en tres niveles interrelacionados. Según este esquema, en la base se ubica una violencia estructural y cultural, que incluye “acciones dañinas resultantes de la forma en que piensa la sociedad, de los valores convencionales y de las prácticas cotidianas; con frecuencia es maligna, difícil de discernir; en general se acepta como normal” (p. 13). Algunas de sus manifestaciones son la discriminación de grupos por su género, raza, etnia, religión, orientación sexual, etc., y la aceptación misma de desigualdades como la pobreza, el sexismo y el racismo.

En el segundo nivel se encuentra la violencia institucional. De carácter casi por completo invisible, incluye acciones dañinas que se presentan dentro de las instituciones sociales y que pueden obstruir el desarrollo del potencial humano. Se manifiesta en burocracias como las oficinas gubernamentales, el ámbito de los negocios, las prisiones, los sistemas de

bienestar social, los hospitales psiquiátricos y el ejército. Ejemplos de violencia institucional son las guerras, la falta de ayuda económica para el desarrollo de países y comunidades pobres, y la mutilación genital femenina. Se ejerce en forma más indirecta, no se reconoce como delito y sus consecuencias se resienten a más largo plazo.

Por último, en la punta de la pirámide se ubica la violencia individual, que es fácil de identificar y que en general se considera como un delito que se debe castigar. A la luz de tal cantidad de clasificaciones y puntos de vista, resulta difícil explicar la violencia con teorías únicas, pues cada manifestación puede contener especificidades que otorguen un mayor peso a ciertos elementos. Tomando en cuenta lo anterior, ahora revisaremos algunas de las teorías más importantes utilizadas para explicar la agresividad, la agresión y la violencia.

¿POR QUÉ LA VIOLENCIA?

Para iniciar esta revisión debemos tomar en cuenta los diferentes puntos de vista que existen a la fecha en la polémica en torno al tema: ¿la violencia es innata al ser humano y la cultura se encarga de “domesticarla”? O bien, ¿la violencia se aprende en la cultura? Por otro lado, ¿es posible que la violencia sea producto de instintos, herencias, funciones hormonales o disfunciones cerebrales?

En nuestra opinión, la violencia es ante todo un producto social, sin negar por eso que otros factores cumplan un papel muy importante en ella. Cabe aclarar, sin embargo, que no contamos con una teoría o un factor únicos que por sí mismos sirvan para explicarla en su totalidad. Entre otras cosas, lo anterior obedece a que, como vimos en la revisión, la violencia se manifiesta en formas muy diversas. Asimismo, las diferentes teorías se suelen referir a los distintos conceptos que vimos antes —agresividad, agresión y violencia—, y no siempre queda clara su definición.

Se ha encontrado que algunos elementos se asocian empíricamente con la conducta agresiva, sin haberse desarrollado explicación teórica alguna. Otras propuestas son principalmente microteorías, es decir, propuestas conceptuales concretas basadas en datos empíricos (sobre todo las derivadas de la biología, la neurología y la psicología). Si bien éstas se suelen referir a situaciones de agresividad o agresión individual o interpersonal, muestran una gran diversidad de metodologías y definiciones operacionales, que van de los pensamientos hostiles calificados en una escala tipo Likert, pasando por el uso de dispositivos experimentales —como la máquina construida por Arnold Buss (1961)—, a actos concretos observados o recolectados por medio de autorreportes.

Del mismo modo existen teorías mucho más am-

plias —como la psicoanalítica, las sociológicas, las políticas y las antropológicas—, que pueden aludir a niveles individuales e interpersonales o macrosociales, y que no necesariamente tienen referentes empíricos concretos.

Una vez establecidas las aclaraciones anteriores, revisaremos a continuación algunos aportes de la biología y después veremos ejemplos de explicaciones de corte psicológico y psicosocial, para concluir con algunos comentarios sobre lo que se ha escrito en otras disciplinas sociales. Antes de proseguir, cabe aclarar que esta parte tampoco pretende ser exhaustiva y que, por desconocimiento de las autoras o falta de espacio, tal vez queden fuera enfoques que podrían ser fundamentales.

MECANISMOS BIOLÓGICOS ASOCIADOS CON LA AGRESIÓN HUMANA

La herencia de la conducta agresiva

Como señalan Baron y Richardson (1994),

una forma de demostrar que una conducta está biológicamente motivada es demostrando que es similar entre personas que comparten características biológicas. Esto es, si las personas que comparten genes también comparten conductas particulares, entonces esas conductas pueden ser consideradas *heredadas* (p. 246).

La evidencia de un efecto de variación genética en la agresión humana y la conducta violenta (ante todo masculinas) proviene de líneas de investigación como los estudios de familia, los estudios con gemelos, los estudios con hijos adoptados y los estudios de la conducta de varones con anormalidades genéticas (Turner, 1994).

Estudios de familia

Renfrew (1997) menciona que situaciones como el hecho de que varios miembros de una misma familia sean agresivos permiten sospechar la existencia de influencias genéticas en esta conducta. Aunque estudios realizados desde hace muchos años parecieron confirmar el peso de tales influencias (Dugdale, 1977; Goddard, 1912, en Renfrew, 1997), éstos fueron blanco de muchas críticas por su dificultad para controlar otras variables. Es decir, ¿en qué medida es posible asignar responsabilidad a los genes en una familia en que varios de sus miembros son agresivos, si estos miembros han estado expuestos —al mismo tiempo— a las mismas, o al menos similares, prácticas de socialización y comparten en general un mismo medio ambiente?

Por lo anterior, los investigadores se han dedicado a estudiar el tema en condiciones más controladas, en que un factor genético permanece constante aun cuando cambien las variables ambientales.

Estudios con gemelos

Se han realizado estudios para evaluar el grado en que se asemejan los gemelos monozigóticos y dizigóticos en términos de niveles de agresión. Sin embargo, los resultados son poco consistentes. Aunque algunas investigaciones reportan poca evidencia de heredabilidad, otras conceden un peso más importante a los genes que al medio ambiente (véase Baron y Richardson, 1994).

Mednick (1981) emprendió una revisión de los estudios al respecto e indica que en los gemelos idénticos se da 60% de concordancia en cuanto a los problemas derivados de su agresión, en tanto que para los gemelos fraternos se ha encontrado una concordancia de 30 por ciento.

No obstante, este tipo de investigaciones también ha sido objeto de discusión. Por un lado, los estudios parecen presentar serios problemas de sesgo en la selección de las muestras. Por otro, en estudios con gemelos criados juntos, se ha señalado que, si éstos comparten ciertas conductas agresivas, la contribución ambiental puede ser igualmente considerable (Renfrew, 1997).

Estudios con hijos adoptados

Para evitar las críticas formuladas a los estudios con gemelos, este tipo de investigaciones trata de esta-

blecer en qué grado comparten los hijos rasgos con sus padres tanto biológicos como adoptivos.

Estudios como los de Mednick y cols. (1983, 1987, citados en Baron y Richardson, 1994), que se realizaron con base en registros delictivos, reportan que los niños con padres biológicos en prisión tienen mayor probabilidad de ser apresados ellos mismos.

Aun cuando estos hallazgos parecieran apoyar el planteamiento de que la conducta agresiva se hereda, los investigadores encontraron que, si los padres biológicos habían delinquido varias veces, los hijos tenían más probabilidad de ser procesados por delitos contra la propiedad, pero no por delitos violentos. Dado lo anterior, Baron y Richardson (1994) plantean que al parecer no es lo mismo la heredabilidad de la delincuencia que la de la agresión.

Sin embargo, aunque existe la evidencia, la contribución de la biología no excluye a la del ambiente, pues quienes tuvieron más probabilidad de ser encarcelados fueron aquellos cuyos padres, tanto biológicos como adoptivos, tenían antecedentes criminales. Al respecto, Renfrew (1997) apunta que los estudios

indican una correspondencia entre la delincuencia de padres biológicos y sus descendientes; implican transferencia genética, pero no demuestran causalidad genética. Los datos son de tipo correlacional —comparan observaciones de los puntajes de una variable de

pendiente (delincuencia) en padres y en sus hijos. Además, no podemos eliminar la contribución de variables medioambientales no controladas (p. 28).

Estudios con seres humanos con anomalías genéticas

Dadas las diferencias encontradas entre sexos en cuanto a la conducta agresiva, se han planteado algunas hipótesis que buscan explicarlas tomando en cuenta los cromosomas X y Y. Entre éstas, destacaremos a dos de ellas (Baron y Richardson, 1994):

1. *Hipótesis del cromosoma Y.* Sugiere que la presencia de un cromosoma Y puede conducir a niveles relativamente altos de conducta agresiva.
2. *Hipótesis del cromosoma X extra.* Plantea que el cromosoma X “extra” de las mujeres puede llevar a niveles relativamente bajos de agresión.

La primera hipótesis se ha investigado sobre todo con base en el análisis de las características y los antecedentes criminales de individuos con una anomalía cromosómica denominada síndrome XYY. Los estudios pioneros de Jacobs, Brunton y Melville (1965) mostraron que este tipo de síndrome aparecía con más frecuencia en prisioneros que

en otro tipo de individuos. Sin embargo, los resultados obtenidos por ellos se recibieron con escepticismo y fueron objeto de críticas que cuestionaban que no se hubieran usado grupos de control adecuados, que la mayoría de los delitos violentos hubiera sido cometida por individuos con la combinación cromosómica normal *XY* y que los individuos con síndrome *XYY* que permanecían en prisión no hubieran sido arrestados, de hecho, por ataques contra otras personas, sino más bien por robos sin violencia y robos a casas.

Witkin y colaboradores (1976, citados en Baron y Richardson, 1994) confirmaron posteriormente que los que presentaban un patrón *XYY* mostraban un registro mucho más alto de delitos que los que tenían un patrón *XY*, aunque —también aquí— no necesariamente por delitos violentos. Sin embargo, tras encontrar disfunciones intelectuales en estos individuos, consideraron que éstas daban cuenta, más que nada, de la sobrerrepresentación de individuos *XYY* dentro de los prisioneros y delincuentes sentenciados. En palabras de Baron y Richardson: “De hecho, los *XYY* no participan más a menudo siquiera en conductas delictivas que los *XY*. ¡Simplemente son castigados con más frecuencia por ello!” (1994, p. 251).

En cuanto a la segunda hipótesis, existen muy pocas evidencias que la sustenten. Estudios revisa-

dos por Meyer-Bahlburg (1981), que compararon mujeres con un solo cromosoma X —sujetos XO—, con mujeres que poseían un cromosoma X extra —sujetos XXX—, muestran que en general no se confirma la hipótesis de que las primeras fueran más agresivas que las segundas, pues de hecho eran relativamente no agresivas.

Tampoco se ha comprobado el supuesto de que los hombres XXY sean menos agresivos que los XY. Más que nada, como en el caso de los hombres XYY, los XXY parecen sufrir deficiencias intelectuales que los ponen en riesgo más alto de institucionalización (Theilgaard, 1981, en Baron y Richardson, 1994).

En su revisión de estudios sobre el posible vínculo entre agresión humana y factores biológicos, Turner (1994) plantea que en muchos animales no humanos los genes y las hormonas ejercen efectos claros en la conducta agresiva de los machos. Tales efectos son menos claros en mamíferos altamente sociales como la mayoría de los primates, debido a los factores sociales y experienciales que entran en juego. Por supuesto, la sociedad humana es mucho más compleja que la de cualquier otro primate. En este sentido, atributos exclusivamente humanos, como la cultura y el lenguaje, afectan nuestras conductas (por ejemplo, al justificar algunas formas de agresión y condenar otras), de modo que los factores puramente biológicos cumplirían un papel menos importante.

Las hormonas y la conducta agresiva

El hecho de que se hayan encontrado diferencias consistentes entre los sexos respecto de la conducta agresiva ha llevado a que se considere también a las hormonas como una posible explicación. Baron y Richardson (1994) indican que se ha tratado de estudiar principalmente el efecto que surte la testosterona—hormona 10 veces más alta en hombres que en mujeres— en la agresión. Sin embargo, los resultados son poco concluyentes, sobre todo porque los estudios han incurrido en problemas metodológicos. Los tres tipos más comunes de estudios realizados en este campo son:

1. Los que han comparado los niveles hormonales de delincuentes violentos y no violentos.
2. Los que han buscado relaciones entre la conducta agresiva y la testosterona en poblaciones no delincuentes.
3. Los que han estudiado el efecto de tratamientos (con drogas o cirugía) en el incremento o decremento de las hormonas y su relación con conductas agresivas.

En general, los resultados de los estudios anteriores no apoyan el supuesto de un efecto de las hormonas en la conducta agresiva. En primer término, la testosterona parece influir más específicamente

en otras variables (como las características de personalidad), que a su vez pueden llevar con más probabilidad a que se tengan conductas agresivas.

En segundo lugar, existen problemas para interpretar la dirección causal de esta relación. De hecho, hay evidencias de que puede haber una bidireccionalidad: “participar en actos agresivos puede aumentar los niveles de testosterona y los niveles altos de testosterona pueden incrementar la respuesta agresiva” (Baron y Richardson, 1994, p. 257).

Por último, la influencia de las hormonas en la conducta agresiva es muy baja en comparación, si se considera que los factores sociales tienen un efecto más inmediato y fuerte. Por lo anterior, como sugiere Renfrew (1997), si bien existen evidencias de la relación entre hormonas y agresión, ésta es mucho menos fuerte en los seres humanos que en otras especies.

La conducta agresiva y el cerebro

Las investigaciones han mostrado que estimular ciertas partes del cerebro de animales conduce a la agresión y que estimular otras más la detiene (Karli, 1997).

Sin embargo, generalizar estos hallazgos a los seres humanos ha sido motivo de debate entre los investigadores. Algunos, como Renfrew (1997), consideran que aunque el cerebro humano es más gran-

de y tiene una neocorteza altamente desarrollada, comparte la mayoría de los elementos estructurales fundamentales que se han encontrado vinculados con la agresión en otros animales, por lo que, según él, la generalización es factible.

Otros se muestran bastante más reticentes al respecto, como señala Karli (1997):

las relaciones cerebro-conducta no pueden extrapolarse de ninguna especie animal al hombre en la forma en que uno podría extrapolar acertadamente datos sobre la fisiología del corazón o del hígado, o aun de mecanismos cerebrales elementales, porque el ser humano no puede ser reducido de ninguna forma a su identidad y funcionamiento biológicos. En el transcurso de la vida de un ser humano, emergen progresivamente y coexisten e interactúan en forma cercana las tres facetas de la "trinidad" humana: el hombre es un individuo biológico, un actor social y un sujeto reflexivo y pensante (p. 4).

Estas facetas que dialogan entre sí comparten el mismo cerebro, mediador en tal diálogo.

Baron y Richardson (1994) consideran que existen dos áreas particulares que se han asociado con la agresión. La primera es el sistema límbico que contiene varias estructuras —como la amígdala y el hipotálamo—, que influyen en los impulsos básicos y las emociones, pues se conectan con partes superiores e inferiores del Sistema Nervioso Central. La

segunda es la corteza cerebral, que se asocia con el funcionamiento cognitivo complejo, necesario para el aprendizaje, el juicio y la toma de decisiones.

En cuanto al sistema límbico, las evidencias que asocian su funcionamiento y la conducta agresiva han derivado de dos fuentes: las lesiones de la amígdala en pacientes con epilepsia, que pueden conducir a una disminución de los estallidos violentos; y la investigación en neurotransmisores (responsables de transmitir información entre la corteza y varias estructuras límbicas) (Baron y Richardson, 1994).

Aunque en general no se ha encontrado que los trastornos epilépticos se asocien comúnmente con aumentos de la agresión, en algunos casos las personas con epilepsias del lóbulo temporal exhiben incrementos en la agresión, típicamente en los intervalos entre los que ocurren los ataques (Renfrew, 1997). Renfrew (1997) señala, por su parte, que la investigación en neurotransmisores ha mostrado que los que más intervienen en la agresión son la acetilcolina (Ach), la norepinefrina (NE) y la serotonina (5-HT). Por lo regular, los dos primeros se han asociado con el incremento de la agresión, en tanto que la serotonina se ha vinculado con su decremento.

Algunos reportes han encontrado efectos de interacción entre varias drogas y otros neurotransmisores asociados con el control de la agresión. Sin embargo, este control de la agresión con drogas se presenta sólo en situaciones limitadas: en una sola

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

especie animal, o en una situación de estímulo específica o con un tipo de agresión, existiendo además problemas en cuanto al tipo y frecuencia de las dosis que provocan dichos efectos.

Las drogas en las que más se han observado efectos en la agresión, aun cuando no se hayan desarrollado con ese fin, son los tranquilizantes mayores, que incluyen a los antipsicóticos o neurolépticos, los tranquilizantes menores, incluyendo a las benzodiazepinas, los psicoestimulantes, como las anfetaminas y el Ritalin, las sales de litio y los anticonvulsivos.

Por otro lado, aunque los resultados son inconsistentes, se ha reportado que ciertas drogas de uso no médico influyen en la agresión. Algunas pueden disminuirla, en tanto que otras pueden aumentarla o reducirla, si bien la mayoría presenta, al parecer, probabilidades de incrementarla. Entre ellas se cuentan el alcohol, las anfetaminas, la cocaína, la cafeína, la nicotina, la marihuana, los esteroides anabólicos, el ácido lisérgico (LSD), la feniciclidina (PCP) y diversos inhalables (Renfrew, 1997).

En cuanto a la corteza —asociada con el aprendizaje social, las consecuencias anticipadas y la elección de respuestas—, se ha encontrado que es probable que las lesiones de la neocorteza frontal —parte asociada con la recepción e interpretación de información sensorial externa— se relacionen con la agresión impulsiva y la irritabilidad. La evidencia deriva principalmente de mediciones indirectas de

la disfunción o el daño cerebral por medio de pruebas neuropsicológicas, que han reportado problemas de control de agresión en personas con disfunciones o daños cerebrales (Baron y Richardson, 1994).

Sin embargo en otros estudios, como el de Volkow y Tancredi (1987), se han examinado las características cerebrales de individuos con historias de extrema violencia mediante la Tomografía por Emisión de Positrones. Aunque no se encontraron lesiones específicas, sí se detectaron ciertos defectos generales en las funciones cerebrales.

En vista de lo anterior, aun cuando es necesario reconocer el papel fundamental que cumplen los aspectos biológicos en las conductas agresivas, según Young, Brasic, Sheitman y Studnick (1994) no es posible aplicar conceptos biológicos simples. "No hay un centro cerebral, hormona o sustancia química única que controle las actividades del cerebro durante la conducta agresiva" (p. 14). Tan es así que, por ejemplo, la búsqueda de una región cerebral que influya en la agresión ha revelado que la agresión humana se asocia con lesiones en el hipotálamo, el complejo amigdalóide, otras porciones del sistema límbico, la corteza prefrontal y otras partes del cerebro.

Asimismo, otros estudios, realizados en animales, muestran posibles influencias en la conducta agresiva de un amplio abanico de neurotransmisores.

res y hormonas. Si bien la investigación sugiere que algunas drogas pueden mediatizar las conductas agresivas, en un sentido psicofarmacológico, los medicamentos útiles se caracterizan por su diversidad, que va de los antipsicóticos a los sedantes.

Lo anterior vuelve a confirmar las dificultades existentes para hablar de una teoría única sobre la agresión y la violencia humanas. A continuación abordaremos las teorías que tratan la violencia como resultado de tendencias instintivas, las que la consideran más bien como producto de una excitación externa o de ciertos procesos emocionales y cognitivos, y las que se centran en las condiciones sociales y el aprendizaje. Cabe aclarar que no se revisarán todas las teorías, sino sólo algunas de las más representativas para aportar un panorama general.

LA AGRESIÓN COMO CONDUCTA INSTINTIVA

Existe una serie de teorías que han planteado que la agresión es una manifestación innata al ser humano, es decir, que estamos de alguna forma “determinados” para ser agresivos. Según Baron y Richardson (1994), este tipo de teorías se puede dividir en dos grandes grupos: el enfoque psicoanalítico y las perspectivas evolucionistas.

El psicoanálisis

Sería absurdo retomar en unos cuantos párrafos la riqueza de la aportación psicoanalítica para la comprensión de la violencia, tanto en lo que se refiere a lo escrito por el propio Freud en diferentes obras, como a sus seguidores. De modo que, a riesgo de pecar de sobresimplificación, mencionaremos nada más algunos elementos básicos del enfoque psicoanalítico.

Montagne (1994) señala que Freud ofreció una explicación reactiva y otra innata o instintiva sobre las raíces de la agresión.

La agresión reactiva implica la respuesta del sujeto a una sensación de frustración; sin embargo, dicha agresión tiende a fusionarse con impulsos amorosos y libidinales. “La libido, en cuanto energía psíquica ligada a la pulsión de vida, neutraliza las cargas tanáticas y destructivas” (Montagne, p. 156). Esta “agresión reactiva” es indispensable para la sobrevivencia. Y es precisamente la fusión y, por tanto, la sublimación de la agresión lo que da origen a la cultura y a la civilización.

Sin embargo, la fusión también puede ser deficiente, de modo que los impulsos agresivos *pueden convertirse* en una tendencia destructiva hacia los otros o hacia uno mismo.

Después de vivir la primera Guerra Mundial, Freud elevó el constructo de agresión a un impulso instin-

tivo básico. Es decir, planteó que no toda agresión es producto de la frustración, sino que existe una agresión innata. El ser humano posee entre sus instintos una gran cantidad de agresividad que, si bien se puede canalizar creativamente, es motor también de la tendencia destructiva hacia los demás y, en particular, hacia uno mismo en forma de un deseo de muerte. Como se sabe, Freud denominó Tanatos al instinto agresivo y Eros a los impulsos libidinales.

Sin embargo, es difícil definir y separar a la pulsión agresiva de la pulsión de muerte y de la destructiva. Para Freud, la pulsión agresiva designa a las pulsiones de muerte dirigidas hacia el exterior. El fin de la pulsión agresiva es la destrucción del objeto. La pulsión destructiva por su parte, designa a las pulsiones de muerte desde una perspectiva más cercana a la experiencia biológica y psicológica. Las pulsiones de muerte en la teoría freudiana, designan una categoría fundamental de pulsiones, que se contraponen a las pulsiones de vida, y que tienden a la reducción completa de las tensiones, es decir, a devolver al ser vivo al estado inorgánico. Las pulsiones de muerte se dirigen primeramente hacia el interior y tienden a la autodestrucción; secundariamente se dirigirían hacia el exterior manifestándose entonces en forma de pulsión agresiva o destructiva (Laplanche y Pontalis, 1983).

Los instintos de vida y de muerte y sus derivados pueden fusionarse entre sí, neutralizarse o alternar-

se recíprocamente. La combinación de impulsos agresivos y libidinales ha permitido al psicoanálisis explicar muchos fenómenos “que van desde los conflictos edípicos, al humor, la paranoia y la guerra” (Feshbach, 1997, p. 215). De modo que, a pesar de las muchas críticas que ha recibido, los psicoanalistas y una gran cantidad de científicos sociales se han valido del psicoanálisis para comprender o explicar manifestaciones de violencia interpersonal y colectiva.

Las perspectivas evolucionistas

Entre las perspectivas evolucionistas destacan el enfoque etológico de Lorenz y las teorías de corte sociobiológico.

La etología

Con la etología, Lorenz (1966) plantea que las especies animales y humana sobreviven gracias a un instinto agresivo que les sirve para proteger sus territorios y a sus crías, y que asegura que sólo sobrevivan los individuos más fuertes.

Así, el instinto innato de ataque, desarrollado durante el curso de la evolución, cumple tres funciones: dispersar a los miembros de la especie sobre áreas geográficas más amplias para asegurar la utilización máxima de los recursos alimenticios disponi-

bles; fortalecer genéticamente a la especie, pues sólo sobreviven los más fuertes, y proteger mejor y asegurar la sobrevivencia de la prole.

Como Freud, Lorenz considera que la agresión es inevitable, pero establece que se puede disminuir o controlar por medio de la realización de una serie de agresiones pequeñas, que eviten la acumulación de energía en un nivel peligroso.

Como se observa, en este tipo de perspectivas se presupone que

la energía agresiva debe ser liberada o, de otra manera, la persona que contiene esa energía explotaría como un tanque. Cuando una persona manifiesta un comportamiento agresivo, se siente aliviada, proceso al que se ha denominado "catarsis". Debido a que muy frecuentemente no se permite la conducta agresiva, la gente "desplazará" su energía agresiva o la sublimará (DeRidder, 1991, p. 81).

LA AGRESIÓN COMO IMPULSO PROVOCADO

Hipótesis de frustración-agresión

Esta teoría, propuesta originalmente por Dollard (1939), sugiere que condiciones como la frustración generan un fuerte deseo de dañar a otros, lo que puede llevar a ejecutar actos agresivos. Según esta teoría, la frustración se define como

el bloqueo de una actividad dirigida hacia alguna meta [...] Cuando la frustración es más intensa, más frecuente, o cuando el individuo está cerca de su meta, aumenta la probabilidad de la ocurrencia del comportamiento agresivo (DeRidder, 1991, p. 82).

Sin embargo, el supuesto de que la instigación a la agresión es consecuencia inevitable de la frustración ha recibido muchas críticas. Feshbach (1997) comenta al respecto que la frustración puede llevar a ejercer otras conductas diferentes a una respuesta agresiva, como la evitación, la depresión o la evitación de problemas. Por ello, considera que sería más útil delimitar en qué condiciones aparece la agresión, de haber existido previamente frustración.

Berkowitz (1989), quien ha revisado y aclarado esta teoría, plantea al respecto que a veces la frustración produce agresión en virtud de una relación básica entre el afecto negativo y la conducta agresiva. Lo anterior ayuda a explicar por qué la frustración inesperada y la que se percibe como ilegítima o injustificada producen más agresión que la esperada o legítima: la primera genera más afecto negativo. En otras palabras, habrá mayor frustración si una meta era particularmente deseable, si estábamos cerca y la esperábamos, si apareció una barrera inesperadamente y nos parece injusta, y si “tomamos las cosas personalmente” (Berkowitz, 1989).

Así, pues, la frustración es un estímulo aversivo

entre varios otros —como la provocación o ciertas condiciones medio ambientales—, que puede instigar, aunque no *obligatoriamente*, reacciones agresivas al actuar como generador de cierta disposición a la agresión (Berkowitz, 1969). Berkowitz plantea lo anterior en su teoría de las señales agresivas, la cual, al igual que la propuesta original de Dollard, considera que la agresión se puede reducir si se ejecutan conductas agresivas menores, de modo que se realice una “catarsis” y disminuya la tensión.

PROCESOS EMOCIONALES Y COGNITIVOS EN LA AGRESIÓN

Aunque no es este el lugar para abordarlas en detalle, existen otras teorías (Anderson, Anderson y Deuser, 1995; Berkowitz, 1989, 1997; Huessman, 1988), según las cuales los factores cognitivos desempeñan un papel crucial en determinar la manifestación de una reacción agresiva. Aun cuando éstas presentan variaciones, según Baron y Byrne (1996) se pueden caracterizar de acuerdo con tres factores predominantes.

El primer factor lo constituyen los “guiones” (*scripts*), los cuales funcionan como una especie de “programas” cognitivos que se aplican a diferentes situaciones u objetos. Incluyen actitudes y respuestas implícitas al cuándo y por qué ocurren dichos

sucesos; en otras palabras, actúan como evaluaciones y atribuciones que buscan explicarlos. Los guiones pueden ser individuales o compartidos por un grupo, denominándose en este último caso “guiones culturales” (Markus y Kitayama, 1994).

El segundo factor son las “evaluaciones” (*appraisals*), cuya definición, según Frijda y Mesquita (1994), alude

a procesos que ocurren durante encuentros reales con hechos específicos y que se relacionan con la selección de (o con expectativas de) ciertos rasgos concretos en la interacción con ese hecho en particular (p. 55).

Tales procesos evaluativos y cognitivos implican reconocer e interpretar el suceso en sus diferentes aspectos: desde el placer o dolor que evoca hasta la intencionalidad de quien lo ha producido.

El tercer y último factor son los estados de ánimo vigentes, los cuales pueden tener efectos notorios en el desarrollo de los procesos cognitivos señalados, al aumentar la probabilidad de que se realice una conducta agresiva.

Estas teorías sugieren pues, que la conducta es producto de un complejo interjuego entre los estados de ánimo y las experiencias, los pensamientos y los recuerdos que los provocan y las evaluaciones cognitivas que se hacen de la situación actual.

Con su modelo cognitivo neosociacionista, Ber-

kowitz (1989, 1997) ha tratado de explicar, por ejemplo, qué puede suceder cuando al estar ocurriendo una agresión instrumental (como por un robo), ocurre algo que de repente parece intensificar la urgencia de agredir, y produce un estallido de violencia. Aunque plantea una serie de factores para explicar lo anterior, el autor (Berkowitz, 1997) se ha centrado en dos que considera muy importantes: las condiciones displacenteras que generan afecto negativo intenso, y la observación de objetos y/o hechos con significados negativos.

Junto con otras, las influencias anteriores pueden intensificar, o activar, cualquier agresión existente en un momento dado, lo que explicaría por qué un blanco disponible puede sufrir un ataque mucho más serio de lo originalmente planeado. El dolor y el asco; los olores desagradables y ciertas temperaturas, y el desempleo y la pobreza se cuentan entre las condiciones displacenteras que pueden generar afecto negativo, que puede provocar ira, la que a su vez aumenta la posibilidad de recurrir a la agresión.

Todas las situaciones anteriores pueden generar mucho displacer. Según estudios con animales y humanos en laboratorio, el displacer tiende a activar una urgencia temporal de atacar un blanco disponible, de modo que, a mayor cantidad de experiencias aversivas, aumenta la rapidez para reaccionar agresivamente ante un estímulo asociado con la agresión. Entre los estímulos que pueden incremen-

tar la intensidad de la agresión que estaría dispuesta a emplear una persona —y que sólo mencionaremos sin profundizar—, se incluyen las escenas violentas y las armas. Este tipo de objetos son factores esenciales en la activación de pensamientos, sentimientos y tendencias motoras que guardan una relación semántica.

En resumen, el planteamiento de Berkowitz sugiere que es más probable que nos volvamos agresivos cuando suponemos que una situación determinada ha sido realizada en forma deliberada por la persona. Semejante suposición puede generar ira y despertar, en consecuencia, el deseo de agredir. En condiciones displacenteras, este tipo de evaluaciones aumenta la probabilidad de que alguien interprete las intenciones de los demás como hostiles.

LA AGRESIÓN COMO CONDUCTA APRENDIDA

Aprendizaje social

Para Bandura (1961, 1973), los actos agresivos específicos y las estrategias agresivas más generales se adquieren fundamentalmente por experiencia directa o por la observación de las acciones de otros (familia, subcultura, modelos simbólicos como los de la televisión).

Sin embargo, se pueden aprender conductas agre-

sivas que no necesariamente se exteriorizan, a menos que algo las instigue. Los instigadores de agresión se pueden adquirir por el aprendizaje pasado (quiénes son blancos de agresión apropiados, qué acciones la justifican, etc.), y pueden ser de varios tipos, que van de los insultos y las amenazas a la excitación emocional y la frustración, entre otros. No obstante, la respuesta agresiva tenderá a verificarse si el individuo percibe que ésta será exitosa o apropiada.

Una vez que se presenta la agresión, ciertas condiciones pueden asegurar su continuación, tanto en forma de reforzadores positivos —como el dinero o la posición social—, o negativos —como estrategias para evitar algún daño—. Existen, asimismo, condiciones que pueden estar presentes en forma vicaria, es decir, aquellas en que la persona es testigo de que otros son reforzados por su agresión, de modo que esperará que consigo ocurra lo mismo. Hay, además, condiciones que se mantienen por medio del autorreforzamiento o autoelogio, esto es, por la satisfacción de haber cometido un acto agresivo.

En síntesis, la perspectiva de aprendizaje social sugiere que el hecho de que una persona específica agrede en una situación dada depende de una gran variedad de factores, que incluyen la experiencia pasada de la persona, los reforzamientos (recompensas) que ha asociado con la agresión y muchas otras variables que moldean los pensamientos y las

percepciones de la persona respecto de lo apropiado y de los efectos potenciales de tal conducta (Baron y Byrne, 1996, p. 397).

TRANSMISIÓN INTERGENERACIONAL DE LA VIOLENCIA

Una hipótesis que se considera importante para explicar la violencia es la denominada “transmisión intergeneracional de la violencia”. De acuerdo con ella, los menores que han sido víctimas o testigos de violencia intrafamiliar tenderán a reproducir tal conducta en la edad adulta, sea como agresores o víctimas.

Como vimos antes, algunas de las explicaciones dadas a esta posible asociación son los componentes biológicos y genéticos que pueden estar implicados (DiLalla y Gottesman, 1991). Otras explicaciones se centran en teorías psicosociales como el aprendizaje social, en que la familia se plantea como modelo básico para aprender conductas agresivas y aceptarlas como una expresión “normal” dentro de las familias (Bandura, 1973; Feshbach, 1980).

Algunos autores consideran que este tipo de explicaciones es demasiado simplista, puesto que prácticamente pierde de vista otros factores que podrían suavizar o acentuar el impacto de la violencia sufrida o experimentada en la infancia. Más que nada, se les critica por su escaso sustento empírico, que se refle-

ja en problemas como falta de especificidad en la definición de variables independientes (abuso físico o sexual, negligencia, maltrato psicológico, etc.) y dependientes (delincuencia, conducta violenta, homicidio, etc.), sesgos retrospectivos para recordar información, problemas de deseabilidad social, falta de control de variables de confusión, etc. (véase Widom, 1989, 1991).

Sin embargo, con todo y las críticas —bien fundamentadas, por cierto— que se pueden hacer a esta hipótesis, aún falta mucha investigación que realizar al respecto. En vez de desechar la propuesta debemos tratar de determinar qué condiciones facilitan o protegen que, quienes han sobrevivido a experiencias de violencia intrafamiliar en edades tempranas, no necesariamente se conviertan en futuros agresores o futuras víctimas.

DIFERENCIAS EN LA AGRESIÓN Y LA VIOLENCIA DE HOMBRES Y MUJERES

Es innegable que la violencia masculina es más frecuente que la femenina. El hecho se ha documentado en muchos países en estadísticas de homicidio y delictivas, en reportes de actos violentos efectuados en público y de actos graves de violencia doméstica, así como en el uso de violencia por parte de grupos organizados, sea la policía, el ejército o aquellos que funcionan al margen del Estado. Por lo mismo, los

hombres tienden a ejercer mayor violencia contra otros hombres, contra las mujeres y contra los niños. Asimismo, son hombres los responsables principales de la violencia sexual.

Sin embargo, si de lo que se habla es de agresión —como pueden ser reacciones a provocaciones menores, autoevaluaciones de sentimientos hostiles y abuso verbal—, al parecer existe un mayor equilibrio entre ambos sexos (Archer, 1994). Según los resultados de un metanálisis de los estudios sobre el tema, si bien los hombres son más agresivos que las mujeres, lo son de manera más pronunciada cuando se trata de agresión física comparada con la psicológica (Eagly, 1987).

Por lo anterior, como comenta Archer (1994), es necesario

reconocer que las mujeres son bastante capaces de agredir e incluso de ser violentas en algunos casos. No obstante, esto último no es razón para dejar de centrar la atención en el mayor problema social que implica la violencia masculina, sin confundir agresión con violencia o puntualizar en casos relativamente inusuales —si bien demasiado divulgados por los medios— de esposas seriamente violentas, de abuso sexual de menores por parte de mujeres o de asesinas en serie (p. 4).

Dados estos antecedentes, se ha tratado de explicar de diversas maneras las diferencias entre hombres y mujeres en el ejercicio de la violencia. Entre

estas explicaciones se incluyen las relacionadas con la actividad de ciertas partes del cerebro y las de corte genético (Nicholson, 1984). Como ya se mencionó, algunas de estas explicaciones han sido muy cuestionadas, sobre todo en cuanto al debate relativo a la generalización de resultados con animales a seres humanos y la dificultad de controlar variables ambientales en la investigación con estos últimos (Baron y Richardson, 1994).

Otras tratan de subrayar la influencia de factores culturales y sociales, e incluyen dos grandes vertientes. La primera deriva de la psicología social y se conoce como “teoría de los roles sociales”. La segunda está más cercana a la sociología y a disciplinas hermanas, y se centra en la construcción social de los géneros.

Así, la primera vertiente (Eagly, 1987) sugiere que las diferencias en la violencia en mujeres y hombres se asocian con los denominados roles sociales, principalmente con los roles de género. Estos últimos se relacionan, a su vez, con las expectativas que asigna una cultura al significado de conducta y a las características apropiadas que debe reunir un individuo de acuerdo con un género identificado socialmente. De alguna forma, las expectativas anteriores son normativas, pues describen cualidades que se consideran deseables para cada sexo.

Los estudios sobre el tema muestran que las mujeres tienden a ser percibidas como poseedoras de

cualidades como la preocupación por otros antes que por ellas, en tanto que a los hombres se les asocia más con una independencia de otras personas y con la autoafirmación.

Eagly encuentra que, en general, difieren las creencias de los hombres y las mujeres respecto de las consecuencias de la agresión, y que la variabilidad en la magnitud de las diferencias en estas consecuencias percibidas explica la variabilidad en las diferencias entre sexos en la agresión. En palabras de Eagly, “esta hipótesis presume que la agresión está controlada cognitivamente en términos de consecuencias esperadas” (p. 92). Así, las mujeres tenderán a percibir los actos agresivos con más ansiedad y culpa que los hombres y mostrarán mayor temor de sufrir un daño personal por el uso de agresión.

La conclusión principal de esta tendencia es que las diferencias en las creencias constituyen un mediador sumamente importante en las diferencias entre sexos en la conducta agresiva.

La segunda vertiente, denominada “perspectiva de género”, que derivó del feminismo (véase Lagarde, 1996), trata de abordar las diferencias entre hombres y mujeres no nada más en términos de las expectativas y los estereotipos asignados a uno y otro sexos. La perspectiva de género va más allá y plantea que, a diferencia de la categoría “sexo” —más cercana a la biología—, el género alude a una construcción simbólica que contiene el conjunto de atributos que,

si bien se asignan a las *personas a partir del sexo*, socialmente se consideran como “atributos de la naturaleza”. Esta categoría permite analizar la condición femenina y la masculina no como situaciones universales y ahistóricas, sino como pertenecientes a sujetos históricos y sociales concretos.

Por lo anterior, la perspectiva se propone “desnaturalizar” tales atributos y denuncia, entre otros aspectos, la desigual valoración que se da a éstos, lo que ayuda a perpetuar la desigualdad existente entre géneros. En relación con los hombres, las mujeres ocupan una posición de vulnerabilidad que estructura las interacciones entre géneros e intragénero, y prácticamente toda la vida social, con base en una masculinidad construida socialmente como activa y agresiva, y una feminidad, receptiva y pasiva (Kelly, 1988; Radford, 1992).

Por supuesto, la relativa falta de poder de las mujeres también las vuelve vulnerables a muchas formas de explotación, que abarcan de la violencia física y sexual al asesinato (Desjarlais, Eisenberg, Good y Kleinman, 1995). Por su parte, la construcción social de la masculinidad, al estar estrechamente ligada a supuestos de poder, está en consecuencia muy asociada con la agresión y la violencia (Alder, 1992). En esta clase de violencia, los hombres no son nada más agresores, sino también víctimas frecuentes.

Sin embargo, no se debe caer en la utilización de

construcciones estereotipadas de la masculinidad, la feminidad o la violencia misma. Existen diversas masculinidades y feminidades (si se consideran categorías como la edad, la raza, la etnia, la clase social, las experiencias pasadas, etc.) y también construcciones variadas sobre la violencia, de las cuales algunas formas se consideran legítimas y otras ilegítimas.

ACEPTACIÓN Y LEGITIMACIÓN DE LA VIOLENCIA

La violencia es una manifestación tan compleja que no está conformada nada más por los hechos concretos que la expresan. La violencia, como uso excesivo de la fuerza, es también un objeto que se evalúa e interpreta en un marco social, y estos elementos forman parte también de sus orígenes y de su mantenimiento en la sociedad.

Alder (1992) plantea que en general la violencia se acepta, normaliza y legitima en ciertas formas. Como planteamos al inicio, entre estas formas destacan la violencia institucional, la social y la cultural (Van Soest, 1997), las cuales con frecuencia ni siquiera se reconocen como tales (por ejemplo, el castigo corporal en las escuelas, el racismo, la pena de muerte, la guerra, etcétera).

Para autoras como Santa Bárbara (1994), una vez que la violencia se vuelve una actividad organizada, cobra importancia la necesidad de aprobación y con-

firmación del grupo en cuanto al valor de dominar a otros. En las formas más organizadas de violencia, el perpetrador individual puede actuar animado por una obediencia aprendida de las figuras de autoridad, las cuales están motivadas por la avaricia o el deseo de dominar. El entrenamiento que requieren estas formas organizadas es cuidadoso y deliberado. En general implica la inducción de una obediencia ideológica y conductual, y puede incluir la deshumanización del “enemigo” y la negación de la realidad del sufrimiento infligido.

De este modo, los valores subyacentes a la violencia son la dominación, el uso de cualquier medio para lograr los fines propios y la deshumanización, todo lo cual contribuye a la espiral maligna de violencia (la única respuesta a la violencia es más violencia). Se ha hipotetizado que el grado en que se legitima la violencia “oculta” en una sociedad, afecta la incidencia de la violencia no legitimada o delito violento.

Archer y Gartner (1984; citados en Alder, 1992) trataron de probar el “modelo de legitimación de la violencia”. Éste sugería que la aprobación social de matar o la legitimación de la violencia en tiempos de guerra producía una reducción duradera de las inhibiciones para acabar con una vida humana. Su estudio comprobó la hipótesis: después de la guerra, las naciones combatientes mostraron aumentos

sustancialmente mayores en sus tasas de homicidio que las naciones no combatientes.

Por supuesto, aunque tales resultados pueden tener otras explicaciones asociadas a variables que podrían haber cumplido un efecto mediatizador, quedan como una propuesta interesante digna de reflexión.

Lolas (1991), por su parte, aporta algunas explicaciones sobre los procesos subyacentes a las formas de violencia individual y colectiva, que posibilitan su justificación y que, por ende, permiten, en muchos casos, cohesionar a diferentes grupos. El primer proceso es la categorización, el cual agrupa, clasifica y establece similitudes, siendo la base de la construcción de la identidad propia y ajena. El segundo es la discriminación, que distingue y separa, siendo por tanto el posibilitador de la violencia, pues permite, por ejemplo, deshumanizar al contrincante.

Según el autor, los conflictos entre personas o grupos surgen a raíz de ambos procesos —aproximación y alejamiento—, porque se construye ese “otro” que tanto se nos parece, pero que es diferente. Asimismo, plantea que la violencia puede ser buena o mala para el grupo, según cohesiono o disgregue. Entre las justificaciones utilizadas para recurrir a la violencia, Lolas sugiere las siguientes:

Quienes poseen y ejercen el poder, justifican la violencia por el principio del orden, esto es, por

la necesidad de preservarlo. Este orden, por cierto, puede ser legal, pero no necesariamente legítimo. Para los grupos dominados, las minorías contestatarias, la violencia se justifica por la justicia. Por su parte, para las mayorías silenciosas, la violencia es deplorable y así se inclinan a uno u otro lados por un sentimiento de miedo. De este modo, a veces aceptan la violencia institucional que las protege y en otras, la violencia contestataria que de alguna forma refleja algunas de sus demandas.

Así, además de la justificación que se da a la violencia, si ésta se legitima se convierte en una forma convencional y aceptada, que permite, en consecuencia, la cohesión. Cuando alguien pone en práctica la violencia a fin de infligir daño, ésta se desarticula y revierte al caos.

POBREZA Y DESIGUALDAD COMO DETERMINANTES DE LA VIOLENCIA

Es un hecho aceptado en la actualidad que la pobreza y, más allá de ésta, la inequitativa distribución de la riqueza, son factores muy relacionados con la violencia. Como son muchas las explicaciones que se dan a esta asociación, acotaremos sólo un par de ellas, sobre todo para darle la importancia que merece a este punto que, en definitiva, no se puede

pasar por alto al analizar problemas de violencia interpersonal, institucional y social.

Algunos autores señalan que es necesario observar la violencia en la relación que guarda con la pobreza y la desigualdad, sin olvidar en absoluto la situación política imperante en una sociedad. De hecho, al referirse a la situación de las Américas, Camacho (1994) habla de una triple configuración: democracia, economía y violencia, y menciona los esfuerzos realizados en la región para construir una democracia política. Sin embargo, enfatiza que este proceso ha sido inconsistente

en la medida en que los cambios políticos se dan paralelamente con la persistente exclusión de grandes sectores de la población de los beneficios del desarrollo económico, y con la vigencia de tradiciones autoritarias tanto en la esfera política como en otros ámbitos de la sociedad civil (p. 1).

El autor menciona, asimismo, el notorio aumento de la inequidad en la región en la década pasada: más desigualdad en la distribución del ingreso, deterioro de la estructura del empleo y reducción del gasto público social. Todo ello ocurrió en el contexto de altas tasas de inflación, reducción en la prestación de servicios básicos, deterioro del ingreso *per capita* y merma del salario mínimo. Por tanto, plantea que es necesario satisfacer las demandas de la población en todos estos puntos a fin de evitar ma-

yor inestabilidad y mayor violencia política. Asimismo, considera urgente que no se frene el desarrollo del proceso democrático, que en mucho ha sido puesto en marcha más por presiones externas que por la gestión de las fuerzas políticas y sociales de los países en cuestión.

Camacho analiza la forma en que han aumentado, en casi todos los países de la región, las tasas de homicidio, violencia que “expresa la subsistencia de rasgos autoritarios y excluyentes en instituciones básicas [...]” (p. 6). Esta violencia, junto con problemas como las violaciones a los derechos humanos, el narcotráfico y las protestas masivas contra las políticas económicas, refleja la fragilidad de la democracia.

En una línea cercana, aunque con características particulares, también se ha establecido que la pobreza es en sí una forma de violencia. Este enfoque señala que las condiciones que propician la violencia se relacionan también con otras expresiones de ella, de modo que configura un ciclo muy difícil de romper (Van Soest, 1997). Al proponer que la violencia puede ser individual, institucional o social y cultural, esta autora señala tres tipos de expresiones que pueden ocurrir en cualquiera de los niveles siguientes:

1. Por omisión, esto es, por no brindar ayuda a alguien que lo necesite.

2. Por represión o violación/infracciones a los derechos sociales, civiles, políticos y económicos.
3. Por alienación o privación de los derechos para el desarrollo emocional, cultural e intelectual.

De esta forma, la pobreza se puede comprender como violencia si se consideran las consecuencias que genera en quienes la sufren. En este sentido se asocia con daños graves a la salud y al bienestar general: malnutrición y desnutrición, deficiencias en el desarrollo físico y mental, muerte materna y muerte infantil, enfermedades de todo tipo, estrés, deserción y fracaso escolares, ambientes caracterizados por delitos violentos, etcétera.

Asimismo, la pobreza se caracteriza por los tres tipos de expresiones de violencia —omisión, represión y alienación— y se manifiesta en los niveles individual, institucional y social-cultural. Así, la pobreza como violencia por omisión implica, por ejemplo, no prestar ayuda a personas necesitadas o en peligro, o no brindar acceso a demandas esenciales como alimentación, vivienda, salud y educación a quienes viven en condiciones de pobreza. Por su parte, la pobreza como violencia por represión implica, por ejemplo, que se prive a las personas de los derechos mencionados, como pueden ser las desigualdades de trato en el sistema de justicia entre pobres y ricos o, las dificultades de participación política. Por último, la pobreza como violencia por

alienación se relaciona con la privación de los derechos para el desarrollo emocional e intelectual, como la falta de oportunidades en el sistema escolar y el alto grado de fracaso y deserción escolares.

Según Van Soest, esta situación genera un ciclo de violencia en el sentido de que, al tener como contexto la pobreza, la discriminación y la inequidad, las manifestaciones individuales que parecen más irracionales, como la violación, la violencia doméstica o el homicidio, representan una contraviolencia dirigida a las condiciones y prácticas sociales opresivas. Dicho de otro modo, la pobreza por sí sola no es la causa de tales formas de violencia, sino su ocurrencia aunada a una situación de inequidad y de falta de recursos. Sin embargo, dado que la violencia estructural no se reconoce como tal, a menudo las manifestaciones de violencia individual se tratan de resolver con un aumento de la violencia represiva institucional, por lo que el ciclo sigue indefinidamente. La solución parece estar, entonces, en romper el ciclo, sobre todo desde las condiciones estructurales que lo generan.

COMENTARIO FINAL

Sólo resta volver a plantear, como al principio, la amplitud de factores y circunstancias que influyen en la violencia. Sin embargo, parece claro que la

interacción de elementos y procesos genéticos, hormonales y cerebrales con el aprendizaje social, con los procesos cognitivos y emocionales, y con la construcción de las identidades de género es precisamente lo que hace difícil explicarla, pero a la vez la determina como una expresión netamente humana.

Por otro lado, hemos visto cómo, para comprender las formas de violencia individuales y colectivas, se proponen complejos mecanismos psicosociales que la justifican y legitiman, y se enfatiza la relevancia de las estructuras económicas, políticas y sociales.

Por supuesto, como hemos señalado, hemos dejado de lado, o tocado apenas, muchos otros aspectos considerados importantes por teóricos e investigadores de diferentes disciplinas. Tales aspectos abarcan desde determinantes personales —como rasgos de personalidad, sesgos atribucionales hostiles y patrones de conducta—, pasando por factores externos —como el clima y el hacinamiento—, hasta determinantes sociales como los medios de comunicación masiva.

A reserva de la posición que cada persona sostenga respecto de los orígenes de la violencia, pensamos que el riesgo mayor radica en considerar uno solo de estos elementos como determinante único. En nuestra postura, resulta muy riesgoso abordar la violencia humana en la misma forma que la agresión en otras especies, despojándola de su contenido social y, por tanto, humano. Es importante tomar res-

ponsabilidad de nuestros éxitos y nuestros fracasos como humanidad. Enfrentar el problema con esta actitud nos ayudará a crear un futuro con más alternativas frente a un determinismo que deja pocas salidas ante la violencia que nos aqueja.

En este tenor, cerraremos el capítulo con el último párrafo de la “Declaración de la Violencia”, propuesta por Santiago Genovés en 1986 (1993), y firmada por científicos de diferentes disciplinas:

Afirmamos que la biología no condena a la humanidad a hacer la guerra, y que la humanidad se podría librar de la esclavitud del pesimismo biológico y tener la confianza necesaria para realizar las tareas de transformación que se necesitan [...] A pesar de que estas tareas son principalmente de índole institucional y colectiva, también descansan en la conciencia de los participantes individuales para quienes el pesimismo y el optimismo son factores cruciales. Así como la “guerra se inicia en la mente humana”, también la paz se origina en nuestras mentes. La misma especie que inventó la guerra tiene capacidad para inventar la paz. La responsabilidad está en cada uno de nosotros.

II. LA COMUNICACIÓN MASIVA Y SUS MEDIOS

Los sujetos en la sociedad de masas son vulnerables a la influencia de los medios porque sólo a través de ellos pueden asir el mundo objetivo. Los hombres desean vivir más allá de su campo inmediato y restringido de relaciones directas, y solamente lo logran viviendo el mundo creado por los medios.

C. W. MILLS, *La élite del poder*

La construcción de nuestra imagen del mundo se realiza cada vez más a través de los medios, que a su vez proporcionan una imagen del mundo. No es aventurado afirmar que muchos acontecimientos (sociales, políticos, económicos, deportivos, etc.) parecen “no existir”, en términos de la poca importancia y trascendencia que parecen tener, si no se informa sobre ellos en los medios; en sentido inverso, acontecimientos de suyo intrascendentes a nivel social, adquieren relevancia desmedida a partir de ser *construidos* por los medios.

CHRISTIAN DOELKER, *La realidad manipulada*

LOS MEDIOS de comunicación masiva constituyen un elemento fundamental y característico de la sociedad moderna. En términos generales, la expresión se refiere a aquellos instrumentos por medio de los cuales determinada información llega a grupos más o menos numerosos de sujetos. Asimismo, bajo esta denominación se hace referencia a los sistemas dentro de los cuales se producen, seleccionan, transmiten, reciben y responden los mensajes.

A lo largo de su aún breve historia, se les ha nombrado indistintamente medios masivos de comunicación, medios de comunicación social, medios masivos de información y medios de difusión masiva, entre otras denominaciones. El Centro Internacional de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina, fundado en 1960, por iniciativa de la UNESCO y la OEA, que funge como encargado de implantar, promover y organizar la nueva ciencia de la comunicación colectiva en la región, establece una terminología en español, basada en la estadounidense, en la que se refiere a la *mass communication* como “comunicación colectiva” (CIESPAL, 1969). Para fines prácticos, se suele hacer referencia a ellos, en términos genéricos, como los “medios”. Los más importantes en la actualidad son la prensa, el cine, la radio y la televisión.

A partir de su surgimiento, se han desarrollado diversas definiciones de los medios de comunicación masiva, definiciones con mayor o menor grado de

complejidad y adecuadas a los niveles de desarrollo que han alcanzado tales medios en cada etapa. Alrededor de los años cincuenta, cuando empezó a despertar el interés en este tipo de medios, se les caracterizó de modo comparativo, destacando las similitudes y diferencias de la comunicación masiva en relación con la interpersonal o directa.

Para desarrollar adecuadamente esta comparación, resulta conveniente referirse en primer lugar al proceso de la comunicación, sin adjetivos, el cual puede ser descrito como un acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual un símbolo significativo, es empleado para lograr un isomorfismo o equivalencia de significados, entre los individuos que participan en el acto comunicativo (Schramm, 1972). Dado que este acto es la base para cualquier relación entre sujetos, la comunicación constituye el proceso social fundamental.

La diferencia básica entre la comunicación interpersonal y la masiva estriba en que los sujetos que participan en el proceso son individuos singulares en el primer caso, mientras que en el segundo son grupos de sujetos. La comunicación interpersonal suele estar destinada específicamente a una persona o a un grupo reducido de personas, que durante el proceso tienen la oportunidad de interactuar, mientras que la comunicación masiva genera mensajes que tienen como destino a una audiencia numerosa, anónima, por lo general heterogénea y dispersa,

con la que se tiene escasa o nula posibilidad de interacción durante el proceso.

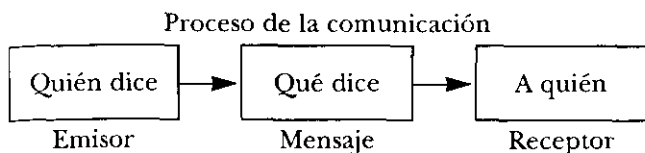
Otra diferencia fundamental entre ambos tipos de comunicación radica en que, en la comunicación interpersonal, la posibilidad de interactuar genera un flujo circular que retroalimenta el proceso, mientras que en la comunicación masiva el flujo de información va en un solo sentido —del grupo reducido que la emite al numeroso que la recibe—, sin que este último tenga posibilidad de responder, salvo en casos excepcionales y de manera indirecta o diferida.

CÓMO FUNCIONA LA COMUNICACIÓN

En cualquier proceso de comunicación, sea éste simple o extremadamente complejo, los elementos básicos son los mismos que definió Aristóteles 300 años a. C.: emisor, mensaje y receptor (véase la gráfica 1). Los tres elementos fundamentales del proceso se integran en el esquema básico que responde a la premisa “Quién dice Qué a Quién”.

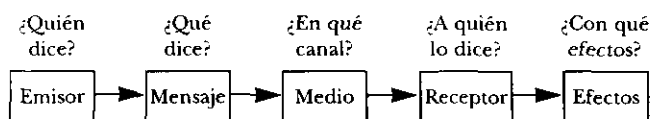
Conforme ha evolucionado la humanidad y se han comprendido mejor los procesos sociales, el estudio de la comunicación ha ido incorporando nuevos elementos a este esquema básico. Así, se ha llegado a formulaciones muy complejas que difieren notablemente en cuanto a sus componentes y configuración, dependiendo del enfoque teórico en que se basan.

GRÁFICA 1. *Esquema de Aristóteles*



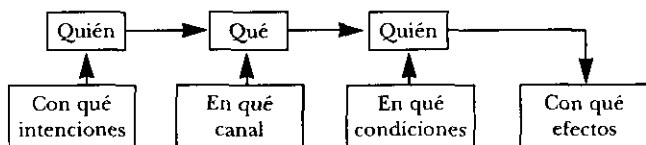
Harold Lasswell (1949), considerado uno de los precursores de la ciencia moderna de la comunicación, agregó dos preguntas a las tres básicas de Aristóteles: ¿En qué canal? y ¿Con qué efectos? De esta manera, Lasswell desarrolló el esquema clásico (véase la gráfica 2).

GRÁFICA 2. *Esquema de Lasswell*



Más adelante, Nixon introdujo dos elementos adicionales: las intenciones del emisor al transmitir el mensaje y las condiciones del receptor al recibirlo.

GRÁFICA 3. *Esquema de Lasswell y Nixon*

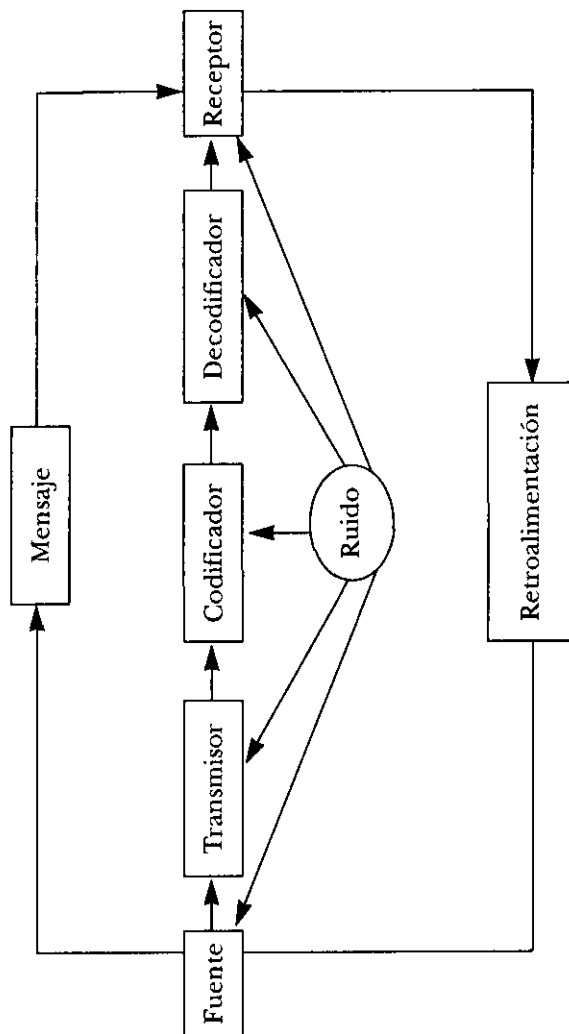


David K. Berlo (1977) intercala la codificación y la decodificación como procesos mediante los cuales los mensajes se elaboran y ordenan de acuerdo con un código determinado. Por su parte, Shannon y Weaver (1949) complican más el esquema al añadir tres elementos nuevos, que resultan fundamentales en el caso de la comunicación masiva y, específicamente, en los medios electrónicos. Estos teóricos denominan “fuente” al emisor, “transmisor” a quien codifica el mensaje, “decodificador” a quien lo “traduce” para el receptor y “ruido” a cualquier tipo de interferencia o distractor que actúe durante el proceso. Incorporan, asimismo, el aspecto de la retroalimentación, o mensaje de retorno (véase la gráfica 4).

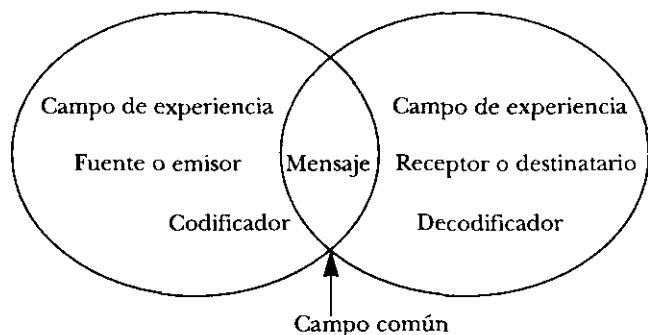
Wilbur Schramm (1972) destaca el hecho de que, para que pueda llevarse a cabo una comunicación, es indispensable que exista un campo común de experiencia entre el emisor y el receptor a fin de que se comprenda el mensaje. Según Schramm (1971), uno de los principios básicos de la teoría general de la comunicación es que los signos pueden tener únicamente el significado que la experiencia del individuo le permita leer en ellos, ya que sólo es posible interpretar un mensaje a partir de los signos que se conocen y de los significados aprendidos con respecto a ellos.

Para Schramm, lo anterior constituye un marco de referencia y en función de él es como puede

GRÁFICA 4. Esquema de Shannon y Weaver



GRÁFICA 5. *Esquema de Schramm*

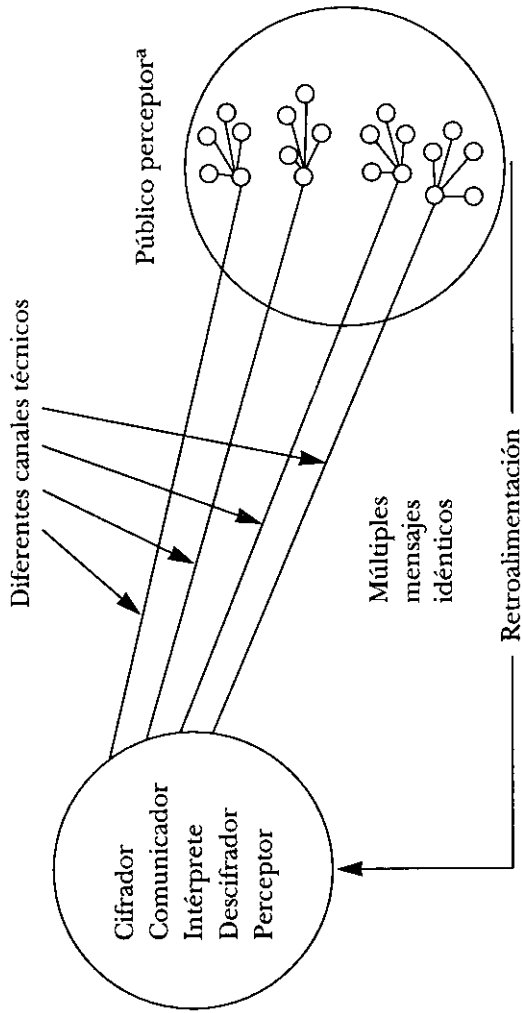


comunicarse un sujeto o una colectividad (véase la gráfica 5).

Al estudiar el proceso que sigue un mensaje a partir del emisor hasta llegar al destinatario último —cuando se transmite por un medio masivo—, Lazarsfeld (1948) plantea lo que ha llamado “flujo de la comunicación en dos pasos” y “flujo de la comunicación de múltiples pasos”. Lo anterior se explica gráficamente por medio del esquema conocido como “tuba de Schramm” y consiste en que solamente ciertos sujetos reciben el mensaje directamente del medio (véase la gráfica 6). Tales sujetos son considerados líderes de opinión y son ellos quienes transmiten, una vez filtrado, el mensaje al resto del público.

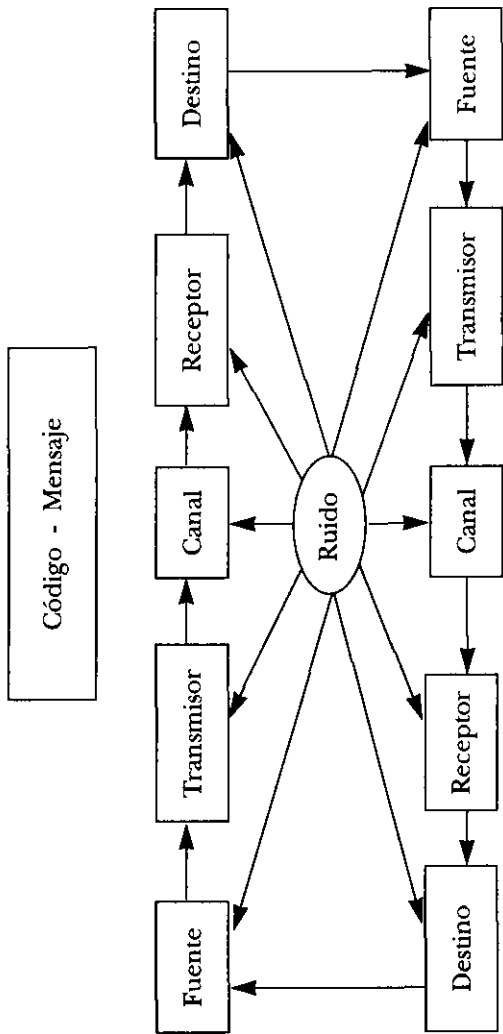
Aunque existen otros esquemas con mayor o menor número de elementos y conexiones entre ellos,

GRÁFICA 6. *Tuba de Schramm*



^a Compuesto por múltiples perceptores, cada uno de los cuales está conectado o interrelacionado con un grupo en el que se reinterpreta el mensaje.

GRÁFICA 7 . Esquema general



Retroalimentación

en general todos comparten los mismos principios y sirven a los mismos fines. El diagrama que se muestra en la gráfica 7 es una síntesis de amplia aplicación que resulta suficientemente clara.

MEDIOS MASIVOS Y SOCIEDAD DE MASAS

Una de las características fundamentales de los medios masivos de comunicación es que los destinatarios de sus mensajes constituyen una masa; ello nos lleva a reseñar algunas concepciones teóricas sobre la sociedad de masas, concepto desarrollado dentro del campo de la sociología. De acuerdo con Wright (1969):

la masa está integrada por miembros heterogéneos, incluyendo personas que viven en condiciones muy diferentes y en culturas muy variadas, provenientes de diversos estratos sociales, con distintas ocupaciones y por tanto con intereses, modos de vida, niveles de prestigio, de poder e influencia que difieren entre sí.

De Fleur (1970) plantea que lo que caracteriza a la sociedad de masas es la relación que existe entre los miembros individuales y el orden social que los rodea. Se supone que en dicha sociedad el individuo vive en una situación de aislamiento psicológico con respecto a los demás, que está relativamente libre de las exigencias inherentes a las obligaciones socia-

les y que, en su interacción con sus iguales, prevalece la impersonalidad.

La civilización de masas es una de las manifestaciones características de la sociedad industrial al llegar a cierto grado de desarrollo. La concentración urbana y la uniformación de las condiciones de vida de las mayorías dan origen a los primeros efectos de la sociedad masiva, mientras que la acción de la información audiovisual —al sobreponerse a la especialización y a la dispersión del saber y de la competencia— genera una potencia de uniformación que se manifiesta en la masificación propiamente dicha. La condición de masa reside en la participación de los individuos en una comunidad de la cual casi nunca se percatan siquiera. La uniformidad de comportamientos que actualmente tiende a constituir el estado de masa, se establece entre millones de individuos que se desconocen y que, sin embargo, están sometidos al mismo poder estructurador de la información audiovisual (Cohen-Seat y Fougeyrollas, 1967).

En un detallado análisis de la sociedad y la cultura de masas, McQuail (1969) plantea que una de sus características esenciales es la separación del individuo de su grupo primario y de su comunidad local, a causa del debilitamiento de los lazos grupales y de la estimulación de la movilidad hacia centros urbanos. Esta movilidad es provocada, entre otras razones, por la publicidad, que destaca los aspectos de-

seables de la vida en la ciudad y las oportunidades de éxito material que ofrece. Los medios masivos intensifican el aislamiento característico de las relaciones sociales urbanas, así como la identificación con héroes populares y personalidades del mundo del espectáculo, los cuales permiten un intercambio social vicario que hace más soportable la soledad. En palabras del propio McQuail (1969, p. 46):

los efectos atribuidos a la cultura que transmiten los medios masivos son casi siempre perjudiciales: destruye o desplaza tanto a la alta cultura tradicional como a la cultura popular de la sociedad rural; nivela y conlleva conformidad al gusto de la población, alienta la mediocridad, el conformismo, la pasividad y el escapismo y concluye por deshumanizar a los individuos y allanar el camino hacia el gobierno totalitario.

Los medios de comunicación masiva reflejan a la sociedad de manera selectiva y desarrollan estereotipos de personas, situaciones y maneras de relacionarse, que determinan las creencias y opiniones acerca de ella. En cualquier sociedad moderna compleja existen grandes posibilidades de manipulación y control, puesto que la comprensión de problemas ideológicos o acontecimientos mundiales importantes excede la capacidad de la mayor parte de los individuos. Adicionalmente, los medios masivos de comunicación contribuyen a crear una ignorancia psicológica, es decir, una condición en la cual precisa-

mente esos medios otorgan al individuo su identidad y sus aspiraciones, junto con las técnicas para satisfacer estas últimas, o, en caso contrario, las necesarias compensaciones del fracaso.

Los medios masivos llegan a una gran cantidad de personas, que pueden estar a considerable distancia del centro en donde se generan y transmiten los mensajes. Tales medios producen una relación impersonal entre el emisor y el público. Este último representa una colectividad que se caracteriza por ser un aglutinamiento de individuos unidos por algún núcleo de interés común, los cuales suelen adoptar formas similares, si no idénticas, de comportamiento. Muchos estudiosos de los medios de comunicación han señalado que éstos son actualmente el factor más importante de cohesión colectiva en una sociedad y permiten que pueda hablarse de una masa dispersa físicamente, aunque no psicológicamente.

Por sus características inherentes y por las propias de la sociedad de masas, los medios masivos adquieren un poder y una autoridad tales que les permiten ejercer un importante grado de control sobre las fuentes de información y sobre la opinión pública. De esta manera, tienden a constituir, en sí mismos, un campo institucional con estructura, normas, jerarquía y controles propios. Los medios masivos, por su capacidad para establecer un contacto directo con los individuos, han provocado que las instituciones de poder deban y requieran adaptarse

a ellos para utilizarlos, ya que están en capacidad de transmitir mensajes directos a individuos de todas las edades y condiciones, sin intervención de los filtros que previamente constituían la Iglesia, la escuela o la familia. Diversas instituciones sociales, que inicialmente rechazaban a los medios, se han dado cuenta de la necesidad de aliarse con ellos y de controlarlos o utilizarlos. En este sentido, las que no lo han hecho han sido desplazadas (McQuail, 1969).

Al haberse convertido los medios en uno de los instrumentos de influencia social más poderosos, se han desarrollado diversos mecanismos formales e informales para controlar a quienes a su vez los controlan, a fin de asegurar que los medios actúen como factores de control que refuercen las pautas culturales e institucionales dominantes. Conforme aumenta la penetración de los medios masivos, se acentúa la tendencia a la uniformidad social, derivada de la difusión de una imagen homogénea de la realidad (McQuail, 1969).

A partir de la concepción general de masa social como referente, Janowitz (1968) enumera de la siguiente manera las características fundamentales de los medios masivos de comunicación:

1. Los medios masivos de comunicación comprenden las instituciones y las técnicas mediante las cuales grupos especializados utilizan determinados recursos tecnológicos para difundir con-

- tenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, *heterogéneo* y *disperso*.
2. En general se dirigen a un público numeroso, de donde proviene el adjetivo “masivos”.
 3. La relación entre emisor y receptor es impersonal, y la audiencia es anónima.
 4. Pueden llegar simultáneamente a una gran cantidad de personas distantes de la fuente y distantes entre sí.
 5. Para su desarrollo, por lo regular requieren organizaciones formales estables, profesionales y complejas.
 6. Necesitan una infraestructura financiera, tecnológica y humana.
 7. El público es una colectividad característica de la sociedad moderna y reúne varios rasgos distintivos: constituye un conglomerado de individuos unidos por un interés sin conocerse entre sí, con interacción limitada y no organizados.

CLASIFICACIÓN Y NIVELES DE PENETRACIÓN

Aunque existen diversos medios de comunicación masiva, los más importantes en términos de su alcance e influencia son cuatro: la prensa, el cine, la radio y la televisión. En los últimos años su poder se ha incrementado notablemente, y el acelerado des-

arrollo tecnológico hace que sus posibilidades de acción e influencia tiendan a ser cada día mayores.

Los medios más populares en la actualidad se han desarrollado uno a uno. En general, su evolución individual experimentó una curva de difusión de rápido ascenso, y cada uno se ha expandido con más velocidad que el precedente. A medida que se ha desarrollado cada nuevo medio, los ya existentes han perdido público e importancia, o bien, se han adaptado a funciones más específicas.

La prensa

Tras la invención y el desarrollo de la imprenta en el siglo XV, el producto fundamental fue el libro impreso. Cuando se inició, en el siglo XVII, su fabricación a través de un proceso continuo, el libro se convirtió, en términos de la cantidad de público al que podía llegar, en el primer medio de comunicación de amplio alcance; de esta manera, constituye el precursor de los medios masivos actuales. Se calcula que hacia 1810 se habían vendido en el mundo 24 millones y medio de libros. Alrededor de 1830 empezó a adquirir gran auge un nuevo género impreso: el folletín, que en una primera etapa se orientó a difundir temas sociales y fragmentos de novelas clásicas, mientras que después empezó a desarrollar las características propias de la cultura de masas.

Los folletines o historietas se ubican en un sitio intermedio entre la literatura y la prensa. Son obras de consumo masivo en que predomina la acción, y cumplen una función eminentemente recreativa. Al mismo tiempo se empieza a desarrollar la prensa periódica, que primero era mensual, después semanal y finalmente diaria. Dentro de la gama de medios impresos, sólo se considera masiva la prensa, definida como correspondiente a las publicaciones impresas periódicamente con noticias y opiniones.

De Fleur (1970) ubica el nacimiento del primer medio masivo de comunicación verdadero en la tercera década del siglo XIX, al combinarse la tecnología de la impresión rápida con la idea básica de un periódico. En este mismo siglo —considerado el siglo de oro de la prensa, sobre todo en Inglaterra— florece la influencia decisiva de la información noticiosa y de los artículos editoriales en la opinión pública.

En América, la primera imprenta se instaló en México en 1536, época en que apareció el primer medio impreso de comunicación en el continente. Al surgir y ser aceptada la prensa masiva, el ritmo de la actividad comunicativa del hombre comenzó a aumentar rápidamente. En los Estados Unidos, la circulación total de periódicos aumentó de modo sostenido de 1850, en que llegaba un ejemplar a la quinta parte de las familias, a 1919, año en que el número de ejemplares en circulación rebasó el nú-

mero de hogares existentes (1.38). A partir de entonces, la curva se mantuvo constante, si bien en un momento tuvo un ligero descenso (De Fleur, 1970).

En América Latina, de acuerdo con datos publicados por Kaplún (1973), se calcula que se distribuyen cotidianamente 7 y medio ejemplares de prensa por cada 100 habitantes. Si se parte de la consideración de que cada ejemplar es leído por tres personas en promedio, se concluye que a principios de los años setenta 22.5% de la población latinoamericana leía la prensa.

En el caso específico de México el analfabetismo, tanto real como funcional, ha constituido un obstáculo obvio para la expansión de la prensa. Los periódicos mexicanos son leídos nada más por una pequeña proporción de la población alfabetizada. De acuerdo con datos de Cremoux (1991), el tiraje promedio de los diarios mexicanos era, al inicio de los años noventa, de veinte mil ejemplares, cifra muy inferior al promedio mundial obtenido y publicado por la UNESCO. Apenas un par de periódicos alcanza una circulación que se aproxima a la cuota de 200 mil copias. Sólo ocho llegan a 100 mil ejemplares y la inmensa mayoría tiene público apenas para entre 3 000 y 10 000 copias, en un nivel de circulación que no guarda proporción con una población de cerca de 100 millones.

Por su parte, Trejo-Delarbre (1997) estima que en la ciudad de México circulan actualmente 25 diarios

y calculó una circulación general aproximada de 450 mil ejemplares en 1990 que, para una metrópoli de 17 millones de personas, representa una cantidad mínima en comparación con las cifras de cualquier otra ciudad grande del mundo. Como resulta evidente, a partir de estos datos es posible concluir que, como medio de comunicación masiva, la prensa es relativamente poco importante en México, pues sólo tiene acceso a ella una minoría de la población, en general de los niveles socioeconómico y educativo más elevados.

El cinematógrafo

El cinematógrafo es un medio masivo *sui generis*, ya que, mientras muchos lo califican como tal, para otros constituye más bien un medio de expresión artística, al que se ha llegado a considerar como el séptimo arte. La primera película exhibida comercialmente, realizada por los hermanos Lumière, se estrenó en diciembre de 1895 en París. Durante la primera década del nuevo siglo, el cinematógrafo se convirtió en una de las principales formas de entretenimiento familiar.

En Hollywood, el cine se convirtió en una industria e inició su vertiginoso desarrollo. En 1922, el promedio de asistencia semanal al cine en los Estados Unidos era de una vez y media por semana, mientras que hacia 1936 ascendió a casi tres veces

por semana. Al llegar la mitad del siglo, la asistencia promedio sufre una brusca caída, para estabilizarse en alrededor de tres veces al mes hasta 1965, última fecha reportada por De Fleur (1970).

A lo largo de la historia del cine se han desarrollado entre las empresas productoras, distribuidoras y exhibidoras tremendas batallas por el dominio de los mercados, basadas en intereses mercantiles, así como en la convicción de que el cine, como medio de comunicación masiva, sería

determinante en la conformación de las conciencias, en la reafirmación de los propósitos de estructurar una sociedad cuyos valores (presentados como ideales) de éxito económico, de movilidad social y de predominio de los buenos sobre los malos, tuvieran carácter de definitivos (Michel, 1994, p.135).

La radio

El origen de la radiodifusión como medio masivo de comunicación se ubica a finales del siglo XIX. La expansión de la radio, frenada por la guerra, renace al restablecerse la paz. En 1927 es aceptada en toda Europa como medio de información en gran escala y como conducto para transmitir música, a pesar de la mala calidad del sonido. A principios del siglo XX, la radio era conocida ya en todo el mundo y se calculaba que 75% de la población mundial contaba con un receptor de radio.

La radio vivió su edad de oro en las décadas de 1930 y 1940. En 1939, más de 25 países se dirigen por radio a auditorios extranjeros; en este sentido, la importancia de las comunicaciones radiofónicas en la segunda Guerra Mundial confirma su poder político. De acuerdo con datos publicados por Cazeneuve (1967), en 1936 cada familia estadounidense tenía al menos un aparato receptor y para 1967 el promedio por hogar llegó a cuatro y medio receptores. En todo el mundo había 150 millones de aparatos de radio en 1949, 315 millones en 1959 y 370 millones en 1960. De éstos, la mitad en Norteamérica y un tercio en Europa.

A comienzos de la década de 1950 la penetración de la radio en los hogares había alcanzado el punto de saturación, con aparatos adicionales distribuidos en forma general en los automóviles. Se inició entonces la penetración múltiple en la forma de aparatos de radio para dormitorios y cocinas y un número creciente de receptores transistorizados en miniatura. Para 1967 se calculaban 268 millones de aparatos receptores de radio en los Estados Unidos (De Fleur, 1970).

De acuerdo con una interesante reseña histórica sobre el desarrollo de la radiodifusión en México, Alva de la Selva (1988) anota que en 1921 se produjeron las primeras emisiones experimentales en las ciudades de México y Monterrey. A raíz de lo ante-

rior, en 1923 se instaló la estación radiofónica pionera, una vez que el gobierno autorizó por primera vez las transmisiones a través de la radio. A partir de ese año, la radio tuvo un desarrollo notorio en México. Más tarde, la introducción de los radios de transistores impulsó su difusión y, a partir de 1953, se fortaleció con la introducción del sistema de frecuencia modulada.

A principios de los años setenta, Kaplún (1973) considera que 53% de la población tiene acceso a este medio y calcula que existen 15.3 receptores de radio por cada 100 habitantes. Por su parte, Trejo-Delarbre (1997) indica que en 1995 hay en toda la República Mexicana 1 291 estaciones radiodifusoras. De ellas, 56 se ubican en la zona metropolitana del Distrito Federal, correspondiendo 32 a la banda de amplitud modulada y 24 a la de frecuencia modulada. Cabe señalar que en la ciudad de México tienen su sede cerca de 20 cadenas radiodifusoras, las cuales constituyen una especie de pequeños o grandes imperios que concentran en el corazón del país un alto porcentaje de la operación de casi la totalidad de emisoras en funcionamiento.

La televisión

Los siguientes destacan entre los datos y las fechas más relevantes para ubicar los inicios de la televisión

como medio masivo de comunicación: en 1923, la RCA lanza al mercado el primer modelo de televisión para uso privado y experimental, mientras que entre 1929 y 1931 se concretan los pasos técnicos para la transmisión y recepción de imágenes a distancia. En 1935 se instala una estación en la torre Eiffel en París, cuyas emisiones llegan a unos cuantos privilegiados. En 1936 se transmiten los juegos olímpicos desde Berlín. En Francia, las primeras transmisiones comienzan en 1937, y en los Estados Unidos en 1939 (Michel, 1994).

El auge de la televisión llegó a su punto culminante en los Estados Unidos y Gran Bretaña entre 1948 y 1960. Cazeneuve (1967) destaca también algunas cifras relevantes en este sentido. Para 1948 se calculaban 3 millones de receptores en el mundo, cifra que a finales de 1958 había ascendido a 76 millones de aparatos televisores, más de la mitad de los cuales estaban en Norteamérica. Vilches (1996) reporta que a finales de los años cincuenta había en los Estados Unidos 50 millones de televisores. A diferencia de los cuatro de 1948 —los Estados Unidos, la URSS, Francia y Gran Bretaña—, la televisión funcionaba en 1961 en 66 países. En 1963 se registran más de 2 000 emisoras y retransmisoras en el mundo, y cerca de 120 millones de aparatos. En 1973, esta última cifra asciende a 250 millones de aparatos receptores y 6 380 estaciones emisoras de televisión en el mundo.

A finales de los años cincuenta y principios de los sesenta, la televisión empieza a aproximarse a un punto de saturación. Para entonces, la comunicación de masas se había convertido ya en uno de los hechos más significativos e insoslayables de la vida moderna. En la actualidad, la televisión es el medio dominante en casi todo el mundo, por lo que Cremoux (1991) la denominó “su majestad, el rey de los medios”.

Los nuevos medios

De acuerdo con Gómez-Mont (1995a), en los últimos 15 años la televisión se ha transformado radicalmente en cuanto a su configuración técnica, física y de contenidos. Así —a partir de la introducción del control remoto, las antenas parabólicas, las videocasetas y los videojuegos, así como de la interconexión con teléfonos, computadoras, videodiscos, entre otros factores— se ha convertido en uno de los ejes fundamentales de la llamada revolución informativa. Apoyada en los avances tecnológicos, la televisión se internacionaliza y expande las infraestructuras de operación transnacional.

Ante las innovaciones más recientes, Landi (1996) considera que estamos viviendo una verdadera revolución finisecular a cargo del vehículo audiovisual: la televisión satelital transmitida en directo desde tierras lejanas; las supercarreteras electrónicas;

el trabajo realizado en casa con la computadora conectada a la empresa; las teleconferencias, y la cirugía vía satélite. Gracias al vehículo audiovisual, todo nos llega sin necesidad de desplazar nuestros cuerpos por el espacio. Las imágenes y la información arriban en el momento mismo en que parten; lo que se anula es el viaje en sí. Así, hemos entrado en la era de la instantaneidad, del tiempo intensivo, de la fragmentación de la duración en partes cada vez más pequeñas.

El video

En 1946 se inventa la cinta de video. La industria del video de uso doméstico, nacida alrededor de los años ochenta, se ha convertido en una importante influencia como medio de comunicación masiva. Así como en las décadas de 1960 y 1970 aumentó el número de hogares que contaban al menos con un televisor, la videocasetera se convirtió en los años ochenta y noventa en un elemento indispensable para la mayoría de las familias, por lo que la compra y la renta de videocasetes son actividades cotidianas cada vez más frecuentes.

Aunque los videocasetes se relacionan directamente con el cine, y en su mayoría contienen películas cinematográficas, el hecho de que se vean en monitores de televisión domésticos lleva a que se les considere parte del sistema de televisión. Se calcula

que en los Estados Unidos hay alrededor de 20 000 videoclubes y que cualquier estadounidense tiene uno a menos de 20 minutos de su hogar.

También en México se ha desarrollado rápidamente la cultura del video. Desde principios de los años setenta se realizan actividades de venta y distribución de equipo y películas en videocasete. La cercanía con Estados Unidos ha permitido la pronta asimilación de esta tecnología y ha sido factor importante en la expansión del mercado. Ortega (1988) menciona estudios realizados en aquel país que demuestran que, en 1985, 40% del total de videograbadoras y 30% de videocasetes que exporta ese país son adquiridos por México. Para 1986 se estima que existían en México aproximadamente un millón de videocaseteras.

Por otro lado, a principios de 1985 se consideraba que había en el país alrededor de 2 500 videoclubes registrados, más un enorme número con distribución ilícita. El grupo Videovisa, creado en 1986, líder en venta y renta de videos, abarcaba 1 740 establecimientos a finales de 1992. Blockbuster, cadena nacida en 1985, en Texas, comenzó a operar franquicias en el mercado mexicano en 1989. En 1993, la empresa rentaba 10 millones de videocasetes diarios en sus más de 2 500 establecimientos de 18 países, con un estimado de 30 millones de suscriptores (Mejía-Barquera, 1995).

Los videojuegos

Al igual que la de los videocasetes, la industria de los videojuegos es muy joven y también ha experimentado un acelerado desarrollo, que la ha llevado a ejercer una enorme influencia en la mayor parte de la población infantil. En los últimos 20 años, los videojuegos se han convertido en una importante fuerza en el campo de los medios electrónicos de comunicación. Recientemente se ha incorporado también el área de los juegos en CD-ROM.

La televisión por cable

Considerada como una de las nuevas tecnologías que generan actualmente cambios sustanciales en las comunicaciones y la información, la televisión por cable surge en los Estados Unidos a finales de los años cuarenta. En este caso, un receptor paga una cuota de inscripción y otra mensual en carácter de renta para recibir en su hogar una programación especial de televisión, la cual llega con mejor calidad de imagen gracias a un cable coaxial. Esta modalidad inicial marca una diferencia sustancial entre la televisión por cable y la abierta. Mientras el público receptor de la última ha sido protagonista de los cambios operados por la cultura de masas, el auditorio de la de cable suma a ese denominador común

la pertenencia a un grupo socioeconómico, que lo identifica y le permite pagar por un servicio privatizado.

De acuerdo con la revista *Business Week* (1^o de noviembre de 1993), más de 60% de los hogares estadounidenses tiene acceso a algún tipo de televisión de paga. En Europa occidental, 28%; en Asia, 11%; y en América Latina, 7.5%. En esta última región, aproximadamente 3.5 millones de hogares cuentan con televisión (algunas otras fuentes elevan la cifra a cinco millones).

COMPARACIÓN ENTRE LOS PRINCIPALES MEDIOS

En cierta medida, cada uno de los medios constituye una alternativa funcional con respecto a los otros. Con características propias, cada uno proporciona noticias, información y entretenimiento. Cada uno de los medios que aparecieron sucesivamente en la sociedad fue adoptado con más rapidez que el anterior.

La mayor parte de los dispositivos empleados en la comunicación, que desempeñan hoy un papel relevante en nuestras actividades diarias, ha surgido y se ha desarrollado en un lapso demasiado breve en relación con la historia de la humanidad, lo que significa que su impacto no haya podido ser investigado y explicado aún en forma concluyente. Por

otro lado, el avance tecnológico produce cambios e innovaciones cada vez más acelerados. Estos artefactos, que han invadido los hogares y sitios públicos, y penetran en niveles cada vez mayores de intimidad, representan una verdadera revolución en la comunicación y, consecuentemente, en la convivencia social.

Cada uno de los medios masivos ha aumentado la disponibilidad de oportunidades para utilizar el lenguaje, de modo que la acumulación progresiva de tales recursos en la historia más reciente ha significado un aumento espectacular en el ritmo de la conducta comunicativa para la mayoría de los integrantes de la sociedad. La presencia de los medios, particularmente los electrónicos, determina pautas diferentes en la vida de los sujetos.

Entre las técnicas nuevas que han modificado o transformado el comportamiento social del hombre, pocas tienen una importancia sociológica tan grande como la difusión de los sonidos y las imágenes por medio de las ondas; Cazeneuve (1967, pp. 7-8) indica que

la radio-televisión se distingue de los demás factores de participación por su asociación íntima con los individuos, su penetración en los hogares y, por otra parte, el carácter omnipresente e instantáneo de su acción.

La televisión se distingue de los otros medios en primer lugar, porque llega al público primordial-

mente en su hogar. Los casos de recepción colectiva son excepcionales y transitorios. El cine repite las funciones y convoca a una sala grupal. La información por televisión supera en inmediatez a los demás medios, con excepción de la radio. Sin embargo, la televisión captura la atención mucho más que la radio, que con frecuencia se utiliza como fondo de otras ocupaciones. Por su carácter audiovisual, la primera es más fuerte y se impone más a la personalidad. Mientras la radio permanece en la abstracción, al transmitir su mensaje mediante el concepto, la televisión permanece en lo concreto. Frente a la televisión se reúne la familia, mientras que la audición de radio tiende cada vez más a ser individual.

Michel (1994) afirma que a partir de 1985 se inicia una etapa en la historia de la humanidad: la de la cultura audiovisual. Cohen-Seat y Fougeyrollas (1967) señalan que, en el interior de la esfera audiovisual, las imágenes prevalecen a la vez por su poder de impacto y por las formas de pensamiento mágico que imponen su naturaleza y los procedimientos de su empleo. La irrupción en la vida contemporánea de la información visual ha comenzado ya a trastornar su condición, al punto de que no pocos de los hallazgos de la psicología social se tienen que volver a examinar. La información visual afecta la personalidad no sólo de manera más intensa, más considerable y más profunda, sino, sobre todo, de manera diferente, es decir, según otras modalidades. Oroz-

co-Gómez (1994) enfatiza que la característica más distintiva de la televisión, en relación con otros medios, es su capacidad de presentar sus mensajes como creíbles, debido entre otras razones, a sus características de inmediatez, fragmentación, repetición y recepción combinada de elementos auditivos y visuales.

En la televisión, la información llega a la sensibilidad sin obedecer necesariamente a las inflexiones del raciocinio y, con mucha frecuencia, sin exponerse siquiera a ellas. Cohen-Seat y Fougeyrollas afirman que la actitud de los individuos expuestos a la información verbal es de recepción, mientras que la de los individuos sometidos a la información visual es de participación: la información visual desencadena no conductas de respuesta, sino comportamientos empáticos. El niño nos parece hoy, en un sentido, precozmente adultizado por la información visual. En cambio, el adulto se expone a ser puerilizado, en la medida en que el control vigilante que le es propio y los instrumentos amoldados a ese control son constantemente puestos en jaque por las sucesivas aberraciones de la información visual.

Pérez (1996) destaca que la televisión constituye una nueva forma de expresión y percepción audiovisual que, además de unir la imagen en movimiento con el sonido, cosa ya lograda por el cine, ha creado y desarrollado una modalidad de comunicación social estrechamente ligada a los espacios y ambientes

comunes de la vida cotidiana: el hogar, el sitio de trabajo, la escuela, los establecimientos comerciales, los hospitales y hasta los vehículos de transporte. Esta modalidad se ha potenciado en los últimos dos decenios, especialmente con el desarrollo del videocasete y el videodisco, que forman parte de las nuevas tecnologías comunicacionales, junto con fenómenos como la televisión por cable y satélite.

Desde sus orígenes, la televisión se ha considerado como el más paralizante de los medios (Crovi, 1990). Esta preocupación inicial, surgida a partir de la transmisión por vía aérea, debe ser multiplicada ahora por el cable, las antenas parabólicas y los videos. Lo preocupante no es la presencia de tantas tecnologías modernas, sino los contenidos y hábitos sociales que imponen. En el caso de México, ha sido evidente la preocupación por alcanzar una cobertura nacional en materia de radio y televisión. Sin embargo, no ha existido una planeación adecuada en cuanto a los contenidos de los medios masivos. Pareciera más importante estar a la vanguardia de las telecomunicaciones que controlar los contenidos.

TELEVISIÓN Y TELESPECTADORES

Mientras que ya en 1935 se calculaba que el promedio de tiempo dedicado por un sujeto a escuchar la radio era de dos a tres horas diarias (Allport, 1935),

datos de la BBC de Londres indicaban que en 1959 el promedio diario dedicado por persona a ver televisión era de dos y media horas en Gran Bretaña, nivel que se mantiene en los mismos parámetros hasta finales de los años sesenta (McQuail, 1969). Coinciden estos datos con los cálculos reportados por Maccoby (1972), quien afirma que en los Estados Unidos los niños destinaban, alrededor de 1960, entre dos y tres horas diarias a la televisión, y en Inglaterra alrededor de dos horas. A partir de un informe sociológico realizado por la Universidad Complutense, Clemente y Vidal (1996) reportan que en España 32% de la población ve entre dos y dos y media horas diarias de televisión, 30% ve más de tres horas diarias en días laborables y en fines de semana tal proporción aumenta a 48 por ciento.

Según un estudio de Nielsen (1986), las familias estadounidenses ven a la semana 55 horas de televisión. Por edades, los niños de 2 a 11 años ven aproximadamente 28 horas; el tiempo dedicado a la televisión desciende ligeramente en los adolescentes, a 23 horas. En 1976, CEMPAE realizó en México una encuesta con 120 niños de 3 a 6 años, así como con sus madres y maestras. El tiempo dedicado a la televisión fue de cuatro y media horas en promedio (Corona, 1989).

Timmer, Eccles y O'Brien (1985) reportan, a partir de una investigación, las siguientes conclusiones:

- Aparte de la escuela, los niños destinan a la televisión más tiempo que a cualquiera otra actividad; en promedio, cada niño le dedica más de la mitad de su tiempo libre.
- La televisión absorbe proporcionalmente más tiempo libre de los niños que de los adultos.
- La cantidad de tiempo dedicada a la televisión por los niños y adolescentes ocupa la mayor parte de su vida.

Se calcula que la mayoría de los niños pasan actualmente un mínimo de tres a cuatro horas diarias viendo la televisión. Si se realiza un cálculo simple, tenemos que con este promedio, al cumplir 60 años, los niños de hoy habrán dedicado de ocho a diez años de su vida a ver la televisión.

Cifras más recientes aportadas por Piscitelli (1995) y Myers (1995), señalan que actualmente en 98% de los hogares estadounidenses hay al menos un televisor y que el consumo televisivo es de seis horas diarias en promedio. En el caso específico de Latinoamérica, Kaplún (1973) señala que la comunicación social parece ser predominantemente electrónica y audiovisual, según las cifras correspondientes a los diversos medios, incluidas prensa y libros. Este autor calcula seis receptores de televisión por cada 100 habitantes del subcontinente. En Latinoamérica se consumen aproximadamente 500 000 horas anuales de televisión y, si se considera que las nuevas

tecnologías están agregando cerca de 500 canales a la variedad de opciones, tales cifras tienden a elevarse descomunal y aceleradamente.

Carlos González Alonso (1989) afirma que el hombre contemporáneo debe a la comunicación masiva 85% de su información y conocimientos, y que dedica a actos relacionados con ella 75% del tiempo que no ocupa en trabajar o dormir. En general, la tendencia es hacia un aumento constante en la cantidad de tiempo dedicado a los medios masivos, particularmente la televisión. Hasta la fecha, el tiempo destinado a los medios tiende a incrementarse y su uso regular parece haberse convertido en parte indispensable de la vida cotidiana de la sociedad, con excepción, quizá, de los grupos que carecen de posibilidad de acceso a ellos, por marginación, extremo aislamiento geográfico o extrema pobreza.

McQuail (1969) considera que la televisión se ha convertido en el elemento más importante del tiempo libre, en cualquier nivel, fenómeno que no parece ser pasajero ni local. Esto lo lleva a afirmar que la gratificación que proporciona y las funciones que cumple para los individuos se relacionan íntimamente con las condiciones de la sociedad actual.

Este contacto con los medios masivos se mantiene a lo largo de toda la vida, y resulta difícil, si no imposible, escapar a su influencia. En la actualidad, esta influencia es cada vez más globalizadora, y su control se vuelve cada vez más concentrado. La te-

levisión aumenta gradualmente su poder unificador. Se considera que un estadounidense medio pasará 15 años de su vida frente al televisor, y que los niños de hoy dedican más tiempo a ver televisión que a la escuela (Arredondo, 1989).

TELEADICCIÓN

Erausquin, Matilla y Vázquez (1988) introducen el concepto de “teleadicción”, aclarando que este proceso no surge espontáneamente, sino por la conjunción de múltiples factores sociales, como las condiciones de vida urbanas actuales, la dependencia internacional y el valor comercial de la información, entre otros. Los efectos adictivos de la televisión se relacionan con estilos de vida urbanos —como el hacinamiento y la violencia, que restringen los espacios abiertos a disposición de la gente y, principalmente, de los niños y jóvenes—, y con el temor a utilizar la calle para interactuar. De esta manera, la televisión se convierte en la distracción fundamental. Un efecto indiscutible es el de retirar a la gente de la calle en su tiempo libre. Todo el grupo familiar se convierte en consumidor de una diversión pasiva, económica y servida a domicilio. La televisión aparece así como síntesis y exponente máximo de todas las posibilidades de ocio, lo que además garantiza la continuidad de su servicio.

Algunos autores incluso atribuyen al acto mismo de contemplar la televisión efectos semihipnóticos y generadores de dependencia. En esta línea, Mander (1988) afirma que las características tecnológicas propias de la televisión activan el funcionamiento del hemisferio izquierdo y la inactividad del derecho, con lo que obstaculizan la recepción analítica de la información. Himmelweit, Oppenheim y Vinice (1958) concluyen que el simple hecho de mirar la televisión conlleva una actitud mental pasiva y que la televisión propicia una preferencia por un aprendizaje de segunda mano, que no exige esfuerzo alguno, en detrimento de la experiencia propia. Dichos autores establecen que, en términos generales, la televisión no mejora el nivel de instrucción de los niños.

En la línea positiva y glorificadora se puede mencionar a Marshall McLuhan (1969), quien entroniza la acción unificadora de los medios que, como prolongación de los sentidos humanos, conducen a la aldea global y liberan al hombre. Según él, la televisión y la radio nos dan la posibilidad de comunicarnos a través de un medio que puede producir una simultaneidad múltiple del pensamiento. McLuhan afirma que así como el telégrafo y el ferrocarril acercaron a los hombres del mundo entre sí, la televisión presenta los habitantes de una nación a los de otra, estableciendo cierto grado de experiencia común: la televisión permite compartir las experiencias de

quienes viven a gran distancia. Considera a la televisión como una de las fuerzas capaces de cambiar la sensibilidad y transformar la conciencia humana.

Otro defensor de las bondades de los medios es Jean Cazeneuve (1967, 1977), quien sugiere que la televisión es una especie de mediador que, al ampliar el contacto con el mundo, consigue que la voluntad se cargue de poder. De acuerdo con él, la radio y la televisión se introducen en la vida del individuo como factores de participación para facilitar, perfeccionar y multiplicar los lazos entre individuos y grupos.

III. ABORDAJE CIENTÍFICO DE LA COMUNICACIÓN MASIVA

Actualmente la investigación sobre la televisión en Latinoamérica está afortunadamente abandonando los modelos reduccionistas de los efectos de los medios o de los usos y gratificaciones, y se está orientando hacia el estudio de la interacción televisión-audiencia como un complejo proceso multidimensional y multidireccional, que cubre diversos momentos, escenarios y negociaciones que trascienden más allá de la pantalla.

GUILLERMO OROZCO-GÓMEZ, *Televidencia*

LA COMUNICACIÓN masiva empieza a ganar relevancia como tal alrededor de los años treinta. A partir de entonces se constituye en un proceso fundamental que afecta el desarrollo de la sociedad de manera amplia y profunda, en todos sus ámbitos: político, económico, social y cultural. La importancia adquirida por esta clase de comunicación despertó el interés por investigar el fenómeno y desarrollar planteamientos teóricos desde las más diversas disciplinas: sociología, psicología, antropología, his-

toria, lingüística, que dieron origen a la ciencia de la comunicación.

McQuail (1969) describe las primeras aportaciones que hicieron los sociólogos a principios de siglo al estudio científico de los medios masivos. Éstas se agrupaban en dos corrientes básicas: quienes atribuían a los medios efectos poderosos sobre la integración social y quienes consideraban que éstos contribuían a deteriorar los vínculos primarios y a debilitar la adhesión a las normas y valores sociales existentes. La contradicción entre ambas posturas, unida al temor de las posibles consecuencias negativas de la constante exhibición de contenidos considerados peligrosos o inconvenientes, en especial los relacionados con el crimen y la violencia, así como la exaltación de los valores materiales, constituyó un poderoso estímulo para el desarrollo de la polémica y la investigación.

Surgieron entonces dos necesidades: por un lado, la investigación empírica, para encontrar respuestas y resolver controversias específicas; por otro, la identificación de la naturaleza básica del acto comunicativo de masas, a fin de desarrollar una teoría general de la comunicación humana (de masas o de otro tipo). El interés por comprender qué ocurre cuando surgen los medios de comunicación masiva y en qué consiste el proceso mismo de este tipo de comunicación, con todas sus implicaciones, dio origen a una nueva especialidad dentro de las ciencias

sociales: la ciencia de la comunicación. Antes, la comunicación humana había sido abordada básicamente por la psicología y la sociología, y desde estas disciplinas se iniciaron tanto el desarrollo de propuestas teóricas como la investigación empírica de los medios masivos y la comunicación masiva, que consolidarían lo que actualmente constituye el campo de estudio de las ciencias de la comunicación.

La teoría de la comunicación de masas ha recibido importantes aportaciones de las distintas ciencias sociales, particularmente de la sociología y la psicología. Así, se ha especulado mucho sobre la forma en que ocurre la comunicación masiva, se han discutido ampliamente los diversos esquemas conceptuales propuestos y se han tratado de probar múltiples hipótesis relativas a diversos elementos y aspectos del proceso. Asimismo, se han acumulado muchos datos empíricos que arrojan luz sobre determinados procesos o efectos específicos de la comunicación. Sin embargo, hasta ahora el campo carece de unificación. De hecho, como afirma De Fleur (1970), no existe un verdadero acuerdo sobre lo que constituye la materia por investigar en el campo de la comunicación masiva.

De Fleur (1970) plantea algunas interrogantes básicas que se han establecido como base para el desarrollo de un gran número de aproximaciones teóricas y empíricas:

- ¿Cómo se produce la comunicación masiva?
- ¿Cómo difiere de otros tipos de comunicación?
- ¿Las diferencias son de forma o de fondo?
- ¿Cuál es el impacto de los medios en la sociedad?
- ¿Qué influencia tienen en los individuos?
- ¿Cuál es la influencia de la sociedad en los medios?
- ¿Qué relación guarda con factores sociales, políticos y económicos?

Aunque la investigación formal de la comunicación se inició alrededor de los años treinta, adquirió su mayor desarrollo a partir de los cincuenta. En esta segunda mitad del siglo ha avanzado profusamente, siguiendo en un principio dos vertientes fundamentales, que corresponden a las dos corrientes modernas más importantes de las ciencias sociales: funcionalismo y estructuralismo.

FUNCIONALISMO

Como corriente teórica, el funcionalismo se integra a partir de un conjunto de teorías que, con diversos matices, se adhieren a una serie de conceptos básicos. Éstos fueron planteados por Paoli (1979) de la siguiente manera:

- Toda sociedad humana tiene un conjunto de necesidades y un conjunto de instituciones para satisfacerlas. La función de toda institución social es satisfacer alguna o algunas de estas necesidades.
- Las sociedades humanas tienden al equilibrio y poseen mecanismos para regular sus conflictos y disfunciones.
- La sociedad humana es un organismo interrelacionado, cuyos elementos forman una estructura donde cada uno se ve afectado si otro deja de funcionar.
- Las instituciones se transforman para cumplir mejor sus funciones y para responder a las nuevas necesidades.

La corriente funcionalista, generada dentro de la sociología a finales del siglo XIX, fue el enfoque desde el cual se inició y propagó profusamente el estudio de los medios de comunicación de masas y de sus efectos en el público. De acuerdo con Steimberg y Bluem (1972), este enfoque parte de tres supuestos básicos:

- Todo proceso de comunicación cumple una función.
- Cada medio de comunicación tiene funciones y disfunciones específicas.
- Los medios de comunicación social se convier-

ten en instituciones destinadas a satisfacer ciertas necesidades.

Esta corriente ha sido la más influyente en el campo de la comunicación de masas y la que mayor número de estudios ha generado, principalmente en los Estados Unidos. Éstos se han orientado en su mayor parte al análisis de las funciones y disfunciones del proceso de la comunicación, así como de los elementos que intervienen en él. Los estudios desarrollados dentro de esta corriente se nutren, por un lado, de la psicología conductista y su premisa fundamental del estímulo-respuesta y, por otro, de la sociología funcionalista, que centra el estudio de los procesos de comunicación en las funciones que cumple ésta.

El análisis y la investigación de los procesos de comunicación masiva surge como respuesta a la necesidad de empresas de publicidad que, para satisfacer a sus clientes, requerían conocer mejor la relación entre medios de comunicación masiva y público consumidor, en términos de efectos sobre auditorios específicos. En este mismo sentido, los grupos políticos necesitaban conocer mejor los mecanismos de influencia en relación con la propaganda política. De esta manera se popularizaron los estudios sobre los medios de comunicación, cuyo interés se centraba básicamente en los receptores y en los efectos de los contenidos o mensajes de los medios sobre ellos.

Este enfoque teórico aplica concepciones socio-lógicas y psicológicas. Asimismo abre, de manera instrumental, el estudio de la comunicación en sus vertientes sociales e individuales con un interés pragmático, siguiendo dos tipos de objetivos: la descripción del auditorio y la medición de los efectos que experimenta. Entre los principales teóricos de esta corriente destacan Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld, Wilbur Schramm, Paul Berelson y David K. Berlo.

Los trabajos de Lasswell (1927) se basan en la teoría más antigua sobre la comunicación de masas, derivada de la psicología conductista. Los planteamientos de Lasswell atribuyen a los medios masivos un enorme poder de influencia sobre el auditorio. Dicha teoría parecía válida en relación con los resultados de la propaganda bélica desarrollada durante la primera Guerra Mundial y también en razón del éxito de la publicidad comercial masiva de esa época. En este contexto se empezó a prestar gran atención a los medios de comunicación como instrumentos de persuasión y propaganda, capaces de moldear comportamientos, actitudes y valores mediante una relación directa con el público.

Paul Lazarsfeld (1948) profundiza en el tipo de funciones que cumplen los medios masivos para el público, las cuales, según él, se agrupan en tres grandes rubros:

- Conferir prestigio. Considera que las personas que logran atraer la atención de los medios ad-

- quieren automáticamente prestigio social, lo que constituye una función muy importante.
- Reforzar normas sociales. Plantea que las conductas o valores difundidos por los medios suelen alcanzar gran aceptación social y establecerse de manera general.
 - Disfunción narcotizante. Destaca, en un sentido negativo, que los medios absorben cada vez más el tiempo libre de los sujetos, con lo que desplazan la posibilidad de acción y de participación social, propiciando una recepción pasiva.

De acuerdo con Schramm (1972), el público recibe una multiplicidad de mensajes, de los cuales selecciona los que comprende con menor esfuerzo, los que más atractivos le parecen y los más congruentes con su personalidad, sus valores y normas culturales.

Por su parte, Berelson (1948) se orienta fundamentalmente a estudiar el contenido de la comunicación, desarrollando la técnica del análisis de contenido, con base en la cual se realizan numerosos estudios. El autor define al análisis de contenido como una técnica de investigación que sirve para describir objetiva, sistemática y cuantitativamente el contenido manifiesto de la comunicación. Berelson afirma que la gente prefiere ver y escuchar mensajes acordes con sus predisposiciones y convicciones, mientras que se resiste a captar los que se oponen a ellas.

Berlo (1977) aporta como elementos fundamentales los conceptos de proceso, propósitos y objetivos de la comunicación. Sostiene que al comunicarse se tiene la intención básica de ejercer una influencia en el ambiente y en los demás. Más específicamente, el autor afirma que el objetivo central de la comunicación es generar una conducta determinada en el destinatario. Berlo se enfoca primordialmente en el proceso básico de la comunicación y lo esquematiza como punto de partida para su comprensión.

En general, la corriente funcionalista se ha esforzado por presentar un cuadro del funcionamiento de la comunicación. A partir de la complejidad de elementos e interrelaciones que intervienen en el proceso —particularmente en el caso de la comunicación masiva—, según se ha esbozado y esquematizado en el capítulo II, se desprende que cada mensaje puede implicar varios mensajes simultáneos; diversos marcos de referencia y grupos de pertenencia; distintas connotaciones y denotaciones; múltiples factores influyentes y determinantes tanto en el emisor como en el receptor; complicadas formas de retroalimentación directa o indirecta; diversos lenguajes, códigos, símbolos y signos, así como múltiples problemas generados por el ruido. En torno a esta compleja problemática se han desarrollado innumerables investigaciones de las que ha surgido un gran cúmulo de información. Sin embargo, éstas han tendido en general a mostrar relaciones aisla-

das, a nivel de análisis, entre los elementos del proceso. Asimismo, tales investigaciones han ofrecido un conocimiento amplio y profundo, aunque parcial, y han tenido, hasta ahora, muy escasos intentos de síntesis.

ESTRUCTURALISMO

Tras el auge de la corriente funcionalista, en torno al estudio de la comunicación surgen diversas tendencias críticas, que en general se suelen abordar desde una orientación estructuralista. El enfoque estructuralista del estudio de la comunicación se originó a partir de los estudios lingüísticos de Saussure (1967), y se ha desarrollado básicamente en Europa.

El estructuralismo utiliza modelos para estudiar la significación de la acción humana en su contexto. Las unidades interrelacionadas no se consideran como un conjunto de órganos, sino como formas significantes. Asimismo, el análisis estructural no se orienta primordialmente a relaciones de causalidad, sino a relaciones lógicas que estructuran modelos de comunicación. En este sentido, la comunicación se define como la acción que permite a un individuo, en un tiempo y lugar determinados, participar de las experiencias de otro individuo o de los estímulos del ambiente, utilizando los elementos que tienen en común, para lo cual es fundamental que el emisor y el receptor tengan un código compartido.

Moles establece cinco pasos para investigar la comunicación desde el punto de vista estructuralista:

- Delimitar el contexto común entre emisor y receptor (político, económico, social o cultural).
- Determinar la naturaleza del contenido.
- Analizar cuantitativamente el contenido; todos los aspectos de éste se clasifican en categorías y se cuantifican. Las categorías pueden referirse a asuntos o temas.
- La cuantificación se basa en la repetición o redundancia de las unidades de los mensajes, la cual determina una medida de los mismos.
- Por último, el analista enuncia el conjunto de leyes o acuerdos establecidos de antemano entre emisor y receptor, a fin de construir un modelo de los mensajes e interpretar así los resultados de su análisis.

En esta misma línea se destacan tres etapas básicas para comprender un acto comunicativo:

- Analizar la naturaleza y las características de emisor y receptor, así como su reacción.
- Analizar el mensaje.
- Insertarlo en un marco de referencia, que incluya las experiencias o los conocimientos previos del emisor y del receptor.

Uno de los investigadores más firmemente dedicados a la semiótica es Umberto Eco, cuyo enfoque incluye todos los procesos culturales en los que se da un proceso de comunicación. Este enfoque pretende demostrar que, bajo los diversos procesos culturales comunicativos, hay sistemas constantes que permanecen ocultos. El enfoque semiótico afirma que tales sistemas constantes son equivalentes a las estructuras. De acuerdo con Eco, las unidades de análisis del mensaje pueden ser: todo el mensaje en cualquier medio (televisión, radio, prensa) o las partes que lo integran (personajes, letras, encuadres, situaciones), las que adquieren sentido por las relaciones que tienen entre sí.

Roland Barthes (1976) es considerado el teórico más destacado en el campo de la aplicación del estudio de la semiología al proceso comunicativo. De acuerdo con él, la semiología trata del estudio de los sistemas de signos en la vida social y del estudio del modo en que se organizan los componentes de un objeto o signo, esto es, sus significantes y significados. El significado es una representación psíquica del objeto, en tanto que el significante es un mediador cuya definición es inseparable de la del significado.

En los códigos visuales, Barthes distingue tres mensajes:

- Lingüístico o literal, que puede tener dos funciones, de anclaje o de relevo.

- Denotativo, que está constituido por la composición plástica, la abstracción de cada componente y la descripción de los objetos.
- Connotativo, que corresponde a todos los significados posibles del contenido y la interpretación de los elementos presentes. Es un mensaje compuesto: simbólico y cultural.

Para los estructuralistas, las características de los diferentes medios hacen que los significados adquieran sentidos diferentes. Bajo esta premisa, el estudio de los procesos de comunicación masiva debe considerar necesariamente la complejidad propia de su objeto de estudio, partiendo de que las emisiones están elaboradas siempre dentro de un contexto con implicaciones sociales específicas. Al estudiar a los emisores o productores de los mensajes, deben considerarse sus intenciones, su formación cultural, su trabajo de equipo. Así, se presupone que la producción de un programa de televisión se realiza dentro de un medio cultural, que está impregnado por su sociedad. En el otro extremo del proceso, en cuanto a la recepción por parte de la masa y de cada uno de los individuos que la integran, se da también en un contexto que incluye elementos sociales y psicológicos, así como procesos de percepción selectiva, características de personalidad, etcétera.

El punto de partida dentro de esta corriente es el

reconocimiento de la recepción activa. Desde este punto de vista, el receptor es quien otorga el significado a la comunicación y produce un sentido. Según el enfoque estructuralista, los investigadores consideran que cuando la audiencia interacciona con los medios de comunicación, lo hace a partir de sus esquemas mentales y de su historia. En este sentido, nadie se enfrenta a la pantalla con la mente en blanco, dispuesta a recibir indiscriminadamente todo lo que aparezca en ella. Se plantea que cualquier mensaje tiene potencialmente múltiples significados, que permiten muy diversas interpretaciones por parte de cada uno de los receptores. Cada interpretación se considera como un proceso sumamente activo, que pone en juego las vivencias propias con aquellas provenientes de la pantalla; aunque puede ser mínima la parte que aporta cada sujeto, su existencia es innegable.

Algunos estructuralistas sostienen que los medios de comunicación masiva constituyen la institución hegemónica más importante en la actualidad. En su momento, Luis Althusser reivindicaba el papel de la escuela como institución hegemónica fundamental. Sin embargo, Enrique Guinsberg y Javier Esteinou —estudiosos mexicanos contemporáneos de los medios— consideran que éstos predominan en la actualidad. De acuerdo con ellos, tales medios de comunicación conforman el principal aparato ideológico del Estado, pues constituyen —a partir de 1930, año

en que se inicia la consolidación del desarrollo de la tecnología de la transmisión electrónica de información— una institución hegemónica en el proceso de ideologización. Por su parte, Rocagliolo considera que en la fase transnacional, los medios de comunicación tienden a convertirse en aparato ideológico y agencia de socialización predominante, desplazando en parte a la familia, a la Iglesia y al aparato escolar.

Considerando que entre las instituciones sociales existentes, en cada época y contexto histórico, alguna ha ejercido un papel hegemónico, y reconociendo la disminución del peso de la institución familiar y el surgimiento y acelerado desarrollo de los medios masivos de comunicación, especialmente la televisión, ha llegado a plantearse que la televisión es hoy en día la institución hegemónica que controla la educación de los individuos, desplazando a quienes ocuparon ese papel en el pasado: la familia, la Iglesia y la escuela. Diversos analistas otorgan un papel primordial a los medios masivos de comunicación en la actualidad, como institución de influencia: por su llegada muy temprana a los sujetos (en los primeros años de vida), antes que la escuela, por la magnitud del tiempo dedicado a ellos, el encuentro de mayor placer y menor exigencia, y en muchos casos, por el bajo nivel de acceso a la educación formal y a la convivencia familiar (Guinsberg, 1991a).

En este papel, la televisión tiene ventajas importantes con respecto a las instituciones tradicionales:

- Da sin pedir nada a cambio
- Constituye una especie de niñera electrónica
- Ocupa el tiempo libre sin necesidad de salir del hogar
- Es omnipresente
- Convierte la educación en una diversión

Sin que ello signifique que vayan a desaparecer otras instituciones, no se puede pasar por alto el papel cada día más importante que ha adquirido la televisión. Ello se debe, en gran medida, a que los estilos de vida modernos, sobre todo urbanos, implican que los padres dispongan cada vez de menos tiempo para compartir con sus hijos, por lo que éstos quedan, desde la más temprana edad, en manos de la “nana electrónica”.

Las razones del desplazamiento de otras instituciones hegemónicas, particularmente la escuela, son claras. Por ejemplo, la televisión exige a los niños y adolescentes —que pasan frente al televisor muchas horas antes de entrar a la escuela y le dedican más tiempo que a ella durante la educación básica y media— un esfuerzo mínimo para mirar pasivamente una programación atractiva. Por otro lado, estos mismos niños y adolescentes se aburren en las aulas ante maestros que por lo regular carecen de capacidad, motivación, recursos y programas adecuados y

atractivos para enseñar, y que en general se limitan a transmitir conocimientos abstractos poco relacionados con los intereses de los alumnos. Así, estos últimos se encuentran ante dos opciones desproporcionadamente diferentes: una que cuenta con enormes presupuestos y elementos económicos, tecnológicos y humanos para transmitir sus mensajes, frente a otra carente de todo tipo de recursos básicos que, además, ejerce represión e impone castigos y obligaciones.

En virtud de su actual papel hegemónico, los medios han asumido el papel de conductores de la masa. Y lo hacen como institución en sí, más allá incluso de figuras concretas, especialmente cuando hay una coherencia de tipo ideológico. Ello no excluye la existencia de conductores personalizados dentro de la estructura, como el caso de algunos personajes de la televisión mexicana, verdaderos líderes de opinión.

De acuerdo con Marcuse (1968), los medios masivos constituyen un instrumento utilizado para mantener una cierta forma de totalitarismo, que funciona a base de crear y manejar falsas necesidades de entretenimiento, ocio, información y consumo. Afirma que dichas necesidades son impuestas por importantes intereses creados y que su existencia es útil para mantener determinadas y convenientes actitudes y hábitos.

Mientras la escuela funcionalista se ha dedicado

a estudiar aspectos específicos —como la violencia, el sexo y la educación— en relación con los medios, el enfoque estructuralista plantea que los resultados de tales estudios son necesariamente parciales e incompletos por estar descontextualizados, y propone que el enfoque debe ser globalizador. El papel de los medios y su influencia en casi todas las esferas del quehacer y el desarrollo humanos es indiscutible. Por lo mismo, dicho papel no puede ni debe aislarse del contexto en que éstos desarrollan su influencia ni del contexto social en los que operan. Como indica su nombre, se constituyen en intermediarios, mediaciones o mediatizadores, no elementos independientes y, por tanto, mediatizan las relaciones entre grupos de poder, grupos de influencia y grupos masivos heterogéneos, dispersos y sin poder. Los grupos de poder controlan los medios y, en consecuencia, determinan su uso, que obviamente responde a sus intereses particulares.

Como parte de una actitud crítica ante el funcionalismo, surgieron de manera casi simultánea diversas tendencias críticas en torno al estudio de la comunicación, las cuales, si bien comparten un rechazo de la visión simplista y fraccionada que desarrolló éste, se diferencian en cuanto al mayor o menor peso otorgado a determinados elementos y etapas del proceso comunicativo. Entre ellas destacan, por su importancia, el análisis marxista, el psicoanálisis y el enfoque basado en los usos y gratificaciones.

MATERIALISMO HISTÓRICO

En un principio, el estructuralismo aplicado al estudio de la comunicación se presentó, unido a la corriente de pensamiento marxista, como análisis del discurso. Según el marco de la reflexión teórica de Adorno y Horkheimer, que a través del paradigma teórico de la “industria cultural”, hacen de la comunicación el centro de un análisis sociofilosófico. Ambos teóricos establecieron la Escuela de Francfort, que ha sido continuada hasta la actualidad gracias a los trabajos de Habermas. Inspirado en las argumentaciones básicas del análisis marxista y en el psicoanálisis freudiano, Adorno desarrolla una visión pesimista del mundo de la cultura y de la historia, la cual aplica a la crítica de la civilización de la cultura de masas y de la industria cultural.

La Escuela de Francfort ha tenido una influencia filosófica importante entre los estudiosos de los fenómenos culturales y comunicativos en gran parte de la izquierda americana y europea sobre todo en los años sesenta y setenta. Esta corriente representa una visión crítica de la cultura de masas. Con base en el método del materialismo histórico, parte del supuesto del control de los medios masivos de comunicación por la clase social dominante. En términos generales, esta corriente de estudio inicia una visión crítica y pretende detectar las estructuras de propiedad de los grandes medios y los artificios me-

diante los que, a través de los mensajes, cumplen una función ideologizante, colaborando a una comprensión de la función política de los medios.

El marxismo es un modo de acercamiento, adoptado por algunos teóricos de la comunicación, al fenómeno comunicativo. Con las herramientas conceptuales de lucha de clases, totalidad, teoría-praxis, análisis histórico, dialéctica e ideología, se han dedicado a desentrañar lo que consideran son las realidades fundamentales del conjunto de la sociedad y sus operatividades comunicacionales. En esta línea se ha trabajado para desarrollar y aplicar la teoría de la dependencia como clave explicativa de la situación de la comunicación masiva-colectiva. La visión marxista del fenómeno comunicativo es dinámica y ha adquirido matices variados dependiendo del momento histórico, basándose en diversas propuestas desde la Escuela de Francfort hasta los recientes desarrollos de Habermas y la Nueva Izquierda inglesa (Fuentes, 1990).

Los seguidores del enfoque anterior no intentan elaborar una ciencia de la comunicación ni plantear los problemas como explicables en sí, sino que consideran a la comunicación como un hecho social que, aunque se origina y desarrolla en la superestructura —es decir, en el ámbito de las ideas y las representaciones del mundo—, participa también del orden económico y se encuentra históricamente determinado por él. De ahí que los medios de comu-

nicación masiva sean considerados como instituciones caracterizadas por el modo de producción, capitalista o socialista, en que surgen.

La interpretación sobre la comunicación representa aquí una parte integral de la ciencia que estudia a la sociedad. Las instituciones o empresas de comunicación generan un producto de características muy específicas: el mensaje, y los diversos autores dirigen su atención a las diferentes partes del objeto de estudio. Así, el mensaje se ha estudiado como mercancía, como vehículo ideológico y como generador de cultura de masas.

En los inicios de esta corriente se ubica Marcuse (1968), quien sostiene que los medios constituyen un instrumento para mantener cierta forma de totalitarismo. Según él, los intereses creados por los grupos de poder imponen falsas necesidades al individuo como una forma de mantener las actitudes y los hábitos establecidos. En concreto, Marcuse propone, como único camino viable para liberar a la gente de la opresión de las falsas necesidades y permitirle adoptar otras alternativas de vida, la abolición de la propaganda y del adoctrinamiento a través de los medios de información y entretenimiento.

No existe una teoría marxista de la comunicación, ni mucho menos esquemas específicos, sino que con base en los esquemas ya elaborados por otros teóricos, y considerando los elementos básicos y generales del proceso comunicativo, diversos inves-

tigadores se han abocado al estudio de las instituciones de comunicación masiva y a la interpretación de los mensajes que generan, bajo este enfoque global.

Hund D. Wulf ha estudiado la publicidad y el manejo de las noticias como una mercancía comercializada por la clase dominante a fin de conservar y reforzar su situación. Wulf destaca el hecho de que la comunicación social sea unilateral y se utilice con propósitos de manipulación.

Por su parte, Hans Magnus Enzensberger considera a los medios de comunicación social como un producto del desarrollo industrial, cuya creación se explica por la necesidad de este mismo desarrollo de generar nuevas formas de control de las conciencias y métodos más eficaces para transmitir la información. Asegura que la cuestión fundamental no es discutir si los medios son manipuladores, lo que da por comprobado, sino más bien determinar quién los manipula y para qué. Asimismo, sostiene que, en su forma actual, un medio como la televisión, no sirve a la comunicación, sino que la previene, ya que impide la acción recíproca entre emisor y receptor, y reduce la retroalimentación a su nivel más bajo requerido por el sistema. Enzensberger equipara la distinción técnica entre receptores y transmisores con la división del trabajo entre consumidores y productores, que en la industria de la conciencia adquiere una peculiar importancia política.

Edgar Morín desarrolla una concepción de la cul-

tura de masas basada en la teoría marxista y muestra cómo surgen históricamente los medios de comunicación de masas, como una respuesta al tiempo libre de que empieza a disponer cada vez más el hombre. Plantea que el hombre contemporáneo está siendo constantemente bombardeado por una serie de mensajes que aparentemente sólo lo distraen, entretienen o divierten; sin embargo, su contenido no es neutral ni autónomo, sino que responde a los intereses específicos de quienes poseen los medios de difusión. En los regímenes capitalistas, los medios y sus propietarios se plantean como objetivo central el lucro, en tanto que los medios en poder del Estado pretenden convencer, educar y propagar una ideología.

A principios de los años setenta, con el auge de la semiología como instrumento de análisis del lenguaje, y con los aparatos ideológicos del Estado como explicación de la dominación ideológica, la comunicación como campo de estudio de la ideología y en un marco de violentos cambios políticos en Latinoamérica, surge lo que se ha llamado reflexiones o estudios críticos de la comunicación. Aunque los resultados de tales estudios actualmente han sido superados, su principal aporte fue diferenciarse de los estudios emanados del funcionalismo y criticar su objetividad e intencionalidad (Corona, 1989). Bajo esta corriente enmarcada en el estructuralismo y con elementos del materialismo histórico, se gene-

ran trabajos como los de Armand Mattelart, Ariel Dorfman y Manuel Jofre.

Mattelart es el teórico más conocido dentro de esta línea gracias, en parte, a la amplia divulgación que han tenido muchas de sus obras. Entre ellas, *Para leer al Pato Donald*, por ejemplo, destaca el contenido ideológico subyacente en los famosos personajes de Disney, que antes se consideraban inocuos. Para él, los medios en poder de las clases dominantes despojan a los hechos del contexto que les da sentido, con lo que desaparece el sentido objetivo del fenómeno transmitido como realidad social (Mattelart y Mattelart, 1981).

Dentro de la línea marxista de pensamiento, Mattelart y Mattelart (1981) se refieren al impacto que tienen los medios masivos sobre el individuo y destacan que cada vez se reducen más las áreas en que éste puede quedar al margen de la influencia de los medios audiovisuales. En referencia específica a la televisión, Mattelart señala que el peso cualitativo y cuantitativo del impacto televisivo es evidentemente muy superior, por su penetración, al de la lectura.

Los investigadores anteriores estudian, en diferentes trabajos realizados en colaboración, diversos medios de comunicación. Por ejemplo, Dorfman y Mattelart (1974) analizan la ideología transmitida por los personajes de Disney y encuentran que éstos y sus historias buscan ocultar las contradicciones reales, especialmente las existentes entre países ca-

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

pitalistas y subdesarrollados. Dorfman y Jofre (1974), por su parte, analizan de manera similar a los héroes más famosos de las historietas, como Superman, y destacan que asuntos como la justicia, la propiedad privada, la naturaleza, las relaciones sociales y el individualismo se plantean en términos ideológicos. Con base en su análisis, concluyen que las historietas cumplen el propósito explícito de entretener al lector y los propósitos implícitos de propiciar la evasión y negar las contradicciones del sistema social capitalista.

De este modo, dichos autores destacan los siguientes recursos ideologizantes:

- Maniqueísmo.
- Individualismo.
- Relaciones verticales de dominio.
- Eliminación de la vida cotidiana.

En esta misma dirección, Mattelart (1973) investiga los sistemas de control multinacional que operan en el programa infantil Plaza Sésamo, encontrando financiamiento de importantes empresas trasnacionales (Xerox, IBM, Coca Cola, Disney, Avon y General Electric) y del gobierno norteamericano, y apoyo de empresas locales y gobiernos nacionales en diversos países en que se transmite la serie. Los resultados de este estudio destacan la trascendencia de la presencia imperialista en Latinoamérica, no sólo en

la televisión comercial, sino en la educativa, cuya intención es, según el autor, una coartada para re-
mozar la imagen de la televisión comercial de los
grupos dominantes.

Mattelart y Mattelart (1981) afirman que la ideo-
logía es la reserva de signos utilizados por una clase
para imponer la idea de sociedad que conviene a sus
intereses. Al penetrar en las diversas esferas de la
actividad individual y colectiva, la ideología cimienta
y unifica el edificio social. El proceso ideológico
opera silenciando los orígenes del sistema de mane-
ra que los individuos puedan vivirlo como un orden
natural. El medio de comunicación de masas es un
mito en la medida en que se le considera como una
entidad autónoma sin relación con la sociedad. Se
culpa, entonces, a los medios de crear o propiciar la
agresividad, principalmente a través de la violencia
y la pornografía.

En la sociedad capitalista, el medio de comuni-
cación homogeneiza la cultura, a la vez que neutra-
liza y desorganiza a las clases dominadas y se encarga
de hacer funcionar cotidianamente la norma del
individualismo. Por otra parte, los medios ejercen
el autoritarismo y la manipulación utilizando un
lenguaje que encarcela a los protagonistas del pro-
ceso social entre dos polos irreconciliables, divide
al mundo en dos esferas: buenos y malos, y utiliza la
justificación del orden, la armonía y la tranquilidad
para llamar a la represión.

Dentro de esta corriente se han desarrollado importantes trabajos teóricos. Por ejemplo, Fuentes (1986) destaca que, en términos de comunicación, no hay duda de que las posibilidades objetivas de participación no son iguales para todos los miembros de la sociedad. De ahí que, desde su misma base, la comunicación refleje las disparidades en el acceso a los bienes materiales y espirituales que caracterizan a la estructura social. Así como la riqueza y el poder se concentran en el plano económico-político en una minoría, las capacidades comunicativas se distribuyen inequitativamente, en estricta relación de determinación con la estructura que hace que unos sean propietarios del capital, el poder y el destino social, mientras otros son dueños nada más de su fuerza de trabajo y su capacidad de sumisión.

De aquí resulta la primera y fundamental condición de la comunicación en nuestra sociedad, ante la cual debe haber respuestas teóricas adecuadas: “comunicar” deja de significar “compartir” y se convierte en sinónimo de “imponer”, de dominar. La reversibilidad ideal del proceso, en que emisor y receptor alternan libre y equilibradamente sus papeles, se transforma en una rígida estructura vertical descendente. En ésta, los emisores de la cúspide ejercen su poder sobre los receptores de la base, cuya posibilidad de respuesta es minimizada cada vez que intentan emitir sus propios mensajes hasta que dejan de intentarlo y aceptan pasivamente su

condición subordinada. El ejemplo más claro de esta verticalidad lo encontramos en el sistema de los llamados “medios masivos”.

Causa y efecto de la estructura vigente de relaciones sociales, la comunicación muestra en sus mensajes, medios, códigos y efectos una tendencia cada vez más comunicante. Ya sea que se asuma o evite el papel de receptor pasivo, como instrumento de cohesión social y de reafirmación social del sentido de la existencia, la comunicación sufre por fuerza serios menoscabos. De este modo se explica que, precisamente en la época del auge de los medios masivos —sobre todo en países como el nuestro—, cundan la desinformación y la incomunicación; la enajenación del individuo y de los grupos; la pérdida del sentido de la vida y la degradación cultural (Castilla del Pino, 1970).

Dentro de esta corriente, los medios masivos forman parte inseparable del proceso de reproducción del capital y se insertan dentro del sistema económico de los grandes monopolios. Estos trabajos, que denuncian los elementos básicos del modelo hegemónico (unidireccionalidad y descontextualización de los procesos comunicativos), no han logrado, sin embargo, superarlo. Aun cuando contextualizan el proceso comunicativo, abstraen el elemento cultural, hacen hincapié básicamente en el emisor y sus motivos, pero continúan considerando al receptor como un ente pasivo e inerte (Corona, 1989).

PSICOANÁLISIS

Este enfoque parte básicamente de las aportaciones teóricas de Freud en torno a la relación hombre-cultura. A su vez, éstas se basan en su teoría del aparato psíquico y, en particular, de la formación del Yo y el SuperYo a partir del proceso de socialización. El Yo surge tanto como una instancia de adaptación en virtud del contacto con la realidad, como mediante identificaciones con figuras específicas con las que entra en contacto; por su parte, el SuperYo aparece por la internalización de las normas morales imperantes. A partir de estas premisas, es posible comprender la importancia de los medios, sobre todo la televisión, al ser los principales y predominantes presentadores de la realidad.

Quienes han abordado el estudio de los efectos de los medios desde esta perspectiva, parten de la premisa psicoanalítica de que la formación del Yo se produce al pasar el sujeto del principio del placer al de realidad. Si se considera que, en la actualidad, los medios masivos son el recurso fundamental de contacto con la realidad, éstos resultan determinantes en el proceso de formación de la personalidad. La trascendencia de los efectos destaca si se toma en cuenta que los medios no presentan la realidad verdadera y total, sino fragmentos incompletos y a menudo distorsionados de ella, sea por razones técnicas inherentes a cada medio o por razones intencionales (conscientes o no).

Enrique Guinsberg, psiquiatra con formación psicoanalítica, aplica elementos del psicoanálisis al estudio de los efectos de los medios masivos y de la televisión en particular, sobre el hombre. Afirma que los medios se han constituido en un filtro interpuesto entre individuo y realidad. Al no haber posibilidad de acceso a la información de primera mano, esto es, a la fuente directa, para verificar la realidad, se tiende a aceptar como tal la presentada (por supuesto, manipulada) por los medios, aunque ésta no represente la realidad objetiva. Así, se plantea como fundamental integrar el análisis psicológico y el social al estudio de los medios y sus efectos (Guinsberg, 1991b).

El principio de realidad es un aspecto central en la estructuración psíquica de los sujetos, cuya conducta se basa en su idea de realidad. Si se parte de que la construcción del Yo se realiza por contacto con ésta y mediante el proceso de identificación, es fácil comprender la influencia de los medios, ya que actualmente éstos, sobre todo la televisión, son los principales constructores de la realidad (Guinsberg, 1991a). Es conocida la extensa denuncia sobre la tergiversación y la manipulación de la realidad por los medios. Al respecto, Guinsberg (1991a) afirma que “puede haber tanta realidad en un programa de ficción, como ficción en un noticiero” (p. 31).

Según este enfoque teórico, entre los procesos básicos que operan en relación con los medios ma-

sivos están la identificación, la internalización de valores del SuperYo, con constantes reforzamientos y demostración de los castigos a la violación de las normas imperantes, la promoción de ideales del Yo y los objetivos de vida.

Los primeros cinco años de vida de un sujeto, que de acuerdo con los psicólogos son fundamentales en la formación de la estructura psíquica, reciben ya una influencia importante de la televisión. Se puede afirmar que los medios, y en especial la televisión, se han convertido en la fuente principal de los tres satisfactores básicos de que habla Freud: satisfacciones sustitutivas, diversiones y sustancias embriagantes.

Por otro lado, en palabras de Guinsberg (1991b, p. 44), puede hablarse del efecto alienante de los medios

vinculando alienación con identificación, como proceso donde la introspección de contenidos (de figuras admiradas, roles-modelos, mercancías, etc.) significa colocar la propia identidad (o aspectos de ésta) en tales figuras y objetos, teniéndolos dentro de uno mismo, es decir, la presencia de otros internalizada.

Para crear o re-crear la realidad de acuerdo con sus intereses, cuentan con múltiples elementos para la desinformación, como son la omisión, la descontextualización y la distorsión, entre otros. Como señala Guinsberg (1991b, p. 42), esta utilización de los medios

responde a un objetivo muy preciso: lo que los hombres hagan y piensen estará basado en su idea de la realidad, de allí la necesidad de mostrar una, dar un sentido de la misma o enmascarar (o negar) el acercamiento a lo que no se quiera que se conozca. Un Yo desconocedor del real sentido de la realidad actuará (si es que lo hace) de manera poco eficiente para modificar lo que se pretende que no cambie.

En el nivel individual, Guinsberg (1992) considera que, en el análisis de los contenidos de los medios, el concepto de identificación es primordial: la motivación central de las programaciones (antes con más fuerza en la radio y ahora en la televisión) es despertar la identificación del público con quienes aparecen como figuras estelares. De este modo, cada vez es más difícil escapar de tales influencias de los medios y de la problemática que genera la identificación con personajes que son modelos de perfección. Por otro lado está la manipulación de las necesidades del receptor, que explican el éxito de programas con contenidos afectivo-emocionales, violentos, dramáticos o románticos. Semejantes programas permiten que los receptores canalicen en ellos sus deseos y necesidades.

Para tratar de definir el concepto de medios masivos, tan utilizado actualmente, Guinsberg se remite a la concepción freudiana de masa, desarrollada en *Psicología de las Masas*, donde Freud explica las características de una masa psicológica:

cualesquiera que sean los individuos que la componen, y por diversos o semejantes que sean su modo de vida, ocupaciones, carácter o inteligencia, el mero hecho de hallarse transformados en una masa los dota de una especie de alma colectiva en virtud de la cual sienten, piensan y actúan de manera enteramente distinta de cómo sentiría, pensaría y actuaría cada uno de ellos en forma aislada.

USOS Y GRATIFICACIONES

El campo de estudio dominado por las teorías funcionalistas ha dedicado gran parte de sus esfuerzos a analizar las necesidades de la audiencia. Algunos investigadores intentan superar, de esta manera, la visión pasiva del espectador. Así, lo consideran como un sujeto activo en el uso de los medios, ya que este uso se relaciona con ciertas expectativas y necesidades de los espectadores. En esta línea se desarrolla el enfoque basado en los usos y gratificaciones. Este enfoque intenta ayudar a comprender el significado y la finalidad del uso de los medios masivos y sugerir nuevas variables que se deben considerar en la búsqueda de efectos. Surge de la premisa de que los valores, los intereses, las asociaciones y las funciones sociales de la gente determinan lo que ésta decide ver y escuchar, así como su disponibilidad a aceptarlo según sus motivaciones.

De acuerdo con McQuail (1969), los siguientes

son los postulados fundamentales del concepto de “usos y gratificaciones”:

- Los individuos o grupos están sujetos a ciertas presiones de su medio social.
- Dichas presiones crean necesidades percibidas de manera subjetiva (por ejemplo: información, evasión, confianza, compañía, compensación).
- Éstas determinan, a su vez, una conducta dirigida a la satisfacción de tales necesidades.
- El uso de los medios forma parte de esa conducta.

Se ha señalado que no toda la gente ve la televisión de la misma manera; sus usos y motivaciones son muy variados: algunos la ven como medio básico de diversión o para ocupar su tiempo libre, otros porque desean estar informados, saber lo que ocurre en el mundo o a su alrededor; algunas personas la ven con máxima atención y concentración, mientras otras sólo la usan como ruido de fondo mientras realizan múltiples actividades o para no sentirse solos; algunos la utilizan como somnífero, mientras concilian el sueño. Para muchas personas la televisión es toda su existencia, una ventana mágica al mundo, un espejo de la vida y de la historia, o simplemente, una forma de pasar el tiempo, entretenidos y olvidados de preocupaciones. También es un símbolo, como el refrigerador, de integración a la vida moderna.

Se habla de una tipología de necesidades de la audiencia que consiste en la búsqueda de diversión, relaciones personales, identidad personal, vigilancia, etc. Según estas hipótesis la televisión se usa como un objeto para escapar del tedio cotidiano, para tener un tema de conversación, para comparar la gente y acontecimientos vistos en la televisión con la propia experiencia, para mantenerse en contacto con los grandes acontecimientos.

Cazeneuve (1967) afirma que la televisión interesa principalmente a los individuos que buscan distracciones pasivas, y menciona una distinción entre dos tipos de telespectadores: quienes buscan la evasión para huir de presiones emocionales, sociales o personales, y quienes, por el contrario, buscan que la pantalla chica amplíe su contacto con la realidad.

Por su parte, Vilches (1996) revisa estudios desarrollados en diversos países en relación con los usos y gratificaciones de la televisión. Destaca los siguientes:

- En Suecia se señalan tres funciones relevantes: escape o diversión; información y conocimiento; utilidad social orientada a la acción práctica.
- En Finlandia se proponen también tres funciones: visión del mundo, diversión y utilidad social (Pietila, 1976).
- En Francia hay tres funciones parecidas: entretenimiento, información y utilidad (Prix Jeneusse, 1976).

- En los Estados Unidos: utilitarismo, defensa del Yo, expresión de valores y función informativa (Robinson, 1972).
- En Canadá: vigilancia y relajación (Canadian Broadcasting Corporation, 1975).
- En Israel: matar el tiempo, saber lo que pasa en el mundo y tener contacto social (Katz y Peled, 1974).
- En Australia: identidad personal, contacto social, diversión e información (Kippax y Murray, 1980).

Los usos y gratificaciones de los medios en relación con la audiencia parecen bastante generalizables. El mismo Vilches (1996) señala cuatro rasgos principales como base de una tipología sobre el tema:

- La televisión, y en general los medios, se usan con una finalidad directa, pero cada medio se emplea para satisfacer necesidades específicas.
- La audiencia selecciona el medio y los contenidos que pueden responder a sus necesidades.
- Existen otras fuentes de satisfacción y los medios están llamados a competir con ellas.
- La audiencia está enterada de sus necesidades y las puede verbalizar cuando se le requiere.

Entre el tipo de gratificaciones más mencionadas por los investigadores en este sentido, destacan: la

adquisición de información sobre el entorno no inmediato; la evasión; la descarga de ansiedad, soledad, tensión y problemas por medio de mecanismos de identificación con héroes; la ayuda en la interacción social como tema de conversación; la provisión de un acompañamiento ritualista de las actividades cotidianas rutinarias, así como la búsqueda de diversión, entretenimiento y emociones sustitutivas.

En la línea de los usos y gratificaciones, conviene considerar, como propone McQuail (1969), que la estructura de casi todas las sociedades modernas se ordena de tal manera que las grandes mayorías quedan excluidas de las recompensas materiales elevadas y están incapacitadas para alcanzar las metas que motivan la actividad económica. Ante tal situación, las mayorías pueden lograr una realización vicaria mediante la identificación con estrellas y personalidades y la participación en el modo de vida exitoso de éstas (funciones de evasión e identificación vicaria).

Lo anterior se explica porque la gente busca participar, así sea de manera vicaria, en una forma de vida más emocionante y atractiva, aunque esto no siempre deba ocurrir en el nivel de la fantasía. A como dé lugar, la gente trata de escapar de una realidad monótona, limitada y con frecuencia desagradable. La opción de participar como espectadores en las series violentas puede ofrecer una alternativa a la simple identificación o evasión.

En el uso que da el público adulto a la televisión, Kippax y Murray (1980) han indicado que las necesidades y las características sociales del espectador intervienen en la selección de los programas que desea ver. La televisión aparece como el medio más idóneo para satisfacer las necesidades de evasión, entretenimiento e información, aunque ésta se percibe sólo débilmente como medio de contacto social o para cubrir necesidades de identidad personal. Lo más interesante no es que la televisión se perciba como fuente de gratificación, sino que se use efectivamente como tal. Así, quienes prefieren la información se dedican a ver muchos programas informativos y quienes buscan identificarse con personajes y situaciones sociales tienden a ver muchas series. En resumen, se plantea que la audiencia tiene ciertas expectativas sobre los medios y que ellas influyen en la selección del medio y de la programación. Este enfoque intenta superar la concepción individualista de los usos y funciones con una perspectiva más atenta a la contextualización del espectador en sistemas o grupos de audiencia.

En este mismo sentido, Manuel Martín-Serrano (1985, pp. 22-24) propone que

para comprender el control social que se canaliza por la información se necesita aclarar qué aportan los productores comunicativos y qué ocurre en las conciencias de las personas para que acepten como suyas unas

interpretaciones del mundo que son contrarias tanto a la objetividad como a sus intereses.

Para que esto ocurra, el autor supone que se deben satisfacer necesidades esenciales de la personalidad.

NUEVAS CORRIENTES

Al llegar la última década del presente siglo, algunos especialistas en el estudio de la comunicación consideraron conveniente revisar los logros obtenidos y los postulados que habían guiado hasta el momento la investigación en torno a la comunicación masiva, así como buscar nuevas propuestas y paradigmas más adecuados a los acelerados cambios de la realidad comunicacional.

En una primera etapa, el gran cúmulo de investigaciones desarrolladas bajo la influencia funcionalista proveyó una enorme cantidad de información y datos respecto a los posibles efectos de la televisión, sin lograr resolver la controversia acerca de sus beneficios y peligros. Durante los años setenta, el florecimiento de la corriente estructuralista aportó múltiples elementos para ampliar la perspectiva en torno al problema. De este modo, la televisión se analizó en forma exhaustiva y se desmitificó en apariencia en términos de sus estructuras económicas y políticas de poder, de sus mensajes y metamensa-

jes, y de la direccionalidad ideológica de sus manipulaciones. Más adelante, el enfoque de los usos y las gratificaciones descubrió que ambas posturas pasaban por alto un elemento fundamental: el receptor, que no había logrado superar la etiqueta de objeto y de víctima pasiva e indefensa, por lo que se le empezó a tomar en cuenta. Florecen entonces los nuevos paradigmas, aún vigentes, que enfatizan la reivindicación del receptor como sujeto interactuante e intentan una visión más amplia que busca integrar los elementos más importantes de los enfoques previos.

Clemente y Vidal (1996) plantean tres alternativas para valorar la naturaleza e influencia de la comunicación de masas:

- Estructural, con base en las condiciones externas (políticas, culturales y económicas) que conforman el funcionamiento de los medios en un contexto determinado.
- Comparativa, en relación con la comunicación directa o interpersonal.
- Psicosocial, en relación con la influencia de la comunicación masiva sobre las personas.

A partir de las alternativas anteriores enuncian cuatro funciones básicas que cumplen los medios masivos: distribución de conocimientos, estructuración simbólica de las relaciones de poder, elabora-

ción y reconstitución del entorno de la opinión pública y entretenimiento.

Dentro de esta nueva corriente crítica de estudio de la comunicación, diversos autores han empezado a desarrollar nuevas aproximaciones, que parten de abordajes teóricos surgidos recientemente de la sociología y la antropología. Ejemplo de ellos es la propuesta de Luhmann (reseñada por Burkle, 1994), quien aborda el estudio de lo social de manera integral a partir de la teoría de sistemas. En la obra de Luhmann, la teoría de la comunicación es un elemento central y el autor se aleja por completo de la forma unilateral y horizontal de entender la comunicación del esquema de Lasswell y de la propuesta funcionalista, que considera a los medios masivos como encargados de desempeñar una función social (informar, entender, educar) y que coloca la actividad comunicativa en manos de los “comunicadores sociales”, excluyendo al sujeto, que es visto sólo como receptor pasivo.

Lejos de esta visión, Luhmann señala tres elementos importantes del proceso comunicativo: información, notificación y comprensión. La información se entiende como aquello de lo que se habla; la notificación, como un componente expresivo que se traduce en acción, y la comprensión constituye el espacio mismo en que se genera la comunicación. La comunicación va más allá del mero proceso de transmisión, que supone falsamente que lo que trans-

mite el emisor es lo mismo que recibe el receptor. Burkle (1994) plantea que, de acuerdo con esta postura, la comunicación se realiza solamente cuando se procesa el estímulo; esto es, la comunicación se verifica cuando tiene lugar la comprensión.

Un primer problema en esta nueva línea consiste en buscar explicaciones a cuestiones aún no resueltas. ¿Por qué, si el receptor es un sujeto activo e inteligente, y la programación se rige por la demanda del público, continúa ésta ofreciendo contenidos de mal gusto y escasa calidad? ¿Cómo se explica que la gente, que no es tonta, acepte consumir mensajes que lo son? ¿Por qué el abrumador consumo televisivo ha constituido para las masas una parte irrenunciable de su vida diaria al margen de la calidad y el valor de los productos ofrecidos? ¿Cómo explicar que el televidente medio se queje recurrentemente de la paupérrima calidad de la televisión que se le brinda y, sin embargo, no deje de sintonizarla?

Kaplún (1996) busca explicar estas interrogantes descartando el supuesto básico del paradigma gratificacionista de que mirar televisión es siempre un acto significativo. Así, sugiere que existe un amplio consumo televisual no significativo o de bajo nivel de significancia. Considera que la recepción televisiva no se podría explicar sólo en función del atractivo de los mensajes ni del contenido significativo de los mismos; parece haber, además, un fuerte com-

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

ponente de hábito ritual adquirido, social y situacionalmente condicionado.

Desde una visión que denomina “neocrítica”, Kaplún (1996, pp. 207-214) propone la exploración de los condicionamientos sociales de la recepción masiva, de acuerdo con dos pautas:

- Reconocimiento de la coexistencia de diferentes modos de recepción.
- Contextualización del uso del medio y el consumo de mensajes.

Asimismo, el autor propone una tipología que reconoce tres modos básicos de recepción: gratificante, supletorio e incidental o aleatorio. En este último caso, ejemplifica los usos reportados por una serie de sujetos a los que entrevistó, entre los que destacan:

- Telón de fondo: el televisor, al margen de lo que emite y la atención que se le ponga, es un mueble que requiere estar prendido para existir.
- Somnífero: a muchos les facilita conciliar el sueño.
- Compañía vicaria: uso que le dispensa gran cantidad de personas, para quienes “el televisor encendido viene a ser como una compañía, que me hace sentir menos la soledad”.
- Dispensador de imágenes compensatorias, paliativo de la fealdad: para muchas personas que

viven en condiciones precarias y que casi no tienen relaciones afectivas o que son poco gratificantes, las imágenes y situaciones de la televisión constituyen un paliativo a sus carencias. “El placer de olvidar por un momento la miseria”.

En el caso de funciones supletorias, Kaplún menciona los siguientes ejemplos:

- Pobladora de horas vacías: la visión con atención discontinua y dispersa que llena el tiempo, a falta de mejores alternativas para ocuparlo.
- Ansiolítica: “para distraerse, relajarse y no volverse loco con las preocupaciones y problemas; como sustituto menos dañino que los tranquilizantes químicos”, “valium electrónico”.
- “Desenchufe”: para olvidar problemas. ¿Evasión, escape, fuga de la realidad?
- Profiláctica: del alcoholismo del marido, o *preventiva* del apetito de los hijos.
- Dilatoria de conflictos personales irresueltos o irresolubles: la televisión que llena el silencio en el contexto familiar disfuncional.

De acuerdo con datos de la CEPAL para el periodo 1980-1990, Kaplún (1996) destaca la aparente contradicción entre la contracción de los salarios reales en América Latina y el desproporcionado crecimiento del número de televisores en la región, lo que

subraya una apabullante simetría inversa. La explicación más plausible se desprende de las funciones antes citadas. Se retrata, así, a un sistema que ofrece más circo cuanto menos pan (Kaplún, 1996, pp. 215-216):

La necesidad de símbolos evasores es directamente proporcional a la privación material, con toda su secuela de exclusión cultural, inseguridad y angustia.

[...]

Así como esta civilización estresada y estresante inventó los psicofármacos y determinó la necesidad de acudir a ellos, ese mismo sistema responsable de las tensiones y presiones cotidianas crea el paliativo del entretenimiento prefabricado a domicilio y el hábito ritual de su consumo.

Por otro lado, Corona (1989), a partir de la crítica a la parcialidad y las limitaciones de las investigaciones basadas en las corrientes funcionalista y estructuralista, desarrolla una línea de investigación en torno a la relación entre la televisión y los niños. Así, la autora considera que tal relación no es mecánica ni instrumental, sino de apropiación. Descarta tanto la pasividad del sujeto frente al televisor como su racionalidad pura y percibe un imaginario que se opone a la homogeneización cultural contra los supuestos efectos únicos. La autora realizó un estudio con niños de cinco años de edad de la ciudad de México, en quienes observó la apropiación de con-

tenidos por medio del juego. Por “apropiación de mensajes”, Corona entiende lo que los niños toman no en forma idéntica, sino cómo lo hacen al jugar: por partes, mezclando y transformando los mensajes para su propia satisfacción. De esta manera, apropiación se contrapone a efectos.

En esta misma línea, Jensen (1992) afirma que uno de los hechos más significativos en la investigación de los medios de comunicación durante la década pasada ha sido la revaloración de la cultura popular y sus consumidores. La investigación cualitativa reciente indica que el público tiene la capacidad de asignar su propio sentido a los medios de comunicación y, además, que en el proceso de recepción los medios satisfacen una gama de intereses y placeres legítimos de la audiencia. El público se apropia el significado y lo transforma para sus fines particulares. Este autor destaca el valor explicativo de los estudios cualitativos de las audiencias como base para desarrollar una teoría social de la comunicación.

De acuerdo con la obra de Jensen, los medios de comunicación tienen al menos tres importancias diferentes para los receptores: En primer lugar, los medios pueden ser una fuente de información y un punto de observación del contexto social, que sugiere un curso de acción o al menos una disposición para ella. Segundo, los medios pueden ser una base de identidad social o autolegitimación al propor-

cionar un sentido de pertenencia a la comunidad, (sub)cultura u orden político. Por último, los medios pueden ser una forma de entretenimiento o diversión, que ofrece alivio de la ansiedad y un escape para el aburrimiento.

La atención de los estudios contemporáneos se orienta cada vez más a los aspectos macrosociales. Tales estudios subrayan que los medios producen modelos simbólicos, los cuales crean el entramado invisible de la sociedad en el nivel cultural. En la sociedad moderna, cada vez más diferenciada, los medios constituirían un sustituto funcional de los vínculos del grupo, al ocupar el sitio de lo que ya no se puede realizar concretamente, es decir, la reunión de todo el cuerpo social (Wolf, 1994). Más aún con las nuevas tecnologías, que actúan de manera instantánea y en varios lugares a la vez, siendo capaces de anular las distancias y eliminar las relaciones espaciales y asimismo, comprimir las duraciones temporales.

Un supuesto central de la investigación cualitativa de la audiencia es que la recepción de la comunicación debe verse como un proceso en que el significado se negocia y construye activamente. Según Jensen (1992), esta línea de investigación e interpretación teórica supera a la mayoría de las formulaciones de la investigación sobre usos y gratificaciones, pues sostiene que no sólo el origen, sino también la satisfacción de las necesidades comunicativas a tra-

vés de los usos de los medios de comunicación masiva, es un proceso complejo que ocurre en un nivel social y en un contexto cultural específicos.

Lull (1985, 1988, 1990) es uno de los pioneros de la investigación de la corriente crítica, y uno de los primeros en utilizar métodos cualitativos etnográficos para explicar el proceso de la recepción televisiva. En su importante y novedoso concepto del uso de los medios, Lull (1980) ha demostrado cómo el contexto inmediato del uso en el ambiente familiar, viene a dar forma a la recepción de la comunicación masiva.

Las investigaciones etnográficas sobre el comportamiento del público implican que el analista se ubique durante algún tiempo en el ambiente natural en que se reciben los mensajes de los medios. En este entorno utiliza la observación y las entrevistas en profundidad para recoger la significación del consumo medial y de la actuación comunicativa, y analizar después las percepciones, las cosas asumidas y compartidas, y la actividad y las interacciones de los sujetos estudiados (Lull, 1988).

El horizonte cognoscitivo abierto mediante el enfoque cualitativo se orienta a la realidad más compleja que se refiere a los procesos de socialización y de construcción de las representaciones sociales.

En fechas más recientes, algunos estudiosos del campo empezaron a rechazar la división radical existente entre los diversos enfoques o corrientes teóri-

cas. De este modo, se han orientado hacia una concepción integradora que, si bien no llega a ser una propuesta ecléctica, sí parte de las aproximaciones entre los puntos de vista de las diferentes corrientes, con lo que surgen nuevas modalidades conceptuales.

A partir de esta crítica, Orozco-Gómez propone, basado en autores como Lull y Jensen, una nueva corriente denominada análisis integral de la recepción, según el cual el proceso de ver televisión reúne las siguientes características:

- En su interacción con la televisión, el receptor está condicionado social y culturalmente; la interacción televisión-audiencia es un proceso que antecede y prosigue al tiempo de estar frente a la pantalla.
- El receptor no es un receptáculo vacío, sino que enfrenta al medio con una serie de actitudes, ideas y valores, que conforman un repertorio cultural.
- Por estas razones, el receptor no resulta afectado irremediable y unívocamente por lo presentado en la televisión, sino que lleva esta apropiación a otros espacios sociales donde también interactúa (Herrán, 1994).

De acuerdo con la nueva teoría de la recepción televisiva, desarrollada en México por Orozco-Gómez, el proceso de mediación no se limita a las ho-

ras que el televidente pasa frente a la televisión, sino que transcurre a lo largo del tiempo. Además, el receptor se considera como un sujeto que no enfrenta la pantalla con la mente en blanco, sino con una serie de actitudes, ideas y valores —su repertorio cultural—, que entran en juego con las propuestas de los mensajes televisivos. Orozco-Gómez menciona cinco categorías fundamentales de mediaciones: cognitivas, culturales, referenciales, institucionales y videotecnológicas.

Orozco-Gómez (1994) introduce también el término “televidencia” para referirse al proceso de recepción televisiva como una acción e interacción de ambigüedad, resistencia, negociación y aun contradicción entre el receptor y la televisión. Aunque el proceso parece anárquico, en realidad no lo es. En él intervienen diferentes elementos, niveles y roles que los miembros de la audiencia toman al interactuar con la programación televisiva. El autor plantea que la investigación sobre la televisión debe abandonar los modelos reduccionistas de los efectos de los medios o de los usos y las gratificaciones. Según él, la investigación se debe orientar más bien al estudio de la interacción televisión-audiencia a partir de un abordaje multidimensional y multidireccional, que cubra los diversos momentos, escenarios y negociaciones que trascienden más allá de la pantalla.

Gómez-Mont (1995b) reflexiona que, tras el reciente surgimiento de los nuevos medios audiovi-

suales, se ha creado un terreno fértil para revisar y reinterpretar las teorías clásicas de la comunicación en lo relativo a la relación televisión-receptor. Dichas teorías intentan explicar el comportamiento de los televidentes en relación con los medios. Un problema que surge en esto es la diferencia entre la velocidad con que evolucionan las tecnologías de la información y la relativa lentitud con que se desarrollan instrumentos capaces de medir las nuevas relaciones televidentes-pantalla doméstica. Los estudios sobre la recepción televisiva han pasado por varias fases:

1. Ver al televidente como parte de una audiencia creada por la cadena televisiva para vender tiempo a los anunciantes; en este caso el receptor es un número y no un sujeto.
2. La fase en la que es claro que la relación no es unidireccional de la televisión hacia el espectador; la teoría de los usos y gratificaciones muestra que el usuario también decide qué tipo de uso desea darle a la televisión.
3. La programación por cable y satélite permite el surgimiento de canales temáticos, lo que crea un nuevo concepto de recepción, sujeto no sólo a los intereses comerciales de la estación, sino a los tópicos en que cada canal se especializa. El espectador paga entonces por la exclusividad en información y entretenimiento.

4. La existencia del control remoto genera una nueva relación entre la televisión y el espectador, modificando y fragmentando el concepto de audiencia.
5. La introducción de las más recientes tecnologías de información abren la posibilidad de crear una televisión inteligente. Esta etapa deriva de la creación de las terminales de video que se aproximan cada vez más a servir como computadoras.

El surgimiento de las nuevas tecnologías está lleno de paradojas. Por un lado están sus indiscutibles ventajas y, por otro, el evidente deterioro del contenido cultural y la función social de la televisión. Es innegable que cada etapa de la evolución tecnológica de la televisión ha sensibilizado gradualmente al espectador en relación con los medios electrónicos. En este sentido ha sido superado el papel pasivo que le atribuían las teorías clásicas de la comunicación. Más de medio siglo de televisión ha moldeado al televidente y ha aumentado su habilidad para desarrollar un pensamiento crítico acerca de las posibilidades de banalidad, entretenimiento y educación que puede ofrecerle la televisión.

El hecho de presentar las principales corrientes teóricas que han abordado el estudio de los medios y el proceso de la comunicación colectiva tiene por objeto dar una visión más amplia del fenómeno. El

punto de partida es la consideración de que, en las ciencias sociales al menos, nadie posee la verdad absoluta, y la mejor aproximación es aquella que selecciona las mejores aportaciones de cada enfoque y las integra adecuadamente. Por otra parte, como se planteó al principio, el estudio del fenómeno comunicativo ha sido abordado por expertos de diversas disciplinas sociales que se han ido especializando en lo que hoy se llama ciencia de la comunicación.

La premisa es que el fenómeno de la comunicación constituye el proceso social por excelencia, y por tanto, debe ser abordado desde todas las áreas de las ciencias sociales. Consideramos, siguiendo a Paoli (1979), que tarde o temprano la psicología, la sociología, la antropología, la historia, la economía, la lingüística, tenderán a unirse en una sola ciencia que explique en sus múltiples interrelaciones al ser humano. Dos aspectos fundamentales que han adquirido relevancia a partir de los nuevos abordajes son los relacionados con la ideología y con la construcción social de la realidad.

TELEVISIÓN E IDEOLOGÍA

Una paradoja del mundo actual surge al observar que, en momentos de enorme auge tecnológico en términos de comunicación masiva en casi todo el

mundo, los niveles de incomunicación y desinformación son impresionantes y generalizados. Ante la acelerada proliferación de medios impresos y, sobre todo, electrónicos, de cada vez mayor alcance y diversificación, se tiende a unificar los contenidos, y éstos parecen estar diseñados para ocultar o distorsionar más que para informar objetivamente.

Existen múltiples ejemplos para ilustrar tal paradoja. Baste uno: si bien puede parecer un caso extremo, la transmisión en vivo a todo el mundo de la guerra del Golfo Pérsico resulta paradigmática. A raíz de presenciar tales “espectáculos”, mucha gente cree haber presenciado la realidad y, por tanto, supone estar objetivamente informada sobre la misma. Sin embargo, suele suceder que semejante conocimiento sea irreal, fantasioso e inexacto. Este tipo de transmisiones globalizadoras y unificadoras de la supuesta realidad suele transmitir de manera latente significaciones y valores unilaterales y parciales, y que evidentemente corresponden a la ideología imperante en el sector que detenta el poder y, en consecuencia, el control de los medios. El caso además vuelve a adquirir actualidad en los inicios de 1998, al desatarse nuevamente la escalada estadounidense contra Irak. Nuevamente los telespectadores de todo el mundo nos enfrentamos a la aberrante posibilidad de asistir, pasivos e impotentes, a la destrucción de miles de víctimas potenciales, a través del televisor.

Michel (1994, pp. 101-104) afirma que la industria televisiva trata de uniformar las creencias, los juicios y las opiniones del público con el claro objetivo de masificarlo.

La televisión, más que un instrumento de educación, ha sido utilizada para enajenar (“divertir”, lo llaman), para robotizar y “zombificar” a los fieles televidentes que, sin crítica alguna, se someten diariamente, durante horas, a lavados de cerebro colectivos en aras de su propia identidad.

[...]

Esta masificación promovida por los medios es el castigo más monstruoso que puede darse en la sociedad: la pérdida de la propia identidad, fenómeno que llega a ser percibido como totalmente normal. Tanto más monstruoso cuanto que ya no se trata sólo de una persona, sino del hecho, electrónicamente posible, de masificar a millones de individuos y convertirlos en números, cifras, espectadores, televidentes, radioescuchas: en masa. Según de que país se trate, la uniformación o nivelación de esa masa puede alcanzar diversos niveles. Casi podríamos afirmar que hay una regla, no escrita ni formulada, cuya transgresión se permite rara vez: está rigurosamente prohibido todo lo que rebase la “inteligencia media” que los dirigentes o programadores de los canales de televisión atribuyen a su público.

Esta labor de emparejamiento o nivelación, que corresponde a normas de conducta, es resultado de

la sociedad industrial y de consumo. Los productos homogeneizados que se lanzan al consumo masivo siguen un proceso y un resultado similares, se trate de alimentos o de cultura. A los alimentos sintéticos, desterrados de su medio natural, corresponden también productos culturales sintéticos. Sumergidos en el océano de imágenes que arrojan los medios, particularmente la televisión, nos es difícil apreciar las verdaderas creaciones de la cultura. Se ha llegado hasta el extremo de resumir para el espectáculo electrónico obras consideradas clásicas, eliminando todo lo que se estima banal.

Otro rasgo distintivo de la televisión es la banalización de lo insólito, fantástico o simplemente interesante. Es posible que ello se deba al carácter efímero de gran parte de la programación o que sea un rasgo del medio televisivo o del hombre mismo en su estadio actual de civilización y enajenación. La televisión ha convertido a los televidentes en seres insaciables: los llena de información sin dejarles tiempo para meditar y sin permitirles actuar sobre la realidad.

Mattelart y Mattelart (1987) afirman que la televisión tiende a producir tan alto nivel de consenso "que se ha vuelto ya el lugar principal donde se administra y regula la coexistencia social" (pp. 75-76). Por su lado, Erausquin y cols. (1988) plantean que la voz de la televisión es una voz uniformadora más que unificadora. Ante la opinión de quienes

afirman que la televisión propicia la democratización de la cultura, puesto que sus contenidos llegan a todos por igual (cultura de masas), dichos autores sostienen que tal democratización consiste en una uniformación, en que los miembros de la masa no se comunican, sino que se informan de manera uniforme, sin posibilidad de optar. Se trata de una cultura reiterativa y empobrecedora que, al ser transmitida a través de un estilo rápido, crea apariencia de variabilidad e innovación para evitar el aburrimiento. La incesante presión de la televisión moldea uniformemente gustos, intereses, hábitos, ideas, costumbres, necesidades y formas de usar el lenguaje.

En general, los principales teóricos e investigadores formados en la línea crítica han acusado a la televisión de ser un poderoso vehículo de influencia ideológica. Podría pensarse que cualquier medio de comunicación, sobre todo masivo, puede cumplir esta función. Sin embargo, la televisión supera en gran medida a otros medios por diversas razones. Entre ellas están la concentración de su control en pocos grupos de enorme poder; las opciones que ofrece al espectador que, aunque limitadas, superan por mucho a las de otros medios; su mayor intromisión en la intimidad; su potencial subliminal; su economía o bajo costo aparente respecto de otros medios; la muy considerable mayor cantidad de tiempo que absorbe; su ubicuidad, y sus posibilidades de acceso a los más diversos públicos en términos de

edad, género, nivel socioeconómico y cultural, e intereses.

En la actualidad, el poder ideologizante de la televisión rebasa de manera descomunal, en términos cuantitativos y cualitativos, la capacidad de cualquier otro medio. La televisión transmite sin cesar una forma determinada de ver la realidad; una concepción determinada del mundo y de la vida, y una serie determinada de valores, principios, estilos de vida y modos de comportamiento y de relación, que constituyen un bombardeo masivo de la ideología dominante.

Cabe destacar aquí el conocido control de los medios que ejercen los sectores transnacionales de las grandes potencias mundiales. A causa de él, las naciones bajo su dominio o influencia reciben permanentemente un torrente de emisiones emanadas de los centros de transmisión de tales sectores, las cuales se transmiten impregnadas, sutil o abiertamente, de su ideología. Esta penetración, ya de por sí muy considerable, ha aumentado en forma acelerada a últimas fechas a raíz del desarrollo de los sistemas de transmisión vía satélite.

Jiménez (1982), investigador mexicano de la comunicación, destaca las funciones sociales de los medios masivos en relación con la forma en que refuerzan la dependencia y el control ideológico por parte de las clases dominantes:

- Mantener en operación el sistema productivo mediante el máximo consumo de bienes gene-

- rados, su eliminación anticipada y, en general, la creación de necesidades de consumo superfluo y enajenante.
- Sostener la estructura de poder político para consolidar el orden económico y social vigente, y ocultar al mismo tiempo sus contradicciones de clase.
 - Reforzar una cosmovisión individualista y atomizadora de la sociedad, generada por el propio sistema productivo y multiplicada por la expansión del sistema de los medios. De allí derivan valores enajenantes que se promueven en todos los planos de la conducta social: sexo, familia, cultura, trascendencia.
 - Reducir la capacidad crítica de los receptores mediante una constante saturación del mercado por la oferta de mensajes y por la apelación manipulada a la afectividad.

En una argumentación relativa a la forma en que los medios masivos refuerzan la dependencia de América Latina, Jiménez (1982) destaca también los siguientes aspectos relevantes sobre sus funciones sociales:

1. Impiden la participación del pueblo.
 - Los receptores sólo pueden recibir.
 - Los mensajes circulan de arriba hacia abajo.

- Los mensajes favorecen las actitudes de evasión y escapismo.
 - Los mensajes alientan el individualismo y la desorganización.
2. Distorsionan la realidad e impiden su conocimiento crítico:
 - Los mensajes muestran una realidad fragmentada y deformada, de la cual el pueblo y sus acciones están ausentes o son combatidas.
 - Los medios encubren a sus dueños, a los verdaderos emisores de los mensajes.
 3. Se imponen como necesarios a los ojos del pueblo:
 - Alientan su recepción: no consumirlos es quedarse al margen de la “realidad”.
 4. Cubren a todos los grupos y sectores sociales:
 - Garantizan que la imposición ideológica se extienda a todo el pueblo.
 5. Aseguran el orden económico capitalista
 - Favorecen la existencia de la sociedad de consumo capitalista.
 - Orientan el consumo a través de la publicidad compulsiva.

Al acotar el poder ideologizante de los medios de difusión, y muy especialmente de la televisión, el mismo Gutiérrez (1988) señala que éstos deben su gran penetración no sólo a su enorme poder de persuasión ideológica, sino al hecho de que han

sabido incorporar y reproducir en sus formas, contenidos y esquemas de operación los valores sociales más extendidos y arraigados, así como los estereotipos implantados con mayor solidez, sin abandonar jamás el cómodo territorio del sentido común más elemental.

CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA REALIDAD

Vilches (1996) plantea que, a pesar de lo que han querido hacernos creer los investigadores funcionalistas empíricos —que sólo estudian los efectos inmediatos de programas concretos y aislados—, la televisión cumple un papel ideológico en cuanto sistema de representación de la realidad. La meta —repetir en una imagen suficiente, captable por todos los órganos, la totalidad del mundo sensible, este sueño insomne— se ha aproximado mediante la televisión y permite, de consuno, introducir en este duplicado del mundo, y sin que se lo advierta, lo que se considere adecuado para remplazar al real (Adorno, 1969, citado en Vilches, 1996).

Así, al parecer, los medios construyen la realidad: fuera de ellos no existe. La televisión mediatiza la realidad. Se ha observado que el público en general acrítico integra su conocimiento de la realidad a partir de los contenidos de los medios, y tiende además a asignar a cada suceso una importancia corres-

pondiente al énfasis que ponen éstos en los acontecimientos, los problemas y las personas. Pareciera que la televisión determinase qué ha ocurrido o no, cómo ha ocurrido y por qué, y, a partir de ello, dictara lo que la gente debe creer o no, lo que debe pensar o no y, en muchos casos, la interpretación que debe dar a tales hechos o ideas.

La atención que se da a la teoría de la construcción de la realidad en relación con los medios masivos, y en particular la televisión, es relativamente reciente. Se trata de una cuestión que se aleja de manera radical del tema de los efectos de los medios sobre actitudes o comportamientos específicos, para preguntarse acerca de la forma en que los medios afectan la concepción de la audiencia sobre la realidad social (Vilches, 1996).

El punto de partida es que los medios son capaces de determinar nuestra percepción de los hechos, las normas y los valores de la sociedad a través de una presentación selectiva y un énfasis dirigido a ciertos temas. El postulado central es que las generalizaciones que hace el público a partir de los programas televisivos lo orientan para construir su realidad social. En este sentido, existen dos grandes áreas de investigación sobre televisión y construcción de la realidad social:

- El estudio de programas informativos y su influencia: las noticias como fuente central de la información política y social.

- El estudio de los programas de ficción y entretenimiento y su papel en la construcción de la realidad social en torno a temas como la violencia, el sexo y los roles de género.

Se plantea, así, el problema de establecer una distinción entre los géneros, que tienden a mezclarse haciendo que cada vez sea más difícil reconocer una frontera clara entre información y ficción. La forma en que la televisión afecta la concepción de la realidad social apela a una teoría del aprendizaje social, que va más allá del proceso por el cual un sujeto adquiere cierta información. Esta teoría abarca las formas en que tal información se generaliza a diversas situaciones y un programa de televisión específico se extiende al entorno social. La metodología de análisis de este enfoque se basa en el análisis de contenido de los programas, e incorpora la consideración del entorno cultural y social.

De este modo, Cohen-Seat y Fougeyrollas (1967) establecen que, merced a los noticieros televisados, la historia universal se transforma en un conjunto de imágenes vistas cotidianamente de las que participa, de manera muy distinta que en el pasado, la masa de ciudadanos. Con frecuencia, una información abundante se enfoca a un solo aspecto de la realidad, haciendo creer al receptor que en ello consiste toda la realidad e impidiéndole conocer con cierta objetividad la totalidad.

La posible manipulación que se da a la forma en que se presenta la realidad a través de los medios ha sido estudiada desde las perspectivas social, política y psicológica. Si se parte de la premisa de que las personas piensan y actúan en función de su idea de la realidad, se comprende la necesidad de los sectores dominantes de manipular la realidad transmitida por los medios y de ofrecer su visión o la que les conviene, enmascarando aquello que desean eludir. Entre las diversas formas de manipulación de la realidad, una fundamental es la fragmentación con que se ofrece la información (Guinsberg, 1991a). De este modo, los receptores perciben como independientes o sin relación aspectos que de hecho están vinculados, por lo que quedan incapacitados para establecer relaciones de causalidad adecuadas.

La realidad que presentan los medios no corresponde a la verdadera, entre otras razones, por la fragmentación de la información que se transmite, cuya consecuencia es que los receptores perciban como independientes hechos vinculados y viceversa, lo que les impide efectuar una interpretación adecuada.

Desde esta perspectiva, de acuerdo con Guinsberg (1994, pp. 2-3),

el papel de los medios es hoy esencial para la construcción de la "realidad", al punto que puede decirse cate-

góricamente que la noción general que se tiene de ella está determinada por lo que nos transmiten.

[...]

Es decir que los medios (casi) siempre están interpuestos entre el sujeto y la realidad.

[...]

El conocimiento de la realidad hoy se produce preponderantemente por unos medios de hecho omnipresentes tanto en donde se producen los hechos como en los receptores, lo que podría ser un incuestionable avance (y muchas veces lo es) en la búsqueda de acceso a un conocimiento cada vez más amplio y profundo de la realidad en que vivimos. Pero también es sabido que no siempre los medios informan y transmiten una visión más o menos objetiva de lo que acontece, sino su visión de la misma, en no pocos casos deformada no sólo por la particular perspectiva que se tiene de los hechos sino también intencionalmente.

Por su parte, Trejo-Delarbre (1997) plantea que “el poder que tienen actualmente los medios radica en su capacidad para producir realidad: ‘sólo existe aquello de lo cual hablan los medios’”. Y agrega, citando a Noam Chomsky (1988), que “la comunicación sirve de manera inmediata para manufacturar el consenso, aunque también, para crear ilusiones necesarias.” Los medios no sólo propagan la realidad, sino que además la moldean, generan y transmiten. A pesar de que los propios medios abaten las distancias geográficas y multiplican la propagación de informaciones, tal realidad pareciera ser

cada vez más compleja. Los medios no constituyen la realidad, sino el mecanismo a través del cual llega a ser conocida. No obstante, la realidad se comunica con acentos, matices, sesgos y omisiones según la perspectiva de quienes los manejan.

Una parte de nuestra representación de la realidad proviene de la experiencia personal, mientras que otra (quizá la mayor), proviene de las versiones (*televersiones* las llama González, 1990) que de la misma construye, preserva y difunde el sistema de televisión nacional. De acuerdo con este autor (pp. 71-72),

el carácter intrincadamente intertextual de todos los discursos de los medios contemporáneos de difusión [...] genera un efecto mediante el cual se realiza un constante vaivén de interpréstamos, modelajes y modulaciones de segundo (o enésimo) orden entre lo que muestra la televisión de lo ya dicho antes en la radio, en el barrio, en la iglesia, en la escuela, que la prensa amarilla había trabajado y que la televisión recrea, reproduce y dramatiza.

En esta recreación, dramatización, se focaliza, se hacen resaltar algunos aspectos de la realidad real; al hacerlo, se genera un tono de exageración, criticado por unos y aplaudido por otros. Cuando esta selección y reorganización de aspectos de la realidad se efectúa dentro de una organización compleja, se pone en operación todo un sistema de mediaciones internas y externas a través de las cuales se

realizan una serie de procesos por los que determinadas ideologías sociales, modos de ser, estilos de vida, maneras de pensar, creencias, hábitos, relaciones, prácticas y objetos son convertidos en mercancías culturales concretas y competitivas (González, 1990).

El autor plantea estas reflexiones en relación con el género de las telenovelas, género de ficción, sin embargo, parece factible aplicarlas a los contenidos violentos que se incluyen en muy diversos géneros televisivos, de ficción o realistas, considerando la tendencia cada vez mayor de la televisión mundial y por supuesto de la mexicana, a la emisión de géneros interconectados, mixtos, en detrimento de una televisión de contenidos. Así, actualmente se mezclan diversos contenidos en un género y diversos géneros tratando un mismo contenido: se leen noticias junto con entrevistas, recetas, canciones y pronósticos climáticos, los programas cómicos parodian telenovelas, las telenovelas parodian noticias y tramas policiacas, sexo, violencia, en baterías aceleradas de escenas extremadamente breves, y baterías de programas que se suceden unos a otros permanentemente, generando una imposibilidad práctica de distinguir con claridad ficción y realidad. (En los noticieros se habla de las telenovelas, en éstas se están incorporando noticias actuales —particularmente de política y delincuencia—, programas amarillistas presentan tanto testimonios reales como dra-

matizaciones, grabaciones en vivo y diferidas, testimonios y opiniones, etc.). Esta complejidad dificulta también el análisis simplista de las intenciones (manifiestas o latentes) del emisor, y de los efectos del receptor.

Pérez (1996) enuncia que televisión y posmodernidad parecen ser dos términos intercambiables. La llamada posmodernidad ha sido caracterizada por varios fenómenos. Entre ellos se cuentan la fragmentación de la vida y la sociedad, y el predominio de la sensibilidad y el sentimiento sobre la racionalidad y el intelecto, de la pasión sobre la razón, y de la imagen audiovisual y la oralidad narrativa sobre el raciocinio lógico y la palabra escrita. Todos estos rasgos caracterizan también a la televisión. La llamada "cultura de la imagen", que prevalece al llegar al final del siglo, propicia una experiencia breve, transitoria y fragmentada, que se vincula más con el espectáculo presencial y el mantenimiento de un ambiente *light*, que con la reflexión conceptual detenida y profunda.

IV. EFECTOS DE LOS MEDIOS

¿Entonces simplemente debemos permitir que nuestros hijos escuchen cualquier historia que se le ocurra a alguien y que reciban así en sus mentes ideas que a menudo son muy opuestas a las que pensamos que deberían tener cuando crezcan? PLATÓN, *La República*

LOS EFECTOS que ejercen los medios de comunicación masiva sobre el auditorio constituyen uno de los fenómenos más investigados, sobre todo en el campo de la psicología social. Sin embargo, los resultados obtenidos han sido muy diversos, según el enfoque teórico seguido, la metodología utilizada y los objetivos perseguidos, los cuales han llegado incluso a ser contradictorios. Como es obvio, existe una relación de dependencia entre el desarrollo teórico general de las ciencias sociales y de la conducta y las formulaciones específicas surgidas de la investigación de los efectos de la comunicación masiva.

Los efectos de los medios y particularmente de la televisión se han estudiado sobre todo en públicos infantiles y juveniles. Para ello se han utilizado todos

los métodos disponibles en el marco de diversos enfoques teóricos. En una etapa inicial se realizaron investigaciones de campo en torno a las preferencias televisivas; posteriormente se desarrollaron experimentos de laboratorio y más adelante estudios cuasiexperimentales en ambientes naturales. Más recientemente se puso interés en los abordajes de tipo cualitativo, utilizando la metodología observacional, a fin de relacionar los contenidos de la televisión con las actitudes, los comentarios, los gestos y las posturas físicas de los niños mientras están frente a la pantalla. Otros estudios se han enfocado a analizar la percepción, la comprensión y el aprendizaje de lo observado en la televisión en relación con los estímulos viso-auditivos. En todos estos enfoques y metodologías se ha conservado un mismo foco central de interés: conocer qué tipo de efectos ejercen los mensajes en el público y en que áreas se presentan.

Así como existe acuerdo en que los medios ejercen una influencia sobre sus receptores, hay una amplia variedad de enfoques teóricos que pretenden explicar las características de tales influencias y el tipo de efectos que producen. El estudio de los medios de comunicación, y particularmente de los efectos o influencia que ejercen sobre el público, se empezó a desarrollar ampliamente a partir del surgimiento de la televisión al convertirse ésta, al poco tiempo de su aparición, en el medio de comuni-

cación de mayor alcance y penetración. Después de los años sesenta, cuando la televisión empezó a ocupar un papel preponderante en los hogares, la inquietud se trasladó a ella, especialmente en términos de los efectos que podría tener sobre los niños.

Cuando se inició la televisión, se tenían grandes esperanzas y temores acerca de sus efectos. Los optimistas creían que serviría para educar a los niños en el sentido más amplio posible y que daría al proceso de aprendizaje un carácter de diversión más que de trabajo. Los pesimistas, en cambio, se preocupaban sobre si ver demasiada televisión dañaría la vista de los niños, los alejaría de los juegos activos y los corrompería por mostrar demasiada violencia y crimen (Maccoby, 1972).

El debate sobre los efectos de la televisión generó dos líneas opuestas fundamentales: la de los efectos negativos o dañinos y la de los efectos benéficos o positivos. Surgieron entonces los dilemas aún no resueltos: ¿La televisión estimulará u obstaculizará el desarrollo intelectual y la creatividad? ¿Afectará la conducta de los niños en relación con su pasividad, agresividad, sociabilidad o empatía? ¿Los corromperá al introducirlos prematuramente en un mundo de adultos invadido por el sexo, el alcohol, el tabaco y la violencia, o les dará más armas para enfrentar el mundo real? ¿Modificará sus patrones de conducta? ¿Promoverá o inhibirá su desarrollo psicosocial?

Aun cuando se han desarrollado, sobre todo en los últimos años, innumerables estudios, investigaciones y ensayos, la discusión continúa sin consenso. El único punto de acuerdo generalizado es que los medios sí ejercen un impacto sobre el auditorio. Con excepción de él, hay discrepancias respecto del tipo de efectos generados y del proceso seguido.

En la actualidad, muchos investigadores de la comunicación consideran que el estudio de los efectos de los medios es anacrónico ya. Sin embargo, como afirma Orozco-Gómez (1994), sigue siendo una perspectiva popular, sobre todo entre educadores y padres de familia que buscan saber en qué forma impactan y afectan los medios a las generaciones jóvenes.

A partir del desarrollo y de la amplia difusión y aceptación de los medios, surgió una tendencia a responsabilizarlos de cinco tipos de efectos negativos:

- Reducir el nivel de los gustos culturales de la audiencia.
- Aumentar la tasa de delincuencia.
- Contribuir a un deterioro moral general.
- Inducir a las masas a la superficialidad.
- Suprimir la creatividad.

Al mismo tiempo, sus defensores sostuvieron los argumentos siguientes a favor de sus bondades:

- Acercan por primera vez a millones de individuos a la cultura.

- Proporcionan un inofensivo entretenimiento diario.
- Informan con oportunidad de acontecimientos relevantes ocurridos en el mundo.
- Pueden surtir efectos catárticos que permitan eliminar tensiones dañinas.

Al tratar de prever los efectos a largo plazo de la televisión sobre la sociedad, Cazeneuve (1967) propuso dos tendencias contrarias. La primera invoca numerosas razones para considerar la televisión como:

- Un poderoso factor de acercamiento entre las clases sociales y entre las naciones.
- Un medio para expandir los rudimentos de la cultura hasta lugares que permanecían cerrados a ella.
- Un factor de coordinación que hace presente a todos el destino social del hombre.
- Un elemento de participación universal en los valores fundamentales de la civilización.

La segunda tendencia, por el contrario, proporciona argumentos sólidos en torno a los peligros de una pseudocultura que amenace a la cultura verdadera:

- Un triunfo de la facilidad sobre la disposición al esfuerzo.

- Una disminución de todos los valores al nivel de la mediocridad.
- Una renuncia de la personalidad en provecho de la masa.
- Una manía embrutecedora.
- Un verdadero opio del pueblo.

Por supuesto, no se descarta que ambas perspectivas estén igualmente bien fundamentadas. En un punto intermedio, se plantea que la televisión no es en sí un factor de transformación decisiva en un sentido u otro, sino que únicamente cumple un papel de intermediario, que puede ser positivo o negativo en diversos grados, según el uso que le den quienes generan los mensajes y quienes los reciben. En este sentido, Michel (1994) afirma que los peligros que puede representar la cultura audiovisual no son intrínsecos a los medios, sino exteriores a ellos.

El interés científico y metodológico en el tema se evidencia ante la enorme cantidad de estudios y experimentos realizados en la segunda mitad del presente siglo y, especialmente, ante la diversidad de técnicas y modelos de análisis que han contribuido a que la investigación sobre los efectos de la televisión sea un objeto de gran complejidad. La controversia ha sido el motivo fundamental que ha propiciado el desarrollo de la investigación.

La investigación de los efectos que producen los

medios de comunicación en la sociedad se ha desarrollado ampliamente bajo las premisas de la corriente funcionalista. El interés en el estudio de los medios de comunicación y su influencia se desarrolló ampliamente en los Estados Unidos a partir de los años cincuenta. Dicho interés se basó en los supuestos efectos de la televisión en términos de su capacidad para persuadir, motivar, manipular, reforzar o modificar opiniones, actitudes y conductas; fomentar la frustración o la evasión, y desensibilizar al auditorio.

Una de las principales ventajas de la gran cantidad de investigaciones desarrolladas dentro de la línea funcionalista fue la aportación de abundantes datos cuantitativos en torno a la audiencia de los medios masivos. La posibilidad de ocurrencia de este tipo de efectos se abordó bajo el marco de las principales teorías desarrolladas por los psicólogos sociales:

LA AGUJA HIPODÉRMICA

La teoría más antigua sobre la comunicación de masas deriva de la psicología conductista y se ha denominado “teoría mecanicista estímulo-respuesta”, o teoría de la “aguja hipodérmica”. Se trata de una teoría de tipo conductista que, según la premisa de una relación directa causa-efecto, supone que el mensaje contenido en un programa televisivo gene-

rará un efecto directo en las actitudes, las opiniones o la conducta del sujeto que lo observa.

Partiendo de supuestos como la uniformidad de la naturaleza básica del hombre (caracterizada esencialmente por procesos irracionales) y el orden social concebido como sociedad de masas, esta teoría atribuyó a los medios un enorme poder de influencia sobre el auditorio. Sostiene que las respuestas de los individuos ante estímulos iguales serán más o menos uniformes y, por tanto, los miembros de la masa pueden ser influidos y dominados por quienes poseen los medios, en particular si se actúa sobre la esfera emocional.

Esta teoría parecía válida en relación con los resultados de la propaganda bélica desarrollada durante la primera Guerra Mundial y también en razón del éxito de la publicidad comercial masiva de la época. Destacan en esta línea los trabajos de Laswell (1927). En este contexto se empezó a prestar gran atención a los medios de comunicación como instrumentos de persuasión y propaganda, capaces de moldear comportamientos, actitudes y valores mediante una relación directa con el público. A este periodo, comprendido entre 1940 y 1960, se le ha llamado el de los "efectos limitados", debido a que se privilegiaron los estudios de los efectos inmediatos o a corto plazo.

Aunque antes de ese momento no se habían desarrollado investigaciones empíricas al respecto, cuan-

do éstas empezaron a surgir, las teorías simplistas se vieron confrontadas con la realidad, y así fueron siendo superadas. Los estudiosos del tema empezaron a dejar de lado la simple especulación e iniciaron la investigación científica relativa a la influencia de los medios sobre las personas.

Se desarrollan entonces nuevos enfoques teóricos basados en la misma concepción conductista, pero que incorporan nuevos elementos. Ejemplo de ello es la teoría de las diferencias individuales, que introduce variaciones entre los individuos en razón de los rasgos de personalidad y las actitudes individuales, lo cual explica que diferentes individuos perciban un mismo mensaje desde perspectivas diferentes. A partir de algunos estudios experimentales, con este enfoque, se concluyó que los valores, las necesidades, las creencias y las actitudes del individuo contribuyen a determinar la manera en que éste selecciona los estímulos del medio y les atribuye significados distintos. Por tanto, la percepción difiere sistemáticamente de una persona a otra conforme a la naturaleza de sus estructuras de personalidad (De Fleur, 1970).

A partir de la aplicación del enfoque anterior se desarrolla la teoría de la comunicación de masas basada en las diferencias individuales. Esta teoría sugiere que los mensajes transmitidos por los medios contienen estímulos particulares que interactúan en forma diferente con las características de la

personalidad de los miembros del público (De Fleur, 1970). Asimismo, esta teoría coincide con los hallazgos de la psicología general de la época.

De manera paralela se desarrolla otra línea congruente con las teorías sociológicas vigentes sobre la naturaleza de la sociedad de masas, que incorpora las pautas normativas de las categorías sociales como variables interpuestas entre el estímulo y la respuesta en la comunicación. Este enfoque se llama "teoría de las categorías sociales". A partir de los dos enfoques anteriores se desarrolla un tercero, que introduce como variable el concepto de relaciones sociales. La teoría de las relaciones sociales establece que éstas actúan modificando la forma en que un individuo reacciona ante un mensaje transmitido por los medios masivos.

De acuerdo con estos nuevos enfoques, se empieza a asignar importancia a las diferencias psicológicas individuales, las categorías sociales y los vínculos grupales informales, con lo que gana gran relevancia la función de los líderes de opinión. Con base en ello, Lazarsfeld (1948) desarrolla lo que se ha llamado "flujo de la comunicación de dos pasos" y "flujo de la comunicación de múltiples pasos", que se esquematiza en la tuba de Schramm presentada en el capítulo II. Tales flujos aluden a que sólo ciertos sujetos, considerados líderes de opinión, reciben el mensaje directamente del medio, y son ellos quienes lo transmiten, tras filtrarlo, al resto del público.

La influencia de la televisión se manifiesta en dos tiempos y los líderes de opinión fungen como intermediarios (Katz, 1957).

Más adelante se desarrolla la teoría de las normas culturales. Ésta postula que los medios masivos, a través de una presentación selectiva y del énfasis que ponen en ciertos temas, crean en el público la impresión de que las normas culturales comunes referentes a tales temas están estructuradas o definidas en una forma específica determinada. Según esta teoría, los medios pueden influir de tres maneras sobre las normas y definiciones de la situación para los individuos:

- Reforzando las pautas existentes.
- Creando nuevas convicciones compartidas.
- Cambiando normas preexistentes.

Un enfoque más surge a partir del desarrollo de la publicidad en los medios masivos con el objeto de persuadir al público de los beneficios de un producto y despertar la necesidad de adquirirlo. Con base en ello se desarrollan modelos relativos al proceso de persuasión. El modelo psicodinámico, inspirado en la teoría de las diferencias individuales, considera que un mensaje persuasivo reúne propiedades capaces de alterar el funcionamiento psicológico del individuo de modo que responda manifiestamente con formas de comportamiento deseadas o

sugeridas por el persuasor (Packard, 1957; Hovland, Janis y Kelley, 1961).

Por su parte, Klapper (1974) señala la necesidad de tomar en consideración muchas otras variables además de las características de la personalidad individual para desarrollar teorías sobre los efectos de los medios. Surge entonces como alternativa una combinación de la teoría de las relaciones sociales con la de las normas culturales, denominada, por De Fleur (1979), “modelo sociocultural del proceso de persuasión”. De acuerdo con este modelo, los individuos forman parte de grupos que prescriben pautas, normas y valores comunes; así, la realidad es interpretada por los sujetos con base en las normas de su grupo de pertenencia. Los medios masivos proporcionan la apariencia de consenso con respecto a un objetivo o fin de la persuasión.

APRENDIZAJE SOCIAL.

Esta teoría se conoce también como “teoría del aprendizaje observacional o vicario”. Los teóricos del aprendizaje social creen que la mayor parte de la conducta humana es aprendida. La gente se desarrolla según las oportunidades y experiencias proporcionadas por su ambiente. De acuerdo con las directrices de Bandura y cols. (1961, 1963b, c, 1965, 1977), estos teóricos creen que gran parte de las

conductas se adquieren a través del aprendizaje observacional. Este grupo de investigadores ha desarrollado importantes trabajos relativos a la violencia en los medios, los cuales se describirán en el capítulo v.

ACTITUDES Y OPINIONES

A partir de los enfoques revisados hasta este momento, se determinó que los efectos más importantes de los medios ocurrían en la esfera de las actitudes, por lo que empezaron a utilizarse las teorías más importantes desarrolladas por la psicología social en relación con el cambio de actitudes.

La teoría del refuerzo, desarrollada por Hovland y cols. (1961) plantea que las actitudes pueden modificarse a partir de un cambio en las opiniones subyacentes como efecto de la comunicación persuasiva. Esta teoría sostiene que la base de todo comportamiento está dada por diversos factores predisponentes, tanto psicológicos como sociales (normas sociales, valores culturales, roles, características de personalidad, etc.), a partir de los cuales los sujetos se exponen selectivamente a determinado tipo de contenidos, los que, a su vez, actúan sólo como refuerzo de predisposiciones preexistentes. En este sentido, Klapper (1972) afirma que el efecto típico de la comunicación de masas es el refuerzo. El efecto de refuerzo es potente e importante en un

sentido social y refuerza las predisposiciones convenientes e inconvenientes en términos sociales. Sin embargo, casi nada se sabe sobre los efectos a largo plazo.

Otra teoría importante es la del equilibrio, que fue propuesta por Heider (1946), uno de los pensadores más profundos y originales de la escuela de la Gestalt, para explicar diversos fenómenos psicosociales. El supuesto básico que propone es que las personas tienden a lograr un equilibrio en su estructura cognitiva. Cuando algo lo altera, la tensión generada induce a recuperarlo mediante un cambio de actitud.

Por otro lado, la teoría de la acción razonada, que desarrollaron fundamentalmente Ajzen y Fishbein (1975, 1980, 1985), se basa en el postulado de la racionalidad del ser humano, que procesa sistemáticamente la información disponible para llegar a una decisión conductual. Según esta teoría, a raíz de una modificación en las creencias básicas que sustentan una determinada actitud en relación con un objeto dado, se genera un cambio de conducta o comportamiento.

CULTIVO

La teoría del cultivo atribuye a la televisión el papel de agente de socialización, esto es, de constructor

principal de las imágenes y representaciones mentales de la realidad social. Desarrollada por Gerbner y cols. (1976, 1980), propone que la televisión mantiene y modela la construcción de la realidad que tiene el público. Este modelo no refleja lo que cada individuo disfruta de la televisión, sino lo que amplias comunidades absorben durante largos periodos de tiempo. El poder de la televisión para modelar la percepción de la realidad social en el público consiste, según autores como Gunter (1988), en la representación simbólica de las normas y los valores socioculturales que el medio televisivo hace absorber a la mente de los espectadores por medio de una fruición regular y acumulativa.

La televisión reúne características peculiares que la hacen más persuasiva y poderosa que todos los demás medios. Cuantas más horas se sumerge alguien en el mundo de la televisión, absorbe concepciones de la realidad social que coinciden más con las representaciones televisivas de la misma, que con las tendencias reales efectivamente presentes en la sociedad. De esto deriva el que los grandes consumidores de televisión y los que la miran poco perciban el mundo de forma muy diferente. La televisión cultiva así imágenes de la realidad, produce aculturación y sedimenta sistemas de creencias, representaciones mentales y actitudes.

Wolf (1994) resume el proceso de cultivo en las siguientes etapas:

- Los telespectadores observan un mundo que en general difiere sustancialmente del real, tanto por el contenido de los hechos que presenta (como el predominio de la violencia y el crimen) como en los papeles sociales que representa (grado de presencia de las minorías étnicas, roles sexuales, profesionales, clases sociales, edad, etcétera).
- Los grandes consumidores de televisión (definidos como las personas que la ven como mínimo cuatro horas diarias y que, en consecuencia, viven en un mundo predominantemente televisivo) convierten la experiencia en un “desplazamiento de la realidad”, es decir, quedan influidos en su percepción de la realidad social por los contenidos televisivos y manifiestan una cantidad mayor de “respuestas televisivas” que otras personas.
- Las representaciones sociales presentes en el universo de la ficción televisiva no se absorben de modo selectivo. La “fruición televisiva” es una especie de ritual, casi una religión, debido al hecho de que a la televisión nos dedicamos más a menudo y más regularmente (Gerbner, Gross, Signorielli, Morgan, Jackson-Beeck, 1979).

Según la teoría del cultivo, el mecanismo se activa respecto de todas las esferas de la realidad social representadas en el universo simbólico televisivo.

Por ejemplo, Rubin, Perse y Taylor (1988) han encontrado que los grandes consumidores de televisión manifiestan una amplia gama de estados emocionales y cognitivos, que incluyen una acentuada falta de autoestima; una mayor sensibilidad hacia cuestiones raciales; una percepción de los ancianos como seres más marginales, débiles o inútiles; niveles de ansiedad más elevados; introyección de papeles sexuales más estereotipados, y una mayor insatisfacción respecto del propio estilo de vida.

CATARSIS

A partir de las concepciones básicas de la psicología conductista y de algunos planteamientos freudianos, se sugiere que algunos contenidos televisivos pueden generar un efecto catártico en los espectadores, sirviendo como “válvula de escape” para ciertas necesidades o deseos de los sujetos. Esta teoría se ha aplicado ante todo al aspecto de los contenidos violentos y sexualmente explícitos de la televisión. Los que se inclinan por la tesis de la catarsis sostienen la idea de que la fantasía infantil está llena de impulsos que se neutralizan con la contemplación de ciertos hechos en la televisión. La hipótesis de la catarsis postula que experimentar una emoción es una manera de liberarla.

El concepto de catarsis se atribuye originalmente

a Aristóteles, quien argumentaba que algunas emociones podían ser liberadas al experimentarlas, y ejemplificaba diciendo que observar las tragedias clásicas del teatro griego permitía una catarsis o “purga” del temor y el pesar. Tener una emoción excitada, según él, implicaba tener que liberarla. La hipótesis de la catarsis se extendió posteriormente para incluir la liberación emocional supuestamente obtenida no sólo por la observación de dramas, sino también al recordar y revivir eventos pasados, a través de la expresión de las emociones y a través de diversas acciones. De esta manera, el efecto corresponde al de la válvula en una olla de presión, que permite liberar una parte del vapor, reduciendo la presión y evitando un estallido.

EFFECTOS PRINCIPALES

A partir de los enfoques teóricos revisados, se ha propuesto una serie de efectos específicos que se pueden manifestar a través de la recepción de mensajes durante los procesos de la comunicación masiva. Los efectos de los medios masivos de comunicación sobre el auditorio se han clasificado en diversos niveles:

1. *Por el área en que se manifiestan.*

- Psicológicos:

- Cognitivos (adquisición de conocimientos, creencias o valores).
 - Afectivos (generación de miedo, modificación de actitudes, desensibilización).
 - Conductuales (activación o desactivación de determinados comportamientos).
 - Sociales:
 - Sociológicos (ideologización, masificación, alienación).
 - Culturales (aculturación).
 - Políticos.
 - Económicos.
2. *Por su temporalidad.*
 - A corto plazo o inmediatos.
 - A largo plazo o mediatos.
 3. *Por el tamaño del auditorio.*
 - Individuales (pueden ser intraindividuales o interindividuales).
 - Grupales.
 - Sociales.
 4. *Por la forma en que se presentan.*
 - Latentes u ocultos.
 - Aparentes o manifiestos.
 5. *Por su intencionalidad.*
 - Previstos (cuando corresponden a los propósitos del emisor de un mensaje; por ejemplo, motivar la compra de un producto).
 - Imprevistos.

Entre los efectos que con más frecuencia se han atribuido a los medios de comunicación masiva, pueden citarse los siguientes:

Imitación

Se ha planteado que la observación de modelos en los medios puede provocar la imitación directa de los personajes o acciones observados. Con base en la psicología cognitivo-conductual, se supone que ciertos modelos o comportamientos presentados en televisión se pueden aprender y almacenar en la memoria para uso futuro. Así, después, cuando un sujeto vive una situación similar a la observada antes en televisión, puede repetir la acción aprendida. Este efecto se desprende básicamente de la teoría del aprendizaje en el sentido de que constituye un aprendizaje directo adquirido por imitación a partir de la observación repetida de conductas específicas.

En términos sencillos, el proceso de imitación se refiere al aprendizaje de la conducta observada en un personaje presentado por un medio de comunicación, y su reproducción exacta o aproximada por parte del sujeto observador. Aunque es difícil aceptar que el público tienda a imitar lo que observa en los medios, la imitación puede ocurrir en algunos

casos y en condiciones específicas. Por otro lado, se ha observado que la conducta de imitación tiende a ocurrir menos en tanto la situación escenificada difiera de la realidad del público.

Identificación

Aunque hay similitudes entre los procesos de identificación e imitación, la diferencia básica estriba en que el primero implica cierta vinculación emocional con el modelo, mientras el segundo se define sólo como la copia o repetición de la conducta observada. La identificación se considera como un “proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, propiedad o atributo de otro y se transforma, total o parcialmente, sobre el modelo de éste” (Laplanche y Pontalis, 1983, p.191). En este sentido, muchos personajes de la televisión tienden a ser considerados como modelos con los que se identifican los sujetos, principalmente por medio de elementos afectivos más que racionales. Los niños y adolescentes, en particular, introyectan los modelos (gestos, actitudes, conductas y, fundamentalmente, ideología) que les imponen los medios. Estos modelos predominantes parecen mostrar, como señala Guinsberg (1991a), que “si eres como ellos alcanzarás el triunfo y la felicidad, pero si bus-

cas otro camino, la derrota y el fracaso sòn inevitables” (p. 33).

Cazeneuve (1967) destaca que la televisión favorece los procesos de proyección e identificación, dos fenómenos diferentes que con frecuencia se refuerzan mutuamente. Aunque cualquier espectáculo puede suscitar tales fenómenos, la tecnología televisiva —que se introduce en la intimidad familiar y se apodera del hombre en sus momentos de ocio o descanso— otorga a dichos procesos una fuerza particular.

Persuasión

El efecto persuasivo se presenta cuando el sujeto asimila el contenido de los mensajes a los que se expone y termina aceptándolos. Este efecto ocurre básicamente en la esfera cognitiva, y se refleja en conocimientos, creencias u opiniones manifiestos.

Motivación

El efecto motivacional se genera a través de un proceso que, por medio de la estimulación de deseos, conduce a determinadas reacciones. Es similar a la persuasión con la diferencia de que se dirige a las esferas afectiva y conductual. La motivación busca generar determinadas actitudes y conducir a comportamientos específicos.

Manipulación

La manipulación es el recurso que utilizan los medios para guiar al público hacia la adopción de creencias, actitudes y conductas predeterminadas. Este efecto ocurre tanto en la esfera cognitiva, como en la afectiva y la conductual pero, a diferencia de la persuasión o motivación, se desarrolla de modo general inconsciente para los sujetos.

Activación

La premisa básica en relación con este efecto, conocido también como “triggering” o “disparador”, es que los mensajes recibidos a partir de un medio de comunicación pueden actuar como detonadores o estímulos para la realización de determinada conducta. Este tipo de efecto ha sido investigado empíricamente, en especial en niños, bajo la perspectiva conductista del aprendizaje vicario en condiciones experimentales de laboratorio, con resultados poco concluyentes.

Catarsis

Este efecto ocurre en el área emocional, de manera que aquellos programas de alto contenido emocional, cualquiera que sea el tipo de emociones que se

destaquen, puede generar en el sujeto que lo observa un efecto de descarga emocional. Se asigna así a los medios, citando a Moreno (1977), una función adicional: la función psicoterapéutica.

Evasión

Se presenta en sujetos que recurren a los medios masivos para olvidar su realidad cotidiana. La evasión ofrece un alivio para las realidades monótonas o desagradables de la vida. El efecto alienante aumenta por el hecho de que la pantalla de televisión reduce todas las imágenes a una misma cualidad visual: “La atrocidad y la diversión alternan en el mismo rectángulo de cristal abombado” (Miller, 1972). En esta línea destacan los hallazgos de algunos estudios en niños, como el de Bailyn (1959), quien encontró que cierto tipo de niños muestra una tendencia a evadirse de un ambiente doméstico restrictivo al identificarse con héroes agresivos.

Efecto narcotizante

Enunciado por Lazarsfeld (1948), consiste en la tendencia atribuida a los medios a crear una ilusión de participación y contacto con la realidad mediata, proporcionando a los individuos un voluminoso

caudal de información. Al proveer un sustituto de la acción social, actúan como un narcótico social.

En referencia a la radio y la televisión, Cazeneuve (1967) plantea que tales aparatos, que vierten a domicilio infinidad de mensajes auditivos y visuales, llevan a quien les consagra lo esencial de su ocio hacia un verdadero trasmundo de palabras, música e imágenes. Estas últimas tienen una pregnancia, una fuerza de sugestión más grande que los sonidos, pero ambos participan de una acción común que se caracteriza por la movilización de los sentidos y que puede llegar al *surmenage* sensorial, a la manía, por el embotamiento de las facultades de atención y, en definitiva, por el debilitamiento de ciertos controles psíquicos.

Desensibilización

Una vez más, de acuerdo con un enfoque conductista, se ha planteado que la respuesta ante la exposición repetida a un estímulo tiende a disminuir e incluso a desaparecer. Este efecto se ha llamado "habitución", esto es, reacciones que eran inicialmente intensas o fuertes tienden a disminuir e incluso a desaparecer con la exposición repetida a estímulos de cierto tipo (Zillmann, 1982). En esta línea, Miller (1972) afirma que

son tantos los programas documentales y de asuntos corrientes que, en la medida en que la televisión ha

ampliado la familia del hombre, lo ha hecho más allá del punto en que todos sus miembros son capaces de expresar un sentimiento genuino y más allá del límite de obligaciones morales que cada individuo puede sentirse capaz de asumir. Enfrentado como está ahora a la imagen de tantas condiciones humanas, el espectador queda confuso, frustrado y finalmente se aísla en defensa propia.

Ciertos rasgos sensoriales del medio refuerzan este sentido de alienación. El espectador está sentado, observando imágenes que muestran cualquier tipo de sufrimiento humano, en el anónimo confort de su propia casa, lejos del dolor, calor y olor de lo que en realidad sucede. Todos los efectos de la producción televisiva (como la voz superpuesta de los comentaristas sobre la barahúnda natural de la escena) sirven para distanciar al espectador de las escenas que contempla, y por ello puede llegar a caer en la creencia inconsciente de que los sucesos de la televisión ocurren en un teatro increíblemente remoto de la actividad humana.

SÍNTESIS

McQuail (1969) afirma que durante años se ha otorgado demasiada importancia a la búsqueda de datos que pongan de manifiesto los efectos directos de la comunicación masiva, originando interpretaciones

parciales e incoherentes entre sí. Este mismo autor resume las principales coincidencias de los estudios de efectos:

- Cuando ocurren, operan como refuerzo de actitudes y opiniones preexistentes.
- La gente tiende a ver y escuchar comunicaciones favorables a sus predisposiciones o que concuerden con ellas.
- Cuando más completo es el monopolio de la comunicación masiva, hay más posibilidades de modificar las opiniones de la audiencia en la dirección deseada.
- La importancia de los temas para el auditorio determina las posibilidades de influencia: a mayor importancia, menor modificación.

Por su parte Berelson (1948) da una interpretación sintética a los resultados de la investigación desarrollada hasta ese momento y plantea lo siguiente: "Algunos tipos de comunicación, sobre cierto tipo de asuntos, presentados a cierto tipo de personas, en condiciones determinadas, producen cierto tipo de efectos". Los efectos pueden presentarse en los niveles de la información, las opiniones, las actitudes y la conducta.

Halloran (1970) resume los resultados de las investigaciones sobre los efectos de la televisión y llega a las siguientes conclusiones:

- La televisión sirve como fuente de aprendizaje por observación incidental.
- Este aprendizaje depende del grado en que el niño se identifique con los personajes de la televisión, así como del nivel en que perciba la utilidad o anticipe la gratificación de su experiencia televisiva.
- Los niños más pequeños son más susceptibles al aprendizaje por observación.
- El realismo de las imágenes afecta el aprendizaje observacional, especialmente en niños pequeños, que no distinguen con claridad entre fantasía y realidad.
- Muchos niños creen que el mundo que ven en televisión refleja el mundo real.
- Al aprender a actuar con roles verídicos en la vida, muchos adolescentes confían en modelos televisivos.
- Los niños aprenden de la televisión porque les ofrece un medio de acceso al mundo de los adultos.
- La imagen del mundo de los adultos que recibe la mayoría de los niños de la televisión es inexacta e incompleta.

En relación con las actitudes, Klapper (1974) establece que el efecto más común de la comunicación de masas es reforzar los gustos, las actitudes, los intereses y los comportamientos que ya existían en

el público. A su vez, el efecto más raro es cambiar las actitudes y el comportamiento. Cuando hay cambios, ello ocurre porque se presentan contingencias propicias específicas. La comunicación de masas no constituye normalmente causa necesaria y suficiente de los efectos manifestados en el público, sino que actúan dentro y a través de un conjunto de factores mediadores e influencias sociales y ambientales del individuo o de la masa social.

En este mismo sentido, Cazeneuve (1967) agrega que el movimiento de la opinión pública es muy complejo. Así, aunque los medios masivos pueden reforzar una opinión ya existente o desviarla ligeramente, es muy raro que inviertan su sentido. Los cambios verdaderos se deben a la acción de unas personas sobre otras y, principalmente, de sujetos que cumplen el papel de líderes de opinión.

Ante este panorama general, sería ingenuo pretender que la televisión sirve sólo para informar y entretener. Los programas de televisión, al margen de su género, transmiten una noción determinada de la realidad. Asimismo, presentan modelos a seguir (actores, líderes de opinión, personajes de ficción), a los que los sujetos tienden a imitar, o con los que se identifican, en aspectos tan variados como el lenguaje, las actitudes, las costumbres, los hábitos, los estilos de vida y las formas de socializar y de resolver conflictos.

Aunque siempre se ha considerado que existe

una gran diferencia entre la programación educativa y la que no tiene esa intención manifiesta —es decir, la que se produce con intenciones comerciales, de diversión o entretenimiento—, el hecho es que “toda la televisión educa, aunque no se lo proponga explícitamente” (Orozco-Gómez, 1994, p. 10). Lo importante radica en que muchos de los efectos educativos no buscados intencionalmente pueden resultar cuestionables e incluso nocivos.

En este sentido, algunos investigadores han observado que, si bien los niños aprenden cosas positivas de la televisión, también suelen sufrir un deterioro cognitivo general, sobre todo en habilidades relacionadas con la lectura y el razonamiento lógico (Hornik, 1978). Orozco-Gómez (1994) plantea la dificultad que existe para determinar en qué grado son negativos los efectos educativos de la televisión en los niños, básicamente por razones de tipo ideológico, ya que lo que puede ser positivo o neutro para determinados grupos sociales, para otros puede parecer altamente perjudicial.

Cazeneuve (1967) menciona que los conocimientos adquiridos sin esfuerzo y en el estado de relajamiento que acompaña al ocio no enriquecen al sujeto. Es evidente que los conocimientos vertidos por las diferentes emisiones se presentan en forma *inconexa* y constituyen lo que Moles llama “cultura mosaico”, muy diferente de la cultura organizada y sistematizada que representa el ideal de una enseñan-

za coherente. Los fragmentos de saber que el oyente absorbe al azar de los programas resultan, quizá, más nocivos que útiles si no se asimilan, vuelven a clasificar en un conjunto y se amplían por medio de la meditación o la lectura. Por otro lado, es indudable que la televisión brinda la posibilidad de adquirir conocimientos nuevos y que lleva mensajes culturales a una multitud de personas que, sin ella, permanecerían en la ignorancia. En comparación con otras maneras de utilizar el ocio, probablemente es positivo su valor como medio educativo.

Por su parte, Gutiérrez (1988) destaca que gran número de programas como las telenovelas y teleseries importadas “se valen de un relato dramatizado que enfrenta los universos del bien y del mal a través de personajes y situaciones que refuerzan uno o más valores centrales. En la anécdota, los personajes se definen por una conducta buena o mala; los buenos son premiados y los malos castigados”. Con base en estos modelos rigurosos y definidos maniqueamente, se incurre a menudo en irrealidades y falsos planteamientos. Asimismo, en general se prescinde de personajes y situaciones que sugieran ambigüedad: sólo hay extremos perfectamente identificables. Con este esquema, de acuerdo con los planteamientos de la teoría conductista, se produce una experiencia vicaria que contribuye a modificar o reforzar opiniones y actitudes con respecto a determinados valores, casi siempre conservadores.

Vilches (1996) resume los resultados de las investigaciones empíricas sobre los efectos de la televisión en niños en los dos puntos de vista siguientes:

- Una visión moderadamente optimista; se puede decir que los niños obtienen por medio de la televisión conocimientos acerca de diversos aspectos del mundo con el que no tienen contacto directo.
- Una visión moderadamente pesimista; no se debe olvidar que la televisión puede dar también información incorrecta sobre actitudes y valores, de manera que refuerce estereotipos negativos sobre algún sector social, cultural o racial.

De todos modos, si se desea valorar los aspectos positivos y negativos, se debe considerar el papel que desempeña el contexto como elemento primordial. Así, los niños son más vulnerables a los efectos de la televisión si la familia y quienes participan en su proceso de socialización tienen una influencia débil sobre ellos. Diversos estudios desarrollados en este sentido señalan que la televisión pone prematuramente en contacto a los niños con los problemas y valores de los adultos, lo que les provoca confusión e inseguridad y les revela demasiado pronto la complejidad de las situaciones familiares, sociales y humanas (Cazeneuve, 1967).

Sin embargo, Himmelweit (1958) afirma que la

visión del mundo presentada por la televisión afecta el comportamiento real de los niños sólo en la medida en que puede reforzar tendencias que ya existen en él y cuando no choca con informaciones que reciben de su ambiente (por conducto de padres, maestros o amigos). Por su lado, Cazeneuve (1967) sostiene que los programas tienden a reforzar los valores comúnmente admitidos por la sociedad que los elabora y difunde en los dominios moral, cultural y estético.

En esta línea, Corona (1989) destaca dos grandes grupos de investigadores dedicados a estudiar la relación niños-televisión:

- Investigadores para quienes las motivaciones y el consumo infantil son cuestión de rentabilidad y cohesión social. Su propósito es diagnosticar y predecir las respuestas a fin de idear mejores mecanismos de venta de productos, de consenso y de integración social. Es la línea netamente funcionalista, desarrollada más que nada en los Estados Unidos, cuyos resultados son los más difundidos y aceptados en Latinoamérica y los que constituyen los modelos más aplicados en condiciones locales.
- Investigadores cuyas reflexiones giran en torno a los mecanismos del discurso dominante y a las estructuras de poder de los medios de comunicación, esto es, las estrategias de dominación

cultural de los países capitalistas avanzados sobre los países del Tercer Mundo. Se trata específicamente de la corriente estructuralista.

El estudio de los efectos se ha desarrollado sobre todo dentro de la corriente funcionalista y desde una concepción conductista del aprendizaje. Este enfoque ha sido muy criticado por teóricos e investigadores de otras corrientes, que desarrollan trabajos más globales que consideran múltiples elementos del proceso. Una crítica fundamental se dirige a la concepción funcionalista de que la relación entre un programa y un televidente se limita a un procesamiento de información. Desde un punto de vista crítico estructural, es más importante destacar la capacidad del emisor para convencer al receptor de la veracidad de sus mensajes y hacer que crea en ellos.

V. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y VIOLENCIA

Tan importante como denunciar la espectacularización de la violencia, en lo que tiene de morboso acostumbramiento insensibilizador, o de su sórdido aprovechamiento como gancho de venta de los programas, resulta entonces hacer visibles sus lazos con el crecimiento de la incomunicación social, y con la simulación de democracia en que se disfraza el proceso de privatización y concentración de la televisión.

JESÚS MARTÍN-BARBERO, Prólogo, *Miradas latinoamericanas a la televisión*

En los medios de comunicación, la violencia resulta cada vez más una constante que una excepción. El problema ha despertado gran interés en la sociedad y particularmente entre los investigadores sociales, quienes intentan obtener evidencias científicas acerca de los posibles efectos de la violencia televisada en el público. La investigación sobre los medios de comunicación y la violencia se ha desarrollado siguiendo los cauces generales descritos en los dos

capítulos previos. En el primero entra el gran cúmulo de investigaciones que parten de la concepción de la violencia en los medios a partir de actos de criminalidad o delincuencia descritos o representados por ellos. En esta misma línea cae la concepción de la comunicación como un esquema mensurable a través de la relación causa-efecto o como proceso basado en el estudio de emisores, canales y mensajes. En la segunda vertiente se integran los estudios que consideran a los medios de comunicación como instituciones insertas en un contexto complejo, que cumplen la función de transmitir lo que sucede en él, así como de controlar y reproducir en forma manipulada el orden social imperante.

En este sentido, el sector más amplio de la investigación ha abordado el estudio de los efectos que ejerce la comunicación en la mente del público que se expone a diario a los contenidos de los mensajes de los medios. Otro sector se orienta a la lectura ideológica propuesta, desde una sociología crítica y una semiología estructuralista, para investigar los medios, sus mensajes y la sociedad.

La observación más superficial indica que los medios describen a menudo la violencia. Aunque ésta ha estado presente siempre, hoy los medios la han convertido en espectáculo. La programación televisiva incluye tal cantidad de violencia que el asunto ha resultado en un tema de intenso debate entre quienes sostienen que la televisión puede ser una

escuela de violencia y quienes piensan que lo único que hace es reflejar la violencia existente en la sociedad. De este modo, durante las últimas décadas se han realizado numerosos esfuerzos para averiguar hasta qué punto influye la violencia mostrada por la televisión en las actitudes y conductas agresivas de los espectadores.

VIOLENCIA EN LOS MEDIOS IMPRESOS

La preocupación en torno a la violencia que presentan los medios apareció aun antes de que se convirtieran en masivos. Más allá de la prensa como tal, la literatura en general ha utilizado la violencia a lo largo de su historia. Sea épica, histórica, infantil, romántica o ciencia-ficción, la literatura ha sido, antes que los hoy llamados medios masivos, un reflejo de una realidad que sin duda es violenta. Como ejemplo baste mencionar algunas obras maestras de la cultura universal en que está presente la violencia: la Biblia, *Don Quijote de la Mancha*, *Las mil y una noches* y las crónicas de la Conquista. En su momento, llegó a afirmarse que las cuitas del joven Werther, de Goethe, propiciaron una ola de suicidios.

Jean Jacques Rousseau se refería a la violencia e inmoralidad en la literatura infantil y en el teatro, argumentando que la fábula del cuervo y la zorra enseñaba a los niños a lograr ventajas por medio de

la adulación y la mentira, y que el teatro constituía una escalada de pecado y mala vida, incluso peor que aquellos libros cuya intención es la de enseñar tales cosas (citado por Bisbal, 1996).

A lo largo del siglo XIX, algunos sectores sociales de varios países culparon a los periódicos de promover e incluso provocar la delincuencia juvenil. El argumento era que las descripciones detalladas de comportamientos inmorales y violentos, aparecidas en las notas relativas a crímenes y delitos, podrían inducir a la gente, especialmente a los jóvenes, a imitar tales conductas.

Después de la segunda Guerra Mundial, la violencia y la brutalidad humanas se incluyeron en algunas revistas de historietas, lo que generó reacciones de preocupación, en términos similares a los que despertó la prensa, ante sus efectos y su contribución a la delincuencia juvenil. En virtud de ello, la Asociación de Editores de Revistas de Historietas (Association of Comic Magazine Publishers) de los Estados Unidos estableció en los años cincuenta una reglamentación que prohibía, entre otras cosas, la descripción de actos criminales, tortura y sadismo en las publicaciones.

No obstante, como destacan Clemente y Vidal (1996), la mayor parte de lo que se comenta hoy día en los periódicos alude, de alguna manera, a la violencia. Así, en lo que se refiere a violencia física contra personas, se publican notas sobre muertes,

ataques con armas y raptos o secuestros. En relación con la violencia ejercida contra la sociedad, destacan las noticias sobre guerras y terrorismo. Por último, en cuanto a violencia contra bienes materiales, se habla de robos y destrucción.

VIOLENCIA EN EL CINE

Tras su surgimiento, el cine empezó, al popularizarse en los años veinte, a difundir contenidos violentos, lo que nuevamente atrajo y alarmó a la sociedad. Ya no se trataba ahora sólo de leer descripciones morbosas, sino de escuchar un lenguaje “ofensivo” y de ver escenas “inmorales” de contenido sexual y violento. Frente a esta situación, en los Estados Unidos se empezó a controlar oficialmente el contenido de la producción fílmica en los años cincuenta.

Ejemplo de los criterios utilizados en esa época son las normas establecidas por la Oficina Hays de Calificación, establecida por la Asociación de Productores y Distribuidores de Películas (Motion Picture Producers and Distributors of America), en relación con la violencia criminal:

- La técnica del asesinato se debe presentar de modo que no inspire imitación.
- Los crímenes brutales no se deben mostrar con lujo de detalles.

- No se debe justificar la venganza.
- No se deben presentar explícitamente los métodos utilizados en los crímenes.
- Los robos, asaltos y explosiones de trenes, minas, edificios, etc., no se deben detallar en cuanto al método usado.
- El uso de armas de fuego se debe restringir a lo indispensable.
- Los criminales no deben aparecer como heroicos y justificados.

Esta reglamentación se remplazó en los años sesenta con clasificaciones similares a las que se utilizan hasta la fecha para las películas comerciales estadounidenses y que también se aplican en la televisión con el propósito de advertir a los padres sobre los contenidos:

G: *General Audiences* (para todo público).

PG: *Parental Guidance* (con asesoría de los padres).

PG-13: *Parental Guidance under 13* (para mayores de 13 años, con asesoría de los padres).

R: *Parental Guidance under 18* (para mayores de 18 años, con asesoría de los padres).

NC-17: *No Children under 17* (prohibido para menores de 17 años).

Parental Discretion (a discreción de los padres; programas con escenas de violencia y/o sexo).

Viewer Discretion (a discreción del televidente; programas con escenas de violencia y/o sexo).

La violencia ha sido uno de los principales ingredientes del cine desde su surgimiento. Particularmente en el caso del cine comercial estadounidense, que generalmente no es muy brillante en el terreno de las ideas, se intenta suplir su escasez recurriendo a los efectos deslumbrantes que buscan ocultar el vacío que hay detrás. Por eso, los presupuestos millonarios están destinados, cada vez más, a fabricar productos sofisticados con el apoyo de la tecnología de punta. En este sentido, la violencia resulta una gran aliada de tal rebuscamiento visual y sonoro. Un cine que presenta desde volcanes en erupción, tornados y terremotos hasta bombazos y autos que se estrellan parece empeñado en la destrucción totalmente gratuita con la única finalidad de divertir. Esto último resulta paradójico: a mayor cantidad de explosiones y cadáveres es más entretenida la película.

Clemente y Vidal (1996) reportan datos de un estudio realizado por Dale en los años treinta, según el cual, de 115 películas analizadas, 59 contenían asesinatos y homicidios. Estos autores mencionan posteriormente una revisión de 450 películas exhibidas en España entre noviembre de 1969 y noviembre de 1970, de las cuales 402 (89.3%) eran películas en que había violencia.

Al llegar el primer centenario del nacimiento del cinematógrafo, cine y violencia continúan siendo un binomio inseparable. Aunque las películas de la

actualidad son mucho más violentas que las que se producían hace cuarenta o cincuenta años, las consecuencias sociales del fenómeno son muy difíciles de medir.

VIOLENCIA EN LA TELEVISIÓN

Uno de los debates más viejos, complejos, controvertidos y politizados de la investigación en comunicación de masas es el generado en torno al tema de la violencia y la televisión. Gobiernos, empresas televisoras y los más diversos grupos sociales participan periódicamente en la discusión sobre los efectos negativos de la violencia televisada. Mientras algunos sostienen una importante relación de causalidad entre la violencia transmitida por la televisión y la agresividad en la vida real, para otros no hay pruebas que la sustenten.

A pesar de la controversia, aún no resuelta, sobre si los medios fomentan o no conductas violentas, es incuestionable el hecho de que un porcentaje muy elevado de la programación contiene violencia, sea en informaciones sobre la realidad (desde acciones delictivas comunes hasta guerras internacionales como la del Golfo Pérsico, internas como la de Yugoslavia o invasiones como la de Panamá) o bien en programas de ficción (desde caricaturas infantiles hasta series policiacas, desde telenovelas nacionales hasta videoclips musicales y, por supuesto, películas

televisadas). Ante ello es fundamental destacar los posibles efectos del doble mensaje que según algunos transmite la televisión. Por un lado, si bien los locutores y algunos personajes destacan que las soluciones pacíficas y legales son las correctas y adecuadas, el mensaje latente es que la fuerza se impone para lograr cualquier fin.

Por otro lado, la popularización de los videoclubes y el uso doméstico de videocaseteras han aumentado sensiblemente el consumo de películas violentas. En este sentido, una elevada proporción de los videocasetes disponibles para renta en tales establecimientos corresponde a violencia y terror. Asimismo, la mayor parte de los videojuegos creados y distribuidos por las principales empresas del ramo, y particularmente los de mayor éxito o difusión, incluyen violencia. Por tratarse de un medio interactivo en que el propio sujeto —más que nada niños y adolescentes— ejecuta actos violentos, los videojuegos han recibido muchas críticas como uno de los medios que más incita al comportamiento violento. La mayor parte de las acciones a desarrollar durante el juego son violentas: destruir, matar, atacar, eliminar, y tal tipo de acciones son las requeridas para lograr el triunfo o alcanzar la meta del juego.

El caso de los videojuegos representa un problema de singular importancia, por diversas razones: aunque algunos adultos gustan de ellos, sus usuarios principales son los niños y adolescentes, de to-

dos los estratos socioeconómicos. Los niños de nivel medio y alto disponen de ellos en casa, en tanto que los de los estratos inferiores, incluidos los niños de la calle, al menos en los ambientes urbanos, acceden a ellos en las llamadas *chispas*, locales que los ponen a su disposición por cuotas mínimas, a las que suelen dedicar sus escasos recursos. Otro problema es que la mayor parte de los juegos más populares, alrededor del 80% según algunos informes, son de tipo violento.

En el mundo virtual de los videojuegos los niños aprenden, de manera activa e inconsciente, que la vida y la muerte dependen sólo de su agilidad manual y visual. Este aprendizaje se desarrolla estrictamente en el nivel afectivo, entre importantes descargas de adrenalina, sin que la cognición y mucho menos la reflexión desarrollen el mínimo papel. La oferta de videojuegos ofrece peleas en el ring, en el espacio, en las calles, en la selva y en toda una serie de escenarios que supera nuestra imaginación, en donde el enemigo puede ser un luchador, un boxeador, un monstruo, un superhéroe, una pandilla o un grupo guerrillero. Aun aquellos juegos supuestamente no violentos, porque no implican una pelea, incluyen algún tipo de violencia; por ejemplo, las carreras de autos, en las que los errores producen accidentes graves, o las aventuras en las que múltiples obstáculos pueden producir la muerte si no son adecuadamente superados.

Desde luego existen videojuegos constructivos y “educativos” o “culturales”, que han mostrado ser útiles para desarrollar el ingenio y la creatividad, pero desafortunadamente no destacan entre los preferidos por los menores adictos. El término se utiliza intencionalmente porque es fácil observar los síntomas de adicción que muestran muchos niños y jóvenes que han desarrollado una irrefrenable dependencia a tal actividad. Una nota de la agencia Notimex, aparecida en la prensa nacional a principios de 1998 reporta informes del London Hazardz Center, el Labour Research of London y el Servicio Público de Empleo en Ontario, que indican que cuando un menor juega más de tres horas diarias con un videojuego, especialmente de tipo violento, empieza a presentar episodios de distracción, insensibilidad y tolerancia ante la violencia, tendencia al ensimismamiento, soledad y timidez. Agrega la nota que los síntomas y reacciones que se producen tras el uso compulsivo de estos aparatos tienen muchas similitudes con los que se derivan del abuso y adicción a las drogas; esto se debe a que causan síndrome de abstinencia y una irrefrenable tendencia a continuar el juego.

Lo más alarmante, considerando la edad de los consumidores, es el riesgo de que pierdan o no logren desarrollar clara conciencia de los límites entre la realidad virtual y la real. Por supuesto, como ya se ha mencionado a lo largo del texto, el gusto y la

dedicación de un elevado porcentaje del tiempo a este tipo de actividad no es un factor determinante, por sí sólo, de la conducta agresiva en niños y jóvenes.

Como se planteó en el capítulo II, la mayoría de la gente dedica entre 2 y 4 horas diarias a ver la televisión. El problema principal estriba, entonces, en la combinación de dos excesos: el tiempo dedicado a ver televisión y la cantidad de violencia en la programación. En definitiva, al margen de los resultados, incluso contradictorios, de múltiples investigaciones sobre el tema, la televisión puede ejercer una influencia muy poderosa en diferentes aspectos del desarrollo de la personalidad, como el establecimiento de sistemas de valores, la formación del carácter e incluso en el comportamiento. Otro hecho innegable es que un elevado porcentaje de la programación contiene un alto contenido de violencia.

Maccoby (1972) coincide en que es cierto que el niño promedio ve muchas peleas a puñetazos y a tiros, así como crímenes, en una semana de televisión. Aun en las caricaturas, las peleas constituyen uno de los principales temas que suministra emoción. Aunque no puede hacerse caso omiso de la posibilidad de que semejantes episodios televisivos enseñen un comportamiento agresivo a los niños, es difícil determinar si esto es realmente así. En este sentido se ha descubierto, por ejemplo, que mientras más horas dedique un niño a ver televisión, más

propenso está a expresar impulsos agresivos en las pruebas de personalidad que miden sentimientos hostiles. Con todo, se desconoce si las numerosas peleas que presencian los niños en televisión los hacen sentirse más agresivos o si, por el contrario, prefieren ver mucha televisión debido a que ya llevan en sí los impulsos agresivos y encuentran que la televisión satisface tales impulsos.

Michel (1994) por su parte, destaca que, en los países dependientes en términos de programación televisiva, que alimentan su programación predominantemente con producciones transnacionales, la agresividad se desborda por medio de dibujos animados y personajes reales que se basan en una violencia a la que con frecuencia se confieren características inverosímiles e incluso hilarantes. Esto sin mencionar la exaltación de la actividad policiaca, el espionaje con permiso para matar y los mitos de indestructibilidad.

Algunos estudiosos sugieren que la exposición intensiva a una programación violenta puede generar agresividad en los niños. La violencia presentada en forma realista, frecuente y triunfalista, puede conducir a la imitación. Los efectos de la observación de la violencia se pueden reflejar a mediano o largo plazos. Comunicólogos, psicólogos y sociólogos, que han abordado el estudio de los efectos de la violencia televisada, han encontrado los siguientes elementos:

- Los sujetos pueden imitar la violencia que observan en la televisión.
- Pueden identificarse con ciertos personajes, sean víctimas o agresores.
- Pueden inmunizarse paulatinamente al horror de la violencia.
- Puede aceptar poco a poco la violencia como vía óptima para resolver conflictos.

Como se aprecia, cada uno de los enunciados anteriores parte de alguna de las teorías generales que se han desarrollado en relación con los medios de comunicación y que se revisaron en el capítulo anterior. En aplicación específica al problema de la violencia, se empezaron a desarrollar concepciones teóricas explicativas acerca del por qué y el cómo de la relación entre televisión violenta y agresividad.

TEORÍAS ESTUDIADAS

Los desarrollos teóricos sobre el impacto de la violencia televisiva en el público se han concentrado en los procesos mediante los cuales propicia la agresividad. Los mecanismos que posibilitan, a corto plazo, el aumento de este tipo de conducta pueden incluir activaciones fisiológicas (Rule y Nesdale, 1976), disminución en los sistemas inhibitorios (Berkowitz y Rawlings, 1963), surgimiento de estados de ánimo

negativos (Caprara y cols., 1984) y activación precisa de información violenta guardada en la memoria (Berkowitz, 1984).

Asimismo, se han postulado diversos mecanismos que posibilitan los efectos a largo plazo. Éstos incluyen el aprendizaje instrumental y el moldeamiento de actos agresivos (Bandura y cols., 1973, 1977), la disminución en la sensibilidad y desaprobación de la violencia (Geen, 1981; Thomas, Horton, Lippincott y Drabman, 1977), el desarrollo de actitudes de aceptación hacia la violencia (Rule y Ferguson, 1986), y la accesibilidad crónica de información relacionada con la violencia en la memoria (Berkowitz, 1984). Aunque pocas teorías actuales explican los procesos por los que la violencia en los medios podría aminorar la agresividad de los espectadores (por ejemplo, McGuire, 1986), en general la conclusión más factible, según los trabajos teóricos, es que la violencia mostrada en los medios tiene consecuencias antisociales.

Teoría de los efectos generalizados del estímulo

Esta teoría, nacida de una inspiración netamente conductista, es la que más énfasis ha puesto en señalar una relación causal entre medios de comunicación y violencia. Su hipótesis central se puede plan-

tear como sigue: "A mayor violencia en los contenidos de los mensajes de los medios, corresponde una mayor violencia en la sociedad". La causa se ubica en los mensajes con contenidos violentos y el efecto en las conductas agresivas y delictuales que generan éstos en la población en general.

El marco de referencia básico de este enfoque es la teoría de la aguja hipodérmica, según la cual el mensaje contenido en un programa televisivo genera un efecto directo en las actitudes o la conducta del sujeto que lo observa. Toma en consideración aspectos fisiológicos y emocionales de la agresividad, y sostiene que la exposición a estímulos agresivos puede elevar la susceptibilidad de una persona mediante una excitación de los componentes fisiológicos y emocionales, lo que aumenta la predisposición a tener comportamientos violentos.

La teoría anterior se basa en los postulados de Berkowitz (1962) y Eron, Walder y Lefkowitz (1971), quienes plantean que ver acciones violentas en televisión produce una estimulación fisiológica y emocional en los espectadores, lo que puede inducir a reacciones agresivas o violentas. Más adelante, Tanenbaum (1980) apoya estas ideas en el sentido de que la televisión, así como otros medios de comunicación audiovisual, provoca excitaciones fisiológicas que elevan la intensidad emocional de los telespectadores.

La metodología utilizada para investigar empíricamente las hipótesis formuladas bajo este enfoque teórico se basa en la aplicación de cuestionarios y pruebas psicológicas, y especialmente en la experimentación de laboratorio en ambientes simulados. En general se ha utilizado la medición de la agresión en niños y jóvenes después de ver películas o series de televisión con alto contenido violento, mediante la aplicación de pruebas para evaluar las tendencias agresivas o mediante la observación de comportamientos agresivos.

Teoría de los efectos limitados

Ante la falta de certeza en los resultados obtenidos empíricamente, diversos investigadores cuestionaron los alcances de la teoría hipodérmica y transformaron la hipótesis de la siguiente manera:

A una mayor violencia en los medios de comunicación corresponde, no una mayor violencia en la sociedad, sino en ciertos sectores que, por su fragilidad cultural y su predisposición psicosocial, son blanco fácil de las conductas agresivas y delictuales que despiertan dichos mensajes (Bonilla, 1995).

Los sectores considerados más vulnerables han sido principalmente los niños y jóvenes, los sujetos

con temperamentos agresivos, y miembros de grupos socioeconómicos desfavorecidos.

De acuerdo con este enfoque teórico, se ha planteado que, en determinadas circunstancias, la observación de la violencia en los medios puede ser el disparador de conductas agresivas en sujetos particularmente predispuestos por condiciones subjetivas. Esta creencia suele predominar en el propio público, por influencia de casos aislados que han recibido mucha publicidad, en los cuales algunos agresores han expresado que su comportamiento se inspiró en escenas del cine o la televisión. Por ejemplo, se han reportado y hecho populares casos de niños que se han lanzado al vacío pretendiendo emular a Superman o Batman, así como de jóvenes que murieron al estallar artefactos fabricados por ellos al imitar al ingenioso McGyver.

Clemente y Vidal (1996) mencionan el caso de dos niños ingleses que mataron a otro de menor edad, siguiendo los mismos pasos que en una película vista por ellos, así como el caso de un niño estadounidense de 5 años que tras ver unos dibujos animados (Beavis y Butt-head), incendió su casa por lo que murió su hermana menor. Otro ejemplo es el de un escolar estadounidense de 15 años de edad que asesinó con arma de fuego a su vecina de 83 años y le robó 415 dólares; su abogado defensor argumentó como causa que su defendido había visto muchas series policíacas en la televisión.

Teoría del aprendizaje observacional

Este enfoque teórico comienza por considerar a la televisión como una importante fuente de aprendizaje y propone que ciertos comportamientos agresivos observados en televisión se pueden aprender y almacenar en la memoria para darle un uso futuro. Después, al enfrentar una situación similar a la observada en el pasado, el sujeto puede repetir la acción violenta aprendida. Así, la hipótesis es que la observación intensa y continua de escenas violentas genera comportamientos violentos o agresivos.

Esta teoría fue desarrollada en un principio por Bandura y Walters (1963c), quienes plantean que ver violencia por televisión aumenta la probabilidad de agresión en el público. Su postulado es que el aprendizaje puede ocurrir por diversos mecanismos o procesos, como la observación, la imitación, la identificación y la gratificación, y que el aprendizaje incluye la asimilación de conceptos, ideas, actitudes, valores, normas y conductas.

En este enfoque se han destacado también los ejemplos mencionados antes. No obstante, los autores consideran importante señalar que los espectadores no reproducen automáticamente los actos agresivos aprendidos, a menos que se conjuguen otros factores propicios, como los sugeridos por Hicks (1968): expectativa de recompensa, similitud entre la situación televisada y la real, anticipación de apo-

yo social. La investigación en el contexto de la teoría del aprendizaje social ha demostrado que la imitación no es indiscriminada, lo que conduce a la teoría de la exposición selectiva.

Teoría de la exposición selectiva

A partir de los enfoques previos y de la constatación de algunas de sus limitaciones, la investigación se orientó entonces a profundizar acerca de ciertas características del receptor y en sus procesos psicológicos individuales, en términos de su capacidad de atención y percepción selectivas, que le permiten aceptar o rechazar aquello que los medios le ofrecen. En este contexto Klapper (1972) introduce el concepto de exposición selectiva. La investigación de la comunicación ha revelado firmemente que las personas tienden a seleccionar los mensajes que presentan puntos de vista con los que tienen afinidad o simpatía y no aceptan comunicaciones de un matiz diferente. La exposición, la percepción y la retención en la memoria son selectivas. El auditorio para la comunicación de masas está constituido por personas que viven con otras personas y entre instituciones sociales. Cada una de estas personas ha estado sujeta, y continúa sujeta, a numerosas influencias además de la comunicación de masas.

En esta línea de pensamiento se plantea que, con-

forme más elevado sea el nivel cultural y educativo, y mayor la interacción grupal o social, mayor será la capacidad para rechazar contenidos agresivos o violentos. Los niños tienden a imitar más a las figuras poderosas que a las débiles, más a las exitosas que a las que fracasan, y más los comportamientos que son recompensados que aquellos que no lo son o que son castigados. Alguien que observa una conducta que es inmediatamente castigada se inclinará menos por reproducir tal conducta posteriormente. De este modo, los efectos de ver violencia televisada dependerán del contexto específico en que se presente.

Teorías del cambio de actitudes

Las diversas teorías relativas a la modificación de las actitudes, denominadas por algunos autores como “teorías de los efectos a largo plazo” y agrupadas según un enfoque de efectos acumulativos, sugieren que cuanta más televisión violenta observe una persona, en particular los niños, más proclives serán sus actitudes hacia los comportamientos agresivos.

Esta línea de investigación surgió a partir de un funcionalismo más moderno, que supera la postura de los efectos directos e inmediatos, y plantea que la influencia de los medios no radica en su poder persuasivo, sino en su capacidad de organizar los temas en que debe pensar la gente. En este sentido,

los efectos que generan los medios no operan directamente sobre la conducta de la audiencia, sino que se dirigen hacia el refuerzo o la modificación de normas, valores y actitudes. De acuerdo con Wolf (1987), la imagen que el público tiene de la realidad social no está mediada sólo por un mensaje con efectos a corto plazo, sino más que nada por un proceso de significación a largo plazo, en que los medios organizan y modifican las creencias, opiniones y actitudes.

De esta manera, la relación violencia-medios no apunta ya hacia la causalidad directa que hace que al contemplarse un mensaje violento se dispare la agresividad o la catarsis en el receptor, sino hacia el impacto que tal mensaje puede causar en la mente de éste y que sustituye paulatinamente sus valores solidarios por otros individualistas; sus normas morales por unas inmorales, y su capacidad de asombro por insensibilidad, lo que propicia la penetración de valores violentos en la sociedad.

En esta línea, muy influida por la psicología cognitiva, diversas investigaciones —realizadas principalmente en los Estados Unidos— recalcan que la exposición a los contenidos violentos de los medios despierta la agresividad del receptor ante hechos violentos que enfrenta en su vida diaria. Otros afirman que los efectos negativos no convierten al receptor en un delincuente potencial, sino que lo llevan a funcionalizar la violencia y a aceptarla como

algo natural, normal y necesario en el momento de resolver ciertas situaciones o lograr determinados fines (Bonilla, 1995). Algunos científicos consideran también que este tipo de programas sobrestimula a los niños.

Teoría del refuerzo

En este esquema, algunos autores, como Klapper (1974), sostienen que las escenas de violencia en la televisión sólo refuerzan pautas de conducta violenta que ya posee el espectador.

La investigación sobre los medios masivos de comunicación señala firmemente que las descripciones que tales medios realizan del crimen y la violencia no son los motores principales de la conducta agresiva. Por el contrario, el contenido parece reforzar o actualizar tendencias de conducta inducidas por otras vías.

Se trata de dejar de señalar a la televisión de ser la única fuente generadora de violencia, para considerarla solamente como un factor significativo entre otros.

Quienes apoyan la teoría anterior postulan que hay otros elementos fundamentales para despertar conductas violentas, como las normas sociales, los valores culturales, los roles sociales, ciertas características de la personalidad, así como influencias fa-

miliares y grupales, todo lo cual contribuye a determinar la posibilidad de que se genere un comportamiento agresivo.

Teoría del cultivo

Desarrollada por Gerbner y cols. (1980), esta teoría postula que la televisión afecta al televidente a través de la exposición acumulativa a sus temas repetitivos, con lo que mantiene y modela la construcción que da el público a la realidad. En este sentido, el mundo violento presentado por la televisión penetra en la conciencia del público y se confunde con el real. De acuerdo con esta postura, se ha acusado a la televisión de ser responsable de cultivar el materialismo y la trivialización del crimen. El materialismo y el escaso valor moral provocan que la gente defina el mundo como un lugar básicamente malo, deshumanizado y violento. De este modo, la televisión se relaciona con la percepción del televidente en cuanto a un mundo repleto de crimen y odio.

Clemente y Vidal (1996) destacan la importancia de dos conceptos fundamentales de la teoría del cultivo: la “corriente principal” y la “resonancia”. La “corriente principal” alude a la homogeneización dentro de los grupos, ya que los espectadores adictos están tan influidos por la televisión que llegan a compartir una visión común del mundo real. Por su parte, la resonancia se refiere a un efecto de promi-

nencia, por el cual, quienes viven en circunstancias inusualmente violentas, reaccionan ante el mundo aún más violento de la televisión. A raíz de lo anterior, su concepción violenta del mundo real aparece amplificadas o intensificadas por ver televisión.

Teoría de la desensibilización

En otro sentido, se ha planteado la hipótesis de que la exposición frecuente o intensa a contenidos violentos conduce a una aceptación gradual de la violencia como algo natural, disminuyendo la capacidad de respuesta o reacción adecuada frente a la violencia real. Esto ocurre porque la prolongada y abundante observación de violencia conduce a la larga a considerarla como normal.

Algunas investigaciones han demostrado que la exposición a la violencia puede decrementar la sensibilidad normal ante la agresión (Dorr, 1982; Zillman, 1982); si la gente estuviera más expuesta a ser espectadora de la violencia en la televisión, podría reaccionar menos sensiblemente a la agresión real. Se ha reportado que los niños expuestos a mucha violencia televisada van perdiendo paulatinamente reactividad frente a estímulos violentos, planteando que el proceso tiende a desensibilizar o anestesiar a los niños (Cline, Croft y Courrier, 1973; Geen, 1981; Thomas y cols., 1977). Si la gente se satura de violen-

cia a partir de observarla con frecuencia, puede reaccionar menos sensiblemente frente a la violencia real; por ejemplo, no brindando ayuda a víctimas de una agresión.

Teoría de la catarsis

Esta teoría descarta los efectos nocivos de los mensajes violentos en los medios. Argumenta que el observar violencia sirve como válvula de escape y disipa la necesidad o deseo de agredir. El supuesto central es que quienes ven más violencia reducen su agresividad.

Erausquin y cols. (1988) mencionan que los orígenes del debate acerca de los efectos de la violencia en los medios se remontan a la filosofía griega, ya que Platón condenaba las obras de terror como peligro social, en tanto que Aristóteles sostenía que la escenas violentas beneficiaban al público, con lo que tal vez preconció la teoría de la catarsis.

En torno a esta teoría, Feshbach (1961) establece que se basa en la relación frustración-agresión. Una persona que experimenta una frustración o una acumulación de ellas, experimenta una tensión que tarde o temprano dará origen a conductas agresivas. Una catarsis puede dar alivio a esta tensión acumulada. Se sugiere entonces que observar acciones violentas, sin necesidad de participar en ellas,

facilita el proceso catártico al eliminar la tensión contenida y evitar la agresión activa. De este modo, la teoría de la catarsis postula que la observación de violencia en los medios disminuye la agresividad en los espectadores.

Aplicada a la agresión, la hipótesis de la catarsis sostiene que observar dramas violentos en los medios permite a las personas liberar sus hostilidades reprimidas. Apoyados en ella, algunos defensores de las bondades de la televisión argumentan que ésta puede incluso evitar la violencia real por dos vías: por un lado, ofreciendo a los espectadores una oportunidad inofensiva para descargar su agresión, y por otro, manteniéndolos más tiempo en la seguridad del hogar, fuera de las calles y sus riesgos.

De acuerdo con este enfoque, los medios se convierten en agentes canalizadores de comportamientos violentos y agresivos. La violencia en los medios cumple una función social: satisfacer y canalizar instintos violentos reprimidos de modo que no trasciendan de cada individuo y perturben la buena marcha social. El efecto remedial consiste en que, gracias a la contemplación de lo violento en los medios, el individuo puede desarrollar en sus fantasías personales toda la carga de instintos agresivos que lo conforman, reduciendo así de su comportamiento en la vida real cualquier dosis de violencia. Por desgracia no hay pruebas que apoyen sólidamente esta propuesta.

Por el contrario, hay un consenso amplio entre los psicólogos sociales en el sentido de que la catarsis no ocurre como supusieron Freud, Lorenz y sus seguidores (Geen y Quanty, 1977).

INVESTIGACIONES REALIZADAS

A partir de los años cincuenta, el interés por la posible influencia de la violencia televisiva en los comportamientos agresivos ha generado un gran número de investigaciones. En torno a cada una de las teorías planteadas se ha desarrollado un mayor o menor número de estudios tendentes a proporcionarles sustento empírico.

La mayor parte de los estudios conocidos surgieron dentro de la corriente funcionalista con el propósito de someter a prueba una de sus hipótesis centrales: "la violencia en los medios produce violencia en la realidad". Como parte de esta corriente, las investigaciones desarrolladas han utilizado básicamente tres métodos de investigación: análisis de contenido, encuestas de población y estudios experimentales de casos. Por medio de ellos se han estudiado cuatro aspectos fundamentales:

1. Las características de la programación, por medio del análisis de contenido.
2. Las características de la audiencia, a través de encuestas de población.

3. El impacto de la programación en los valores, actitudes y comportamientos del receptor, mediante estudios de casos, generalmente experimentales.
4. Las motivaciones del auditorio, a partir del enfoque basado en los usos y gratificaciones.

Análisis de contenido

Desde que se empezaron a desarrollar los primeros estudios empíricos en relación con la violencia en los medios, diversos investigadores consideraron importante determinar, de manera cuantitativa, la dimensión del problema. Aunque ya era evidente que el cine y la televisión mostraban especial predilección por temas de acción que suelen incluir muchas escenas violentas, parecía importante determinar científicamente la magnitud de los contenidos violentos que observaba el público. Para tal fin resultó de suma utilidad la técnica del análisis de contenido.

Interesado en el estudio de los mensajes, Bernard Berelson (1948) desarrolló una técnica —basada en la psicología conductista y la sociología funcionalista— para analizar los contenidos de éstos. La técnica tiene por objeto describir objetiva, sistemática y cuantitativamente el contenido manifiesto de la comunicación, esto es, el conjunto de significados ex-

presados a través de símbolos (verbales, musicales, pictóricos, plásticos, mímicos, etcétera).

Desde esta primera etapa, los investigadores detectaron que alrededor de la mitad de la programación tenía contenidos violentos en extremo y que los temas más recurrentes eran la delincuencia, las peleas, las armas de fuego y los asesinatos. A partir de entonces se ha seguido generando una gran cantidad de evidencias que comprueban que los medios de comunicación enfatizan la violencia.

Head (1954) realiza un análisis de contenido de la programación difundida en Nueva York a principios de los años cincuenta, y concluye que los dramas televisivos introducen groseras distorsiones respecto de los hechos objetivos de la sociedad, en una tendencia a soslayar hechos cruciales de la vida real. Así, la diferencia entre la realidad y la recreación televisiva puede ser sintomática de una estrecha adhesión a los valores conservadores convencionales.

El asunto de los contenidos violentos en la televisión se constituyó desde entonces en una preocupación fundamental para la administración pública estadounidense, imponiéndose la tarea de crear organismos específicos para estudiarla y controlarla, y ha publicado interesantes análisis y pronunciamientos en diversas épocas.

En 1952, el Congreso estadounidense creó un subcomité, conocido popularmente como Subcomité Harris (Federal Communications Commission Sub-

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

committee), para coordinar una amplia investigación que determinara “el contenido de los programas de radio y televisión que fuera ofensivo a la moral o enfatizara especialmente el crimen y la corrupción” (Rowland, 1983).

En la década siguiente se hizo famosa la Comisión Nacional sobre las Causas y la Prevención de la Violencia (National Commission on the Causes and Prevention of Violence, 1969), bajo cuyo encargo, George Gerbner, uno de los más prolíficos investigadores del tema, analizó el contenido completo de dos semanas típicas de producción de las tres cadenas de televisión más importantes de los Estados Unidos. Este trabajo determinó que más de 80% de la programación contenía alguna forma de violencia. Algunos datos que ejemplifican sus resultados revelan que, en series del oeste, policiacas y de detectives, de 445 personajes principales, 241 participaron en acciones violentas, 54 mataron a un rival y 24 murieron violentamente. Asimismo, se calculó un promedio de cinco muertos o heridos por programa. En términos más generales, los resultados de estos análisis señalaron que entre los cinco y los catorce años, un niño estadounidense observaba en el televisor la destrucción violenta de unos 13 000 seres humanos (De Fleur, 1970).

Poco después, un informe del Comité de Consultoría Científica General en Televisión y Conducta Social (Surgeon General’s Scientific Advisory Com-

mittee on Television and Social Behavior, 1972) publicó una revisión de los estudios realizados en los Estados Unidos entre 1963 y 1972. Más recientemente, el Instituto Nacional de Salud Mental (NIMH, 1982) dio a conocer un amplio trabajo de revisión y análisis extensivos sobre la misma temática. A continuación se reseñan algunos de los trabajos más destacados.

Schramm, Lyle y Parker (1961) realizaron una de las primeras investigaciones amplias y serias desarrolladas en los Estados Unidos sobre los efectos de la televisión en niños, y publicaron un amplio informe a partir de sus propios hallazgos y los de otros once estudios coordinados en diez comunidades estadounidenses y canadienses entre 1958 y 1960. Estos investigadores analizaron el contenido de la programación definiendo como violencia "cualquier acción referida al uso de la fuerza física, o la amenaza de usarla, para intentar dañar físicamente a un ser o grupo de seres vivos".

Tras analizar gran parte de la programación estadounidense del momento, encontraron violencia en los programas correspondientes a más de la mitad de los horarios monitoreados. En cien horas de televisión infantil observaron doce asesinatos, 16 peleas con armas, 21 disparos, 21 incidentes violentos, 37 peleas, cuatro intentos de suicidio (tres consumados), cuatro personas que cayeron o fueron empujadas al vacío, dos intentos de atropellamiento, dos

coches arrojados a un precipicio y otra gran cantidad de escenas violentas de la más diversa índole. Entre sus conclusiones destacan que el contenido de la programación es extremadamente violento, siendo comunes las temáticas relacionadas con el crimen, así como las peleas, los disparos y los asesinatos.

Clemente y Vidal (1996) reportan un estudio del Instituto de la Opinión Pública de España, realizado entre 1964 y 1965 en ese país, con el propósito de analizar el contenido violento en las películas televisadas. Del total de películas analizadas, la mayor parte extranjeras, 21 contenían 70 escenas de violencia. Entre los medios utilizados para la agresión, 67% correspondía a tiros y explosiones, 22% a puñetazos y patadas, y 6% fueron ataques con arma blanca y objetos contundentes. Se representaron once muertes violentas y trece escenas de terror. Como parte de la misma investigación se analizó la programación televisiva durante quince días consecutivos. Se encontró que una cuarta parte de los programas, entre ellos los de dibujos animados para niños, contenía escenas violentas, correspondiendo la mayor parte a violencia física, seguida por la de tipo psicológico y moral. La violencia física estaba dirigida sobre todo a personas y en menor proporción a objetos. De la violencia provocada a sujetos, la mayor parte era con armas de fuego, seguida de golpes con objetos, puñetazos y estrangulamientos.

Los efectos de tales acciones violentas fueron heridas, mutilaciones y contusiones (82.88%), muerte (10.59%), y amenazas (6.53 por ciento).

Gerbner (1972), de la Escuela Annenberg de Comunicación de la Universidad de Pennsylvania y quien ha estudiado el tema a lo largo de muchos años, realizó —en los meses de octubre de 1967, 1968 y 1969— un análisis de contenido de la programación estadounidense en los horarios de mayor audiencia. De este modo, encontró que ocho de cada diez programas contenían algún tipo de violencia, y que la proporción de ella no varió durante un lapso de tres años.

A partir de su definición operacional de violencia como “expresión abierta o evidente de fuerza, con la intención de lastimar o matar”, Gerbner encontró que seis de cada diez personajes participan en hechos violentos. Aunque la violencia con resultados fatales disminuyó de dos personajes de cada 10 en 1967 a uno de cada 10 en 1968 y uno de cada 20 en 1969, la violencia en las caricaturas aumentó. Así, de las 95 analizadas, sólo dos no contenían violencia en 1967 y una en los dos años siguientes. El autor consideró este género infantil como el más violento, ya que en 1967 una hora de caricaturas contenía tres veces más episodios violentos que una hora de programación para adultos, y en 1969 seis veces más.

Entre las conclusiones de los estudios anteriores se destaca que la mayor parte de la violencia se pre-

senta más en serio que en tono de comedia, y que la mayoría ocurre entre personas desconocidas e implica el uso de algún tipo de arma. En general, las consecuencias de los hechos violentos parecen poco realistas, pues sugieren poco dolor o daño. Estos investigadores establecen una distinción entre la violencia ejercida por los “buenos” y los “malos”, personajes que por lo común son fácilmente distinguibles: todos son igual de violentos, si bien los buenos no sufren consecuencias negativas.

Entre los hallazgos de tipo más cualitativo sobresale que los policías sean tan violentos como los delincuentes; estos últimos reciben casi siempre más bien alguna clase de escarmiento violento de sus enemigos o la policía que castigo legal por parte del sistema judicial. Los villanos son frecuentemente “no blancos” y extranjeros. En general, los investigadores concluyeron que la violencia es mostrada como un medio útil y eficaz para resolver problemas y lograr metas. Por último, ante la notable ausencia de medios opcionales para resolver conflictos —como el debate, la cooperación y el compromiso— los resultados de las investigaciones sugieren que los espectadores aprenden de la televisión que los conflictos se resuelven mejor mediante el uso de la violencia, y que ésta se castiga rara vez.

En 1971, Gerbner realizó un análisis de contenido comparativo entre las televisoras de Gran Bretaña y los Estados Unidos. De este modo encontró que

la violencia aparece en la mayor parte de la programación de ambos países. En el primer país detectó violencia en 63% de los programas de ficción, y en los Estados Unidos entre 80 y 90% del mismo género de programas. En otro estudio reportado en 1976, 50% de los personajes protagónicos apareció implicado en episodios violentos y 10% en muertes, en los horarios de mayor audiencia.

Otra conclusión importante de los estudios de Gerbner y su grupo (1972, 1979, 1980) se relaciona con la notable falta de veracidad en la violencia televisada, ya que los personajes, las relaciones entre ellos, los escenarios, los ambientes, los lugares y los tiempos difieren drásticamente de la violencia real.

A partir de sus trabajos más recientes —aparecidos en el informe del National Institute of Mental Health (NIMH, 1982), en relación con la violencia en la televisión—, Gerbner y su equipo sugieren que la televisión mundial refleja el poder de las relaciones en la sociedad estadounidense, donde dominan los hombres blancos, y las mujeres, niños y negros resultan ser sus víctimas. Sostienen que los espectadores más asiduos para este tipo de programación tienden a ser sexistas, temen al crimen y poseen una visión estereotipada de la realidad. Tras recibir críticas de otros investigadores que consideran necesario tomar en cuenta otras variables de tipo social, Gerbner profundizó más adelante en sus afirmaciones y sugirió que los espectadores tienen más bien

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

una percepción homogeneizadora de la sociedad (Cook, Kendziersky y Thomas, 1983).

Más recientemente, estudios llevados a cabo en diferentes países han determinado la incidencia de la violencia televisada por hora de programa. Williams, Zabrack y Lesley (1982) calcularon 18.5 actos violentos por hora en los Estados Unidos; Iwao, de Sola-Pool y Hagiwara (1981), 7.0 en Japón; y Cumberbatch, Lee y Hardy (1987) 1.7 en el Reino Unido.

Rodríguez, Esteban, Takeuchi, Clausen y Scott (1995) realizaron una investigación transcultural para evaluar el contenido violento de la programación en Japón, los Estados Unidos y España. Para ello desarrollaron y validaron un instrumento llamado Índice para Violencia Televisiva, en el cual agruparon tres categorías de acciones violentas: violencia infligida sobre la propiedad, violencia verbal y violencia física. En los tres países se pudo observar que la violencia televisiva reproduce con más frecuencia conflictos interpersonales que la violencia contra la propiedad. La televisión japonesa proyecta menos escenas de daño físico que la española y la estadounidense, lo que atribuyen al hecho de que la cultura japonesa tiende a asignar un mayor valor al sentido de colectividad, favorece la conformidad y evita las confrontaciones directas. Destacan, por otro lado, que la televisión española enfatiza más el uso de la violencia verbal en ausencia de la persona agredida.

Por otra parte, el Centro para Políticas de Comunicación de la Universidad de California, en Los Ángeles, desarrolla actualmente un proyecto de gran magnitud denominado Proyecto para el Monitoreo de la Violencia en Televisión, cuyo propósito es determinar la cantidad y calidad de la violencia en la programación televisiva estadounidense actual, cuyos avances se pueden consultar en Internet (UCLA, 1997, <http://www.ucla.edu/current/hotline/violence/toc.htm>).

Una de las limitaciones de muchos estudios basados en el análisis del contenido, estriba en el cuestionable uso de la cantidad y la frecuencia de las escenas de violencia como punto de partida para deducir posibles efectos en los espectadores y proponer, así, que a mayor cantidad, más nocivas las consecuencias. Esta interpretación netamente conductista considera que la repetición por sí misma incrementa la magnitud de los efectos. El énfasis puesto en los números remite a la objetividad y al rigor científico, que constituyen una meta primordial de la sociología positivista estadounidense, la cual ha descuidado el tomar en cuenta la naturaleza y características intrínsecas de la violencia presentada, así como la violencia implícita, no evidente, que resulta muy difícil cuantificar. Este tipo de estudios suele considerar a la violencia televisiva como causa, sin incorporar cuestionamientos acerca de otros posibles orígenes de la violencia individual y social.

Otra limitación de este tipo de estudios estriba en que no se respete la regla matemática básica de la adición, que señala que los sumandos deben pertenecer a una misma especie. En este caso, casi siempre se incluyen indiscriminadamente escenas violentas, que incluyen actos violentos de muy diversa índole. El problema principal radica en la definición de la violencia. Algunos autores la clasifican como legal e ilegal; otros, como física y psicológica; otros más introducen valores morales —en términos de “buenos” y “malos”— de muy difícil consenso y subjetivos. Asimismo, en general se olvida considerar la violencia implícita y la simbólica. Por otra parte, se habla en general de contenido sin considerar el contexto en que se presenta la violencia ni las implicaciones del medio en que ocurre: la televisión y sus características (Corona, 1989).

Encuestas de población

A partir de la publicación —en la década de los años cincuenta— de los resultados de las primeras investigaciones sobre el contenido de la programación, se agudiza la alarma relativa a los efectos que podría tener en el público, en particular el infantil, lo que propicia una proliferación de estudios al respecto. De este modo, poco antes de 1960 se empezaron a

realizar investigaciones estructuradas para evaluar los efectos de la televisión en los niños.

Algunos estudios realizados por medio de encuestas de población se diseñaron con el propósito de obtener aproximaciones a la hipótesis de causalidad violencia-agresión por medio de análisis correlacionales. La aproximación básica de la investigación correlacional es obtener una medida aproximada de la cantidad de televisión violenta que se ve y relacionarla con una medida o grupo de medidas de agresividad. La meta final es demostrar una relación causal; el primer paso, encontrar si existe una relación.

Las primeras investigaciones se basaron en encuestas destinadas a conocer los hábitos televisivos del auditorio y a determinar las características de los televidentes, qué tipo de programas prefieren ver y qué efectos les producen. Entre los estudios clásicos realizados con esta técnica destacan los de Schramm, Lyle y Parker, en los Estados Unidos, y los de Himmelweit, Oppenheim y Vince, en Inglaterra.

Himmelweit y colaboradores (1958) realizaron una serie de encuestas en Gran Bretaña, entre 1954 y 1956, época en que se introduce la televisión en algunas regiones. Un estudio se aplicó a niños de 10 a 14 años, comparando sus respuestas antes y después de tener televisión en casa. Otro se efectuó con 370 niños de la misma edad, antes y después de la

introducción de la televisión en su comunidad. Estos investigadores encontraron que la televisión estaba desplazando a otros medios de comunicación y desempeñando funciones similares a las de ellos, y que los niños le dedicaban más tiempo que a cualquier otra actividad en sus momentos de ocio.

En un nivel más específico en relación con la violencia, estos investigadores encontraron que los niños más rechazados por sus padres veían más televisión, que la repetición constante de escenas estereotipadas los atemorizaba y que la violencia real les disgustaba más que la ficticia. Los niños hablaban de experimentar terror al observar formas realistas en la presentación de la violencia. Con respecto a los efectos que ejercen las descripciones de crimen y violencia en los niños, los investigadores concluyeron que parecía poco probable que la televisión originara conductas agresivas, aunque sí podría precipitarlas en un reducido número de niños perturbados emocionalmente. Los reportes concluyen que no hay pruebas de que los programas violentos provoquen mayor agresividad en los niños, pero tampoco de que tengan algún efecto benéfico sobre ellos.

En esa misma época, los estudios desarrollados por Schramm y cols. (1961) en Estados Unidos, utilizando el método de encuestas, aportaron información sobre las características de los emisores y de los receptores. En cuanto a los primeros, se reconocen

en ellos intenciones básicamente comerciales, así como la presión de la publicidad, a partir de su carácter reiterativo, dispuesto a mantener el *statu quo*. Schramm no plantea una postura crítica frente a las motivaciones de los emisores, sino que las considera más como una variable para entender los cambios en los valores y la conciencia de los sujetos. En cuanto al receptor, concluye que diversas variables como la capacidad mental, el sexo, la edad, las normas sociales, el nivel socioeconómico y el contexto familiar determinan el uso que se da a la televisión.

Por otro lado, los estudios anteriores destacan tres principales motivos para ver televisión: entretenimiento, información y utilidad social, en ese orden de importancia. En general, concluyen que a mayor integración familiar, menor uso de la televisión, en tanto que relaciones familiares o sociales poco satisfactorias producen receptores más evasivos y violentos. En relación con la edad, uno de cada cinco niños empieza a ver televisión a los tres años; nueve de cada diez al entrar a primaria. Las horas dedicadas a ver televisión aumentan de dos a tres o cuatro diarias entre los 11 y 13 años, y después tienden a disminuir con el ingreso al bachillerato. Asimismo, según los hallazgos, la clase baja ve más televisión. Esta investigación es fundamental por la amplitud de campos y muestras investigadas: 6 000 niños y 2 000 adultos (padres y maestros) en los Estados Unidos y Canadá.

Schramm y colaboradores (1961) plantearon que la televisión podría contribuir al comportamiento violento en algunos casos. Ello podría ocurrir, por ejemplo, en niños que confundieran fantasía con realidad o que fueran agresivos desde antes, en cuyo caso la agresividad se podría incrementar por identificación con algún personaje violento de la televisión. Sin embargo, los autores fueron cautos al señalar que la televisión podría ser, a lo sumo, un factor, entre otros, como causa de comportamientos violentos o delictivos.

La delincuencia es un comportamiento complejo que proviene de varias raíces, siendo usualmente la principal una gran carencia en la infancia —generalmente un hogar desintegrado o un sentimiento de rechazo por parte de los padres o grupos de padres—. La televisión es, cuando mucho, una causa contribuyente.

El hecho de que los niños aprendan o no la violencia a partir de la televisión depende sobre todo de las características y tendencias del niño. Las raíces de la delincuencia son mucho más profundas y vastas que la televisión (Schramm, 1961).

Schramm y su grupo resumen sus conclusiones:

para algunos niños, bajo ciertas condiciones, cierta televisión es peligrosa. Para otros niños, bajo las mismas condiciones, o para los mismos niños bajo otras condiciones, puede ser benéfica. Para la mayoría, la

mayor parte de la televisión, bajo ciertas circunstancias, probablemente no es ni dañina ni particularmente beneficiosa.

Como se aprecia, las conclusiones anteriores no son en particular concretas. Con todo, sirven para sustentar la propuesta dirigida a los padres de familia en el sentido de que deben proporcionar a sus hijos un entorno familiar cálido, amoroso y seguro.

En relación con el posible efecto en jóvenes de las escenas de violencia y muerte difundidas por programas dramáticos, Cazeneuve (1967) concluye que es poco probable que constituyan para todos una incitación a la agresividad, aunque sí pueden orientar tendencias ya existentes en algunos sujetos.

Tras investigar ampliamente el tema, Halloran (1970) concluye que los niños pueden aprender comportamientos agresivos de la televisión y pueden retener lo aprendido por lapsos prolongados. Afirma que la televisión penetra poderosamente en el proceso de aprendizaje de los niños y les enseña un conjunto de valores morales y sociales acerca de la violencia, que no guardan relación con las pautas de una sociedad civilizada. El autor añade que esta violencia se justifica en muchas ocasiones en virtud de que el "bueno" la ejerce para castigar al "malo". Además, en muchos casos la violencia es el camino más rápido y eficaz para alcanzar ciertas metas deseables en un sentido social.

Eron y cols. (1971) realizaron un estudio con alumnos de tercer grado en un área rural del estado de Nueva York y encontraron una relación positiva significativa entre ver violencia en televisión y conductas agresivas. Por su parte, McLeod, Atkin y Chaffee (1972a, b) estudiaron los hábitos seguidos para ver televisión, los contenidos de violencia observados y la agresividad en un grupo de adolescentes. Encontraron, así, una correlación positiva entre estas dos variables. Friedman y Johnson (1972) compararon grupos de jóvenes calificados como agresivos y no agresivos. De este modo descubrieron que el grupo agresivo veía más televisión y que sus programas favoritos eran calificados como más violentos. A partir de encuestas realizadas en los Estados Unidos, Liebert y Baron (1972) afirman que los jóvenes que ven emisiones televisivas violentas muestran un aumento de 200 a 300% en agresividad. Por último, McCarthy, Langner, Gerstein, Eisenberg y Orzeck (1975) encontraron una relación entre ver violencia en televisión y pelear con compañeros, así como conflictos con los padres y delincuencia.

En un informe sobre la violencia en televisión —redactado en 1977 después de los seis años de una investigación con 1 500 adolescentes de 13 a 16 años—, Belson (1978), experto inglés, sostiene que ésta es no sólo una de las causas de la violencia juvenil, sino la principal. El investigador afirma también que los niños sometidos al bombardeo diario

de escenas violentas terminan acostumbrándose a la violencia como algo cotidiano y natural. Entre sus conclusiones más relevantes destaca que la alta exposición a la violencia televisiva incrementa el grado de violencia en los niños. El autor plantea que la violencia televisiva es muy variada, y que algunos programas son más nocivos que otros.

Los siguientes se cuentan entre los tipos de programación que más se reportan como fuertes generadores de violencia en los niños:

- Películas en que la violencia ocurre en un contexto de relaciones personales cerradas.
- Programas en que la violencia aparece sin ser necesaria para el argumento.
- Programas que presentan violencia ficticia de un modo realista.
- Programas en que la violencia aparece como algo “bueno” o por una buena causa.
- Películas del oeste violentas.

Por otro lado, los siguientes están entre los programas violentos poco propensos a despertar agresividad en los niños:

- Programas deportivos que presentan conductas violentas entre competidores o espectadores, a excepción del boxeo y la lucha.
- Dibujos animados.

- Películas violentas de ciencia-ficción.
- Comedias con contenidos de violencia física o verbal.

Singer y Singer (1980) desarrollaron varios estudios de campo, concluyendo que aquellos niños que observan mucha violencia en televisión tienden a mostrar muchas más conductas agresivas indeseables en juegos libres. Comentan que es cierto que se muestra agresión en sumo grado en los medios de comunicación, pero la evidencia no es clara en cuanto a la profundidad del efecto directo sobre las acciones violentas reales. Puede afectar a personas específicas, no necesariamente porque sean las que consumen más televisión, sino aquellas que carecen de vida imaginativa propia. Estos autores agregan que la violencia televisada influye menos si es estereotipada y muy alejada de la vida real del espectador, por ejemplo las series del oeste (en contraposición a lo afirmado por Belson, 1978), teniendo mucha más importancia los efectos de las representaciones violentas en documentales, ya que están más relacionadas con lo que ocurre en la vida real (Singer, 1971).

En un estudio posterior, Eron y Huesmann (1980) encontraron también una relación positiva significativa en varones del área de Chicago. Tiempo después, un estudio transcultural (Huesmann y Eron, 1986) arrojó resultados similares en niños y niñas de

Australia, Finlandia, Israel, los Estados Unidos y Polonia. Erausquin y cols. (1988) se remiten a un estudio realizado en Francia con 3 500 niños de dos a cinco años, del que destacan que éstos presentaron un aumento en la agresividad en relación con su exposición a la violencia televisada. También mencionan un estudio desarrollado entre escolares de Hamburgo, Alemania, según el cual 98% de los profesores manifestó que la televisión contribuía al mal comportamiento de sus alumnos.

Aunque todos estos estudios resaltaron la existencia de una relación positiva entre violencia televisiva y conducta agresiva, restaba demostrar la relación de causalidad: una cosa es mostrar que dos fenómenos ocurran juntos y otra muy distinta que uno provoque el otro. En busca de demostrarlo se desarrollaron interesantes estudios longitudinales.

Eron y cols. (1972) y Lefkowitz, Eron, Walder y Huesmann (1977) condujeron un estudio longitudinal durante diez años en una muestra inicial de 875 niños de tercer grado. El trabajo se inició con una encuesta y terminó con otra diez años después. En la encuesta inicial se demostró una relación entre la preferencia por los medios violentos y el comportamiento agresivo de los niños de ocho años. Concluyeron que cuanto más violencia en televisión observara un niño de ocho años de edad, más agresivo era su comportamiento a los 18 años. Según esto, la exposición regular a televisión violenta con-

duce a comportamientos agresivos, y los hábitos televisivos adquiridos a los ocho años incitan al sujeto a tener conductas agresivas a lo largo de su infancia y adolescencia. Los investigadores encontraron que los niños más agresivos creen que la violencia es más realista en la televisión.

Como extensión de este mismo estudio longitudinal, Huesmann, Eron, Lefkowitz y Walder (1984) evaluaron de nuevo a los sujetos veinte años después de iniciada la investigación, así como a sus cónyuges e hijos. Con los datos recabados crearon un modelo estructural para describir la estabilidad de un rasgo latente de agresión. Sus resultados mostraron que las tendencias agresivas son relativamente persistentes durante intervalos de tiempo prolongados y detectaron en esta tercera fase (sujetos de unos 30 años de edad) una relación entre las pruebas de culpabilidad delictiva y la contemplación de violencia en televisión a los nueve años de edad.

Singer, Singer y Rapaczynsky (1984a, b) desarrollaron un estudio longitudinal a fin de investigar los efectos a largo plazo de la violencia televisiva sobre el comportamiento y la concepción del mundo en los niños. El estudio se realizó entre 1977 y 1982. Encontraron que, si se controlaba el nivel de agresividad inicial, la agresión posterior se relacionaría con una mayor exposición a la violencia televisiva y con el interés paternal en el castigo físico. Concluyeron que una dosis elevada de violencia televisiva

se asocia con una disminución en el autocontrol, un aumento en los comportamientos agresivos y una mayor percepción del mundo como peligroso.

Sin embargo, otros estudios longitudinales no permitieron llegar a conclusiones similares. Milavsky, Stipp, Kessler y Rubens (1982) realizaron una investigación con 3 200 niños de siete a doce años. Aunque no descartan la posible relación entre ver televisión violenta y conducta agresiva inmediata o a corto plazo, sí concluyen que no existe relación con efectos a largo plazo.

De sus investigaciones se desprende que:

- La mayoría de los niños no son antisociales.
- En los niños de poca edad, la agresión es un patrón de conducta estable, por lo que es muy difícil encontrar efectos de la televisión.
- Hay cierta relación entre exposición a violencia y conductas agresivas, pero de manera puntual en el tiempo, sin que implique, por tanto, una relación de causalidad.

Por su lado, Harris (1992) realizó un estudio con 416 estudiantes universitarios —45% de los cuales era de sexo masculino y 6% de raza negra con una edad promedio de 19 años— acerca de sus experiencias con la agresividad y sus gustos televisivos. Los estudiantes fueron interrogados acerca del número de horas a la semana que veían televisión y acerca de

sus tres programas favoritos. A cada uno de estos últimos se asignó un valor de cero cuando no presentaban violencia y de dos cuando el contenido era altamente violento (la calificación se basó en evaluaciones hechas por la National Coalition on Television Violence, 1989). Los resultados obtenidos sugieren que no existe una relación significativa entre ver televisión y la agresividad manifiesta cuando intervienen variables como el sexo, la etnicidad y la educación en una muestra de adultos jóvenes. Asimismo, se sugiere que la preferencia por ver televisión puede variar según el género y la etnicidad del televidente. Según el estudio, los niños de color pasan muchas más horas frente al televisor que los blancos y los hombres lo hacen más que las mujeres.

Cheung y Chan (1996) realizaron hace poco una investigación diseñada de acuerdo con la teoría del cultivo para explicar la concepción negativa del mundo que aparentemente prevalece entre adolescentes de Hong Kong. Entre sus propósitos destacan entender la generalización del efecto de cultivo en una nueva concepción de los valores del mundo en términos de materialismo y baja moral en los adolescentes, y especificar los efectos diferenciales del tiempo de exposición a los programas televisivos. Sus hallazgos muestran una correlación entre la prevalencia observada en términos de consumo televisivo, intensidad de la violencia presentada y orientación consumista en la programación televisiva.

Asimismo, no hace mucho se concluyó en los Estados Unidos una investigación sobre los efectos de la violencia en televisión. El estudio se practicó mediante entrevistas realizadas a personas adultas que durante la infancia habían dedicado más de tres horas diarias a ver televisión. Los resultados del mismo mostraron que estas personas acumularon más estancias en prisión por conducta violenta (especialmente intrafamiliar, contra cónyuges e hijos), y multas de tránsito por conducir en estado de ebriedad y no respetar los semáforos. El estudio reveló, además, que los videojuegos, al ser interactivos, pueden ser aún más nocivos para la mente infantil, ya que permiten al jugador atacar y eliminar a sus contrincantes. Los investigadores concluyeron que presenciar violencia en televisión durante la niñez puede conducir a una personalidad muy conflictiva en la edad adulta, y sugieren que, a falta de censura, sean los padres quienes supervisen a los hijos.

Por otra parte, en relación con actitudes expresadas en torno a la violencia, Dominick y Greenberg (1972) demostraron que los niños que ven más televisión manifiestan mayor aceptación por las conductas violentas. La exposición a la violencia televisada puede reforzar la creencia de que la agresividad es deseable o aceptable para resolver conflictos. Diversos estudios han mostrado que la violencia observada en televisión se asocia positivamente con

actitudes favorables al uso de la violencia (Dominick y Greenberg, 1972; Greenberg, 1975).

Resultados que apuntan en la misma dirección fueron arrojados por éstos y muchos otros estudios similares (Comstock, 1981; Eron, 1980, 1982; Greenberg, 1975; Hartnagel, Teevan y McIntyre, 1975; Huesmann, 1982; Huesmann, Eron, Klein, Brice y Fischer, 1983; Lefkowitz y Huesmann, 1981; McIntyre, Teevan y Hartnagel, 1972; McLeod y cols., 1972a, b; Robinson y Bachman, 1972; Turner y Berkowitz, 1972) realizados en diversos países como los Estados Unidos, Inglaterra, Finlandia, Polonia y Australia, en muestras de gran tamaño en general.

En torno a la hipótesis de la catarsis se han realizado también algunos estudios correlacionales, ninguno de los cuales ha podido comprobarla. Por ejemplo, Arms y sus equipo reportaron que los espectadores canadienses y estadounidenses del futbol, la lucha libre y el hockey, deportes con importante grado de violencia, tienden a mostrar mayor hostilidad después de ver los eventos (Arms, Russell y Sandilands, 1979; Goldstein y Arms, 1971).

Según todo lo anterior, parece bastante claro que los niños y adolescentes que ven más programas violentos en televisión, o que los prefieren, suelen ser más agresivos. Asimismo, parece correcto concluir que la evidencia indica una correlación positiva en este sentido. La relación entre ambas está bien documentada y su existencia es absolutamente cen-

tral para sustentar el argumento de que la violencia en televisión motiva agresividad. Sin embargo, debe quedar claro que demostrar esta relación es sólo un primer paso en la dirección del argumento de la causalidad, mas no prueba de ella.

La mayor inquietud que permanece es saber si existe alguna prueba, surgida de los estudios correlacionales, que demuestre la relación causal entre violencia televisada y agresividad, lo cual resulta sumamente difícil a partir de datos correlacionales. El problema más serio que se presenta al utilizar datos correlacionales para demostrar que un factor afecta a otro es la posibilidad de que un tercer factor o grupo de factores afecte a ambos. Es posible que la mejor estrategia sea demostrar la existencia de un patrón de relaciones consistente con una explicación causal e incompatible con otro tipo de explicaciones. Pareciera que el caso más fuerte de causalidad se puede basar en la idea de que el efecto de ver violencia en la televisión sería acumulativo.

Con todo, no existe una evidencia suficientemente fuerte sobre el efecto acumulativo de la violencia en la televisión, lo que podría constituir la base para un argumento causal. Las correlaciones entre ésta y la agresividad no parecen incrementarse consistentemente con la edad ni existe algún descubrimiento que demuestre que dicho efecto depende de un periodo crucial. Aunque preferir y exponerse a programas violentos se correlaciona con la conducta

agresiva, existen pocas pruebas convincentes de que la violencia televisiva provoque agresividad en escenarios naturales.

Entre las objeciones que se hacen al método de encuestas, Corona destaca que los tamaños de las muestras, así como su representatividad y su confiabilidad, descuidan aspectos básicos relativos al receptor y sus motivaciones, más allá de la descripción. Una cuestión crítica es que se confía en las respuestas explícitas de los encuestados. Si bien los datos aportados por las encuestas permiten aproximarse mejor al fenómeno, no pueden ser el único elemento para proponer explicaciones causales y conclusiones determinantes.

Aunque las conclusiones de los estudios de campo por medio de encuestas de opinión han demostrado en general la existencia de una correlación positiva entre la cantidad de tiempo dedicado a la televisión, y en particular a la programación de contenido violento, y la agresividad, dichos estudios no ofrecen elementos para fundamentar una explicación de tal correlación. Por otra parte, algunas investigaciones, aunque escasas, han generado resultados poco consistentes e incluso contradictorios. De ellas, unas han encontrado pruebas muy débiles sobre el incremento en la agresividad después de ver programas violentos; otras no han hallado efecto alguno, o bien han encontrado ocasionalmente efectos contrarios. En conjunto, no hay suficiente

evidencia que apoye la hipótesis del efecto de la violencia televisada en términos de aumento de la agresividad. La falta de pruebas sólidas llevó a diversos investigadores a intentar aproximaciones por la vía experimental.

Estudios experimentales de casos

A fin de conocer más específicamente los efectos de la programación en el comportamiento, algunos investigadores decidieron trasladarse al laboratorio, particularmente para investigar los efectos en casos específicos. Varios estudios en esta línea intentaron controlar diversas variables externas, utilizando como variable independiente la violencia televisiva y como dependiente sus efectos en tres aspectos fundamentales: sobre la conducta, en términos de imitación o activación de las tendencias agresivas; sobre las opiniones y actitudes, en el sentido de modificar o reforzar las prevalecientes, en dirección a una mayor aceptación de la violencia, y sobre la desensibilización en términos de reacciones emocionales.

En este contexto es representativo y precursor un experimento clásico de Bandura, Ross y Ross (1963a), que consistió en exponer un grupo de 72 niños a modelos agresivos presentados por televisión. Los resultados mostraron que los niños que vieron un programa en que aparecía un adulto ejerciendo vio-

lencia contra una muñeca, tenían un comportamiento posterior más agresivo que quienes no lo habían visto. Después de medir la agresividad en los menores, encontraron que los niños mostraban puntajes mayores que las niñas tras exponerse a un modelo masculino violento. Éste y otros experimentos similares llevaron a Bandura y su grupo a afirmar que los modelos de conducta presentados en la televisión son fuente importante de socialización e influencias determinantes en el desarrollo de la personalidad de los niños.

Berkowitz y Rawlings (1963) desarrollaron un experimento similar con estudiantes universitarios. En el estudio, los jóvenes expresaban mayor hostilidad hacia alguien que los hacía enojar después de que habían visto una película en que aparecía una pelea de box. Los jóvenes percibían que el castigo de la víctima, esto es, el perdedor, se justificaba en la película por el comportamiento antisocial que había mostrado antes. Sus conclusiones coinciden con las de Bandura.

En un sentido diferente, Walters y Willow (1968) realizaron un estudio sobre la conducta imitativa de niños con y sin trastorno de conducta, tras la exposición a modelos agresivos y no agresivos. Sus resultados no comprobaron la hipótesis planteada en términos del efecto de activación de la conducta.

En 1971, Linée realiza un estudio experimental en Suecia con niños de cinco a seis años que habían

visto más de 75% de programas violentos de la televisión estadounidense. El estudio comprobó que los niños sometidos a una alta exposición de programas violentos resolvían sus conflictos en forma agresiva. Estos niños solían irse a dormir inmediatamente después de ver un programa violento, mientras que quienes solían jugar un poco antes de dormir resolvían sus situaciones de modo no agresivo (Vilches, 1996).

Maccoby (1972) describe los estudios de Ivar Lövaas, Albert Bandura, Paul Mussen y Eldred Rutherford con esquemas similares. En ellos, un grupo de niños era expuesto a caricaturas o programas que mostraban escenas de peleas y agresiones. Más adelante se pedía a los niños que seleccionaran juguetes o actividades agresivos y pacíficos. De este modo, los niños expuestos manifestaban comportamientos más agresivos que los no expuestos. Tales experimentos sugieren ciertos hechos: la observación de episodios agresivos en televisión sirve para estimular sentimientos agresivos en el espectador. En segundo lugar, los niños aprenden mientras observan.

Los modelos observados que reciben una recompensa por su comportamiento tienen más probabilidades de promover conductas imitativas que los que no tienen éxito.

Algunos estudios han encontrado que los niños más agresivos creen que la violencia en la televisión es más realista (Lefkowitz y cols., 1977) y que los

programas realistas son más susceptibles de ser imitados (Feshbach, 1976).

Como parte de las investigaciones coordinadas por el Surgeon General's Research Programme (Murray, 1976), se midieron experimentalmente las reacciones emocionales de niños mientras observaban un programa violento de televisión. Los investigadores comprobaron que los niños que expresaban emociones positivas de placer e interés al observar el programa violento estaban más predispuestos a dañar a otros niños que aquellos cuyas expresiones faciales indicaban desinterés o desagrado frente al televisor (Vilches, 1996). Entre 1963 y 1972, periodo en que se publica el reporte del Surgeon, se reportaron alrededor de 50 experimentos con resultados en el mismo sentido (Comstock, 1981).

Liebert (1986) y Liebert y Sprafkin (1988) condujeron y revisaron numerosos estudios experimentales. A raíz de ellos, los autores concluyeron que los niños que ven actos violentos por los que se recompensa o no se castiga al agresor tienden a ser más violentos. En un importante estudio compararon el comportamiento entre niños que habían visto *Los Intocables* y quienes habían visto un programa neutral. Los primeros recurrían con mayor frecuencia a elementos de interrupción o de agresividad en el juego que los que no habían visto el programa. Otros investigadores, tras estudiar los mecanismos de aprendizaje y memoria, concluyeron que el comporta-

miento agresivo puede aprenderse y almacenarse para uso futuro.

Andison (1977) efectúa una revisión detallada de los estudios experimentales de laboratorio realizados sobre el tema. Concluye así, en términos generales, que se ha demostrado que la observación de material violento en la televisión o el cine puede incrementar las respuestas agresivas en ambientes de laboratorio. Lo anterior es importante ya que indica el grado de impacto potencial de la violencia televisiva.

Por otro lado, el efecto acumulativo a largo plazo no se ha investigado suficientemente. Maccoby (1972) sugiere que el mayor efecto sobre las actitudes y la conducta puede ocurrir en esferas en que los programas de televisión presentan repetidamente el mismo tema con sólo ligeras variaciones.

En las últimas décadas, el tema ha seguido investigándose en abundancia, con conclusiones más detalladas pero congruentes con las anteriores. En 1992, la American Psychological Association publicó un reporte titulado "Big World, Small Screen: The Role of Television in American Society", en que concluye que la investigación acumulada hasta la fecha demuestra claramente una correlación entre ver violencia y conductas agresivas. Los niños y adultos que prefieren programas violentos tienden a tener actitudes y valores favorables al uso de la violencia.

Gerbner plantea que es más importante analizar

la concepción de la realidad social de los espectadores que determinar si los espectadores de programas violentos terminan por volverse violentos. Tras diversos estudios, el autor ha comprobado su hipótesis de que exponerse a la televisión afecta la concepción de la realidad social. Otros ejemplos en esta línea son los estudios de Doob y MacDonald (1979), Hughes (1980) y Potter (1993).

El poder de generalización de la imagen televisiva ha sido señalado en otros estudios, como el realizado por Carlson (1983), quien relaciona la exposición a escenas de crímenes con la aprobación de la brutalidad policial contra las libertades civiles, el de Zillmann y Wakshlag (1985), quienes estudiaron la relación entre la visión de la televisión y los sentimientos de ansiedad y el miedo a ser víctimas de ataques terroristas, y el reportado por Haney y Manzolari (1980), a partir del cual concluyeron que la televisión cultiva la presunción de culpabilidad más que de inocencia sobre un sospechoso, la creencia de que los derechos legales protegen a los culpables más que a los inocentes, y la de que la policía no tiene restricciones legales en la persecución de los sospechosos.

Sin embargo, los resultados de los escasos estudios efectuados son poco consistentes con la hipótesis de que la observación abundante de programas televisivos genere una percepción distorsionada de la realidad.

Por lo que respecta a la hipótesis de la catarsis, Hokanson y cols. (1961, 1962a, 1962b, 1966) realizaron estudios experimentales entre estudiantes universitarios, encontrando que en algunos casos la posibilidad de manifestar una conducta violenta reduce la agresividad posterior, pero ello sólo en condiciones específicas, cuando la acción es justificada y no genera culpa o ansiedad. Sin embargo, otros experimentos mostraron que una agresión conduce a un incremento de la agresividad, y que la expresión de hostilidad fomenta que ésta se eleve (Ebbesen, Duncan y Konecni, 1975). A partir de este tipo de investigaciones, Myers (1995) concluye que la exposición a la violencia conduce, a largo plazo, a fomentar mayor agresividad antes que a reducirla.

En cuanto al efecto atribuido al contenido violento de la televisión que se refiere a la desensibilización de los espectadores, Linz, Donnerstein y Penrod (1984, 1988) encontraron que hombres expuestos a películas de violencia sexual contra mujeres tuvieron reacciones de menor simpatía hacia mujeres víctimas de violación, en comparación con personas que no habían visto ese tipo de películas. En esta línea, que se basa en los argumentos teóricos del condicionamiento clásico y la extinción, algunos investigadores han encontrado que las películas violentas desensibilizan en términos de reacciones emocionales.

Por otro lado, de acuerdo con algunos estudios

experimentales, la disposición a aceptar la violencia en otros se incrementa aun por una breve exposición a programas violentos (Leifer y Roberts, 1972; Drabman y Thomas, 1974a, b). Gerbner (1972) plantea que un alto nivel de violencia observada y justificada puede reducir inhibiciones contra la agresión pública. La relación entre violencia teleobservada y actitudes favorables a la agresión se puede deber al hecho de que la violencia dramatizada no destaca en general las consecuencias más negativas. En estas representaciones, ni víctimas ni agresores sufren mucho, y muchas veces no se castiga al perpetrador, quien incluso llega a obtener una recompensa por sus actos antisociales (Potter y Ware, 1987).

Tras replicar cuatro experimentos previos, Moliator e Hirsch (1994) obtienen resultados similares. Concluyen que la violencia en los medios produce un efecto de tolerancia en los niños. Así, los niños tienden a tolerar más la violencia en los otros si han visto previamente contenidos violentos en televisión o en películas. Destacan que la aceptación de la conducta agresiva de otros como una función de la violencia interiorizada de los medios de comunicación es un problema de gran importancia social.

Si bien Bandura y Walters (1963c) insisten en que el refuerzo no desempeña un papel dominante en la adquisición de respuestas nuevas, sí otorgan un papel central a las pautas de refuerzo en el fortalecimiento y mantenimiento de distintas tendencias

de la conducta. En este sentido describen investigaciones que demuestran que el refuerzo positivo en forma de aprobación verbal o recompensas materiales aumenta la frecuencia de las respuestas agresivas de los niños; que el refuerzo de una clase de respuesta agresiva puede provocar un aumento de otro tipo de respuesta agresiva, y que el refuerzo del comportamiento agresivo en una situación puede determinar su aumento en otras.

A partir de estas conclusiones, algunos investigadores plantearon la posibilidad de desarrollar acciones tendentes a mitigar los efectos de la violencia televisiva. Siguiendo la misma metodología experimental, Huesmann y cols. (1983) trabajaron con 169 niños de primer y tercer grados de primaria, seleccionados por su alto nivel de exposición a la televisión violenta. Así, se integraron de manera aleatoria un grupo experimental y otro de control. El primero se expuso durante dos años a dos tratamientos diferentes diseñados para reducir la tendencia a imitar la violencia observada en televisión.

Este grupo demostró ser menos agresivo al finalizar los tratamientos. Los autores parten de la consideración de que los procesos cognitivos cumplen un importante papel en la relación entre conducta agresiva y observación de violencia televisada. Con base en ello, consideran que esta relación puede ser alterada si se modifican ciertas cogniciones al transmitir los siguientes mensajes a los niños:

- La violencia en la televisión es una representación inexacta del mundo real.
- Los comportamientos agresivos no son aceptables en la vida real como aparece en la televisión.
- Uno no debe comportarse como los personajes agresivos que aparecen en la televisión.

Huesmann y cols. (1983) afirman que sus hallazgos son consistentes con la teoría de que el efecto de la violencia en televisión sobre los niños depende de sus cogniciones acerca del comportamiento agresivo, acerca de los personajes que observan y de la violencia televisada en general. En términos generales, confirman la influencia de la violencia televisada sobre el comportamiento agresivo, pero proponen a la vez alternativas para contrarrestarla.

Otros estudios interesantes en este sentido son los de Hicks (1968) y Grusec (1973), que demostraron que los comentarios de los adultos acerca de lo que los niños ven en televisión pueden influir en la posibilidad de que los niños imiten las conductas observadas. En esta línea, Pitkanen (1979) mostró que el nivel general de agresividad en los niños puede reducirse mediante intervenciones cognitivas adecuadas.

En esta línea se han desarrollado diversos trabajos relacionados con otros aspectos de la influencia de la televisión, como la publicidad (Dorr, Graves y Phelps, 1980; Roberts, Christenson, Gibson, Mooser

y Goldberg, 1980; Singer y cols., 1980) y la violencia (Vooijs y Van der Voort, 1990, 1993; Anderson, 1983; Corder-Bolz, 1982; Morison, Kelly y Gardner, 1981; Horton y Santogrossi, 1978). Todos estos autores concuerdan en que se pueden modificar las actitudes generadas en los niños por la televisión.

Vooijs y Van der Voort (1993) exploran el efecto de un programa escolar diseñado para modificar el impacto de la violencia televisiva en los niños, para motivarlos a formarse un juicio más crítico sobre el valor de las escenas violentas, particularmente las exhibidas en series sobre crimen. El propósito no fue alterar la agresividad infantil, sino los efectos cognitivos y afectivos de la violencia televisiva, considerando que los juicios de actitud son predisposiciones aprendidas que se pueden cambiar por información nueva. El estudio muestra que los niños pueden adquirir una actitud más crítica sobre la violencia en la televisión. El plan que se diseñó para este efecto, incrementó la capacidad de los niños para ver la violencia con menos aprobación.

En cuanto a los posibles efectos catárticos resultantes de la observación de violencia televisada, Siegel (1958) llevó a cabo un experimento interesante, según la hipótesis de la catarsis, con un grupo de niños expuestos a observar caricaturas agresivas y no agresivas; el autor utilizó después el juego de los niños como medida de la agresión. Sin embargo, sus resultados no le permitieron probar la hipótesis del efecto catártico.

En general, las conclusiones de los estudios anteriores han recibido críticas con base en las limitaciones que tiene el método experimental en el campo de las ciencias sociales, ya que las condiciones de laboratorio no se ajustan a la realidad. Se plantea que estas investigaciones deberían tomar en cuenta la vida social y sus determinantes. Las observaciones hechas en laboratorio sobre el comportamiento de un sujeto frente a una emisión corren el riesgo de proporcionar información errónea o al menos inexacta. Así, podemos preguntarnos si el sujeto, ubicado en las condiciones de la vida real, elegiría ver precisamente tal emisión. En caso contrario, los efectos que pudiera producir ella sobre el sujeto corresponderían a una hipótesis falsa desde el punto de partida.

Algunos investigadores concuerdan, por el contrario, en que los experimentos de laboratorio son bastante consistentes pues muestran que ver televisión violenta implica conductas agresivas en niños y adolescentes. La crítica a este tipo de estudios se orienta, básicamente, hacia el hecho de que la violencia televisiva puede ser magnificada en virtud de que se minimiza o subestima el impacto de otras variables por el uso de estímulos pequeños y menos violentos que los presentados comúnmente en televisión.

Corona (1989) plantea que las experiencias en el laboratorio son artificiales, ya que se descontextua-

liza el producto televisivo, por lo que evaluar el comportamiento agresivo en estas circunstancias es ficticio. Considera que, en el ámbito de las ciencias sociales, es imposible controlar todas las variables externas, y que las conductas en el laboratorio suelen diferir notablemente de las expresadas en su ambiente natural.

Ante tales críticas —pero sin olvidar que, si se tienen en cuenta estas particularidades, las experiencias de laboratorio son útiles, pues en algunos casos representan el único método de observación posible y permiten descubrir efectos psicológicos que de otra forma no se revelarían—, algunos investigadores optaron por desarrollar estudios experimentales de campo en ambientes naturales. De este modo, los estudios de campo parecen ser el método de elección para evaluar hipótesis causales en escenarios reales. Éstos tienen las ventajas de la asignación aleatoria de la gente que se observará y de la manipulación experimental de los estímulos.

La metodología se basa en asignar aleatoriamente a los sujetos a condiciones diversas de exposición con diferentes tipos de programas de televisión o películas. La agresividad de los sujetos se mide después, en general mediante la observación de comportamientos agresivos (Feshbach y Singer, 1971; Leyens, Parke, Camino y Berkowitz, 1975; Parke, Berkowitz, Leyens, West y Sebastian, 1977; Loye,

Gorney y Steele, 1977; Milgram y Shotland, 1973; Hennigan y cols., 1982; Phillips, 1983).

Leyens y cols. (1975, 1982) trabajaron con niños en sus propios hogares. Tras dividirlos en dos grupos, le mostraron a uno de ellos películas completas con un alto contenido de violencia; al grupo de control, por su parte, lo expusieron a películas neutras. Después de evaluarlos unas semanas más tarde, el grupo experimental mostró comportamientos más agresivos.

Wood, Wong y Chachere (1991) publican una revisión metanalítica acerca de los efectos experimentales que ejerce la violencia en los medios sobre la agresión de los televidentes, la cual se observó en la interacción social no estructurada, a partir de 23 reportes de investigación experimental realizados entre 1967 y 1987. En esta revisión se analizaron algunos trabajos empíricos para establecer si existe una relación causal entre exposición a la violencia en los medios y conducta agresiva. Se examinó el efecto de ésta sobre la agresividad de los espectadores en situaciones de convivencia normal con otros.

Wood y cols. (1991) consideran que los experimentos de campo no han ofrecido la solución esperada a la interrogante de qué tanto influye la violencia televisiva en la agresividad de la vida real. Lo anterior se debe a que se han podido identificar muy pocos estudios en este sentido o debido a la forma en que se han definido dichos estudios. Los efectos

de los medios se examinaron sólo si la conducta agresiva se presentaba dentro del contexto de la interacción social natural. Los estudios incluidos en esta revisión midieron las respuestas agresivas que formaban parte del repertorio de los sujetos y que no se motivaron con estímulos experimentales.

Estos investigadores plantean que su muestra fue capaz de revelar el impacto de la violencia en los medios, ya que en los estudios la medida de la agresividad no se limitó a la intensidad de la respuesta, sino que captó la decisión de los sujetos en cuanto a cuándo y qué tan agresivamente comportarse. Destacan que las respuestas en el laboratorio podrían verse influidas por las demandas del experimentador; así, quienes muestran las imágenes violentas pueden parecer, a los ojos de los sujetos, como enaltecedores de la misma. La conducta agresiva de los sujetos puede reflejar, por tanto, sus suposiciones acerca de lo que se espera de ellos y de lo que es permisible, más que cualquier efecto de los extractos que ven. En su investigación se consideraron sólo los experimentos que midieron la agresividad en situaciones no controladas.

Esta revisión de 28 experimentos de campo que midieron la conducta agresiva espontánea de niños y adolescentes revela que la exposición a la violencia en los medios sí incrementa las conductas de este tipo. Sin embargo, el principal efecto cae en un rango que va de pequeño a moderado. Aunque esta

clasificación podría sugerir que se trata de un fenómeno trivial y sin importancia, el significado del efecto depende de una variedad de consideraciones. La magnitud de éste es notoria dado que la medición de la conducta agresiva ocurrió durante el curso de una interacción social natural y no representó alguna respuesta experimental limitada.

Por otra parte, la importancia de un descubrimiento en este campo se puede interpretar en el contexto del efecto de agregación. Si bien la exposición a la violencia en los medios puede tener un impacto moderado, o incluso pequeño, sobre alguna conducta, el impacto se puede volver sustancial si se acumula después de múltiples exposiciones y varias interacciones sociales. De este modo, el impacto acumulativo tras una vida de exposición a la violencia en los medios será seguramente mucho mayor.

Wood y cols. (1991) consideran que sus resultados demuestran que la violencia en los medios estimula la agresividad de niños y adolescentes en sus interacciones con extraños, compañeros de clase y amigos.

Como se observa, este tipo de estudios ha producido resultados bastante inconsistentes, pues fallan al tratar de encontrar pruebas que refuercen la idea de que la violencia en la televisión incrementa la agresividad de la gente. Se ha sugerido que la violencia televisiva aumentaría, especialmente, la conduc-

ta agresiva de quienes tienen cierta predisposición a la violencia. Sin embargo, en esta revisión no se pudieron encontrar pruebas consistentes y sólidas de si los sujetos, inicialmente agresivos o no, sufrían cambios en su conducta a causa de la programación violenta. Al menos en los estudios que se revisaron, no se encontraron evidencias de que los individuos altamente agresivos fueran más vulnerables a los efectos de la violencia televisiva.

Corona (1989) critica, más allá de las limitaciones de las técnicas empleadas, el modelo mismo, pues se aborda de modo fragmentado y descontextualizado en vez de hacerlo de manera integral como un fenómeno social complejo. La corriente funcionalista ha privilegiado el estudio del receptor y los efectos a partir de este esquema y otros posteriores similares. En cambio, el emisor ha sido poco abordado y nunca como parte de un sistema social; cuando se abordan sus intenciones, se hace referencia sólo a las explícitas. El receptor se considera pasivo y manipulable, consumidor potencial, sin historia ni capacidad crítica. En general se omiten las relaciones de poder entre emisor y receptor.

ACUERDOS Y DESACUERDOS

Si bien los estudiosos de las ciencias sociales no han logrado comprender plenamente aún el impacto de

los medios sobre los individuos y la sociedad, a la fecha se ha acumulado ya un enorme conjunto de observaciones, fruto de la investigación, que sirven de base para posibles interpretaciones.

Como resulta evidente, aún no se resuelven todas las dudas relacionadas con el tema. Por lo mismo, los investigadores interesados actualmente en él continúan, por desgracia, planteándose las mismas preguntas que sus precursores, pese a que éstas se han ampliado y replanteado en diferentes épocas. De ellas, Bisbal (1996) destaca las más representativas:

- ¿Qué impresiones inmediatas pueden producir en los niños los mensajes que presentan violencia y agresión evidentes, y hasta qué punto pueden estimular la agresividad y la violencia en las acciones de tales niños?
- ¿Qué impronta duradera puede dejar semejante amaestramiento en la cultura de la violencia?
- ¿El deseo de imitar y el aprendizaje de pautas agresivas y delictivas condicionarán de alguna manera las conductas futuras de la niñez?
- ¿No estamos moldeando acaso a las generaciones venideras por la vía de la insensibilización ante el dolor humano convertido ahora en espectáculo?
- ¿Cuál puede ser el efecto total de miles de horas de programación en que se muestra con diferentes mensajes la solución de conflictos por medio de la violencia? (p. 108).

Los resultados del trabajo empírico en esta área no han logrado resolver la controversia sobre la dirección y la magnitud de los hallazgos. Las revisiones recientes de la literatura difieren mucho en sus conclusiones. Entre las más pesimistas, la realizada por McGuire (1986) afirma que las pruebas sobre el efecto nocivo de la violencia en los medios de comunicación es estadísticamente trivial y prácticamente insustancial. La de Freedman (1984, 1986, 1988), por su parte, concluye que la evidencia empírica disponible no respalda la idea de que la violencia en la televisión origine agresividad.

En el lado opuesto, Roberts y Maccoby (1985) concluyeron que la mayor parte de los resultados apunta hacia una relación causal entre la exposición a la violencia en los medios y una gran probabilidad de que los espectadores se comporten violentamente tiempo después. En el mismo sentido, Friedrich-Cofer y Huston (1986) determinaron que el peso de la evidencia surgida de diferentes métodos de investigación apoya la hipótesis de que la violencia televisiva afecta la agresividad de las personas. Comstock y Paik (1991), Paik y Comstock (1994), Geen (1994) y Centerwall (1989a, b) concuerdan en que los experimentos y las encuestas demuestran que ver televisión violenta incrementa la agresividad de los espectadores.

Gran parte de las investigaciones realizadas se han resumido y evaluado en el famoso Reporte del

Cirujano General de los Estados Unidos (Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior, 1972), coordinado y administrado por el NIMH. En él se concluyó que los hallazgos de campo y de laboratorio convergen en tres aspectos: una indicación preliminar y tentativa de una relación causal entre ver violencia en televisión y comportamiento agresivo; una indicación de que tal relación causal opera sólo en algunos niños (predispuestos a ser agresivos), y una indicación de que esta relación causal se da sólo en ciertos contextos ambientales (Murray, 1976). En la misma línea coinciden el reporte del Instituto Nacional de Salud Mental (NIMH, 1982) y el de la Asociación Psicológica de los Estados Unidos (American Psychological Association, 1985).

Friedrich-Cofer y Huston (1986) consideran que los trabajos de campo mejor diseñados forman un patrón moderadamente consistente que sugiere un efecto de la violencia televisiva sobre la conducta agresiva y el autocontrol, en especial en sujetos con niveles relativamente altos de agresividad. La mayoría de estos estudios parece situarse en la subestimación de los efectos de la violencia televisiva. La manipulación experimental es débil, ya que los programas sólo muestran una pequeña fracción de la televisión que los sujetos han visto durante su vida o incluso durante el experimento. El porcentaje de agresividad en los escenarios naturales puede estar

subestimado por los observadores adultos, por lo menos en los ambientes escolares; los maestros y las autoridades los sancionan la mayor parte de las ocasiones.

Existe, por otro lado, gran número de estudios correlacionales en que han participado cientos de sujetos de diferentes edades, niveles socioeconómicos y grupos étnicos. Tales estudios han encontrado correlaciones positivas, aunque más bien pequeñas y modestas. Los estudios disponibles apoyan la hipótesis de que las relaciones entre ver violencia en la televisión y la conducta agresiva persisten a través del tiempo; todos muestran correlaciones positivas entre lo visto en una época y la conducta agresiva manifestada en otra.

Los descubrimientos de los estudios longitudinales apoyan la existencia de un modelo bidireccional de causalidad: la violencia en la televisión influye sobre la conducta agresiva y ésta predispone al sujeto a ver cierto tipo de programas violentos. Este modelo considera que ver violencia en la televisión a una temprana edad predice la agresividad posterior y que la agresividad inicial predice la preferencia posterior por programas violentos. De este modo, los estudios longitudinales brindan pocas pruebas, si bien consistentes, del efecto de la violencia televisiva sobre la conducta agresiva.

Klapper (1972) menciona que gran número de estudios han comparado a niños consumidores asi-

duos de materiales relacionados con el crimen y la violencia con otros que no consumen o consumen poco estos materiales. Sólo unos cuantos estudios de esta clase han encontrado diferencias entre ambos grupos en términos de conductas delictivas, ausentismo escolar o menores logros académicos. Otros estudios, que investigan más profundamente las características psicológicas, han encontrado que los usuarios intensos son más proclives a tener problemas con sus familias y amigos, a culpar de sus dificultades a otros, a ser más agresivos y a tener un menor coeficiente intelectual. Si se analizan estos resultados, se concluye que el material televisivo violento no es en sí una causa primordial de tendencias delictivas, sino más bien un reforzador de tendencias preexistentes.

Por otro lado, de manera empírica se han ligado al menos tres consecuencias negativas con el hecho de ver violencia en los medios: conducta violenta, percepciones distorsionadas de la realidad y tolerancia a conductas agresivas en la vida real. Diversos investigadores y asociaciones (como la American Psychological Association, 1985) han concluido que la exposición a la violencia en el cine y la televisión puede originar que las personas actúen de una manera agresiva que no ocurriría por sí sola. Asimismo, se dice que la exposición de ciertos sujetos a la violencia en los medios tiende a desarrollar en ellos una mayor tolerancia a la agresividad en la vida real.

El peso de la evidencia de los diferentes métodos de investigación respalda la hipótesis de que la violencia en la televisión afecta la conducta agresiva. Los estudios de laboratorio producen correlaciones positivas y los estudios de campo, aunque más modestas, lo hacen del mismo modo. Los análisis de los estudios causales longitudinales indican que existen relaciones pequeñas pero consistentes.

Las formas de agresión medidas en los estudios sobre los efectos de la televisión van más allá del escándalo y la incivilidad, y tienen clara importancia como formas graves de agresión. Si una "dieta" constante de programación violenta televisiva se relaciona con la agresión en la infancia, entonces sería más probable que ello contribuyera a la formación del tipo de conductas violentas y agresivas que preocupan a la sociedad.

Las teorías que guían a la mayoría de las investigaciones empíricas realizadas hasta el momento, tienen que ver con el aprendizaje social, del cual se desprende la predicción de que ver este tipo de programas producirá la conducta de la que se ha hablado. El debate sobre los efectos de la televisión no se pueden deslindar de los contextos políticos y sociales.

Los resultados del gran cúmulo de investigaciones realizadas no son concluyentes, pues mientras una línea afirma tener evidencias en el sentido de que la exposición repetida a contenidos violentos

eleva la agresividad en los sujetos, otra concluye lo contrario. Lo que se desprende de ello es que estamos frente a un problema multicausal y complejo, de muy difícil abordaje, y que la agresividad es un fenómeno en que intervienen múltiples variables —como la predisposición genética y el condicionamiento social— difíciles de investigar empíricamente de manera conjunta.

Tras el desarrollo de las múltiples investigaciones, la opinión de los expertos está radicalmente dividida respecto a si someterse a contemplar escenas violentas resulta dañino o benéfico. Por un lado, varios estudios de laboratorio indican que cuando el sujeto ha padecido frustración antes de presenciar imágenes de violencia tiene mayor probabilidad de entregarse él mismo a actos violentos si se le presenta la oportunidad (Berkowitz, 1964). En sentido opuesto, otras investigaciones parecen demostrar que la observación de violencia imaginaria surte un efecto catártico, esto es, disminuye la posibilidad de que el sujeto lleve a cabo posteriormente actos violentos (Feshbach, 1961).

Los análisis sobre la gran cantidad de investigaciones desarrolladas durante los años sesenta y setenta coinciden en dos tipos generales de conclusiones:

- La mayoría de los programas emitidos por la televisión contiene gran cantidad de escenas violentas.

- A pesar de la dificultad de señalar causalidades demostrables, existe una relación entre violencia televisiva y violencia en la sociedad.

Freedman (1984, 1986) realiza una revisión de los artículos disponibles sobre la investigación de campo y correlacional en torno a la violencia por televisión y sus efectos sobre la agresividad subsecuente. Llega, así, a dos conclusiones generales:

- La exposición a una programación violenta y la preferencia por ella se relacionan positivamente con el comportamiento agresivo.
- Existe poca evidencia convincente de que, en ambientes naturales, la violencia televisiva produzca mayor agresividad en la gente.

Freedman (1984, 1986) concluyó que la evidencia empírica no apoya la existencia de una relación causal entre ambos fenómenos y tampoco justifica los esfuerzos por modificar las políticas públicas. Por su parte, Cook y cols. (1983) señalaron que existe un efecto pequeño, pero confiable, de la violencia televisiva sobre la conducta agresiva. En estos casos se argumenta que los descubrimientos se podrían deber a ciertas similitudes entre los métodos y se cuestiona si la agresión medida en la mayoría de los estudios se puede generalizar a formas socialmente importantes de conducta criminal y violenta.

La mayoría de los experimentos de laboratorio ha arrojado resultados positivos en el sentido de que la violencia televisiva incrementa la conducta agresiva. Sin embargo, Freedman (1984, 1986, 1988) y McGuire (1986) concluyeron que la evidencia de efectos negativos de la televisión no es suficientemente sólida.

Paik y Comstock (1994) realizan un meta análisis de diversas investigaciones empíricas sobre el efecto de la violencia televisiva en la conducta violenta, para evaluar dos cuestiones importantes que confrontan la evidencia sobre los efectos de este fenómeno: ¿Existe una relación causal entre violencia televisiva y conducta agresiva y antisocial en la vida diaria? y ¿Cuál es la magnitud del efecto? De acuerdo con ellos, el patrón de correlación significativa y positiva entre ambos elementos, se sostiene. Un aspecto interesante destacado a partir de este meta análisis es que la magnitud del efecto es mayor cuando los programas presentan violencia erótica. Entre los factores que pueden facilitar los efectos están ciertas características de la violencia presentada, como el que los perpetradores sean personajes con los que el espectador pueda identificarse, hechos que puedan aparecer en la vida real, y que el comportamiento antisocial se presente como justificado o sea recompensado. Por otro lado, el efecto es menor cuando los hechos criminales violentos son extremos.

Susan Hearold (1986) reunió los resultados de 230 estudios correlacionales y experimentales, que en conjunto incluían datos de más de 100 000 personas. Su conclusión general fue que la observación de representaciones antisociales está positivamente asociada con la conducta antisocial. Sin embargo, tales correlaciones tienden a ser modestas, por lo que algunos críticos cuestionan su existencia (Freedman, 1988; McGuire, 1986).

Aunque muchos de tales estudios se pueden cuestionar y criticar desde diversas perspectivas, en términos metodológicos, de tamaño de muestras, etc., son indiscutibles su importancia y la necesidad de tomar medidas al respecto. Todo este sector de investigadores destaca el sentido de una asociación directa entre ver violencia por televisión y tener conductas agresivas.

Al referirse al tema de la violencia televisiva, la mayor parte de los libros de introducción a la psicología da por hecho su relación positiva con la agresividad en los televidentes. Como ejemplo, Atkinson, Atkinson y Hilogard (1983) afirman: "Aunque algunos psicólogos cuestionan la magnitud en la que la televisión y el cine influyen en el comportamiento de la gente, la mayoría de los estudios apuntan a la conclusión de que ver violencia incrementa la agresión interpersonal, particularmente en los niños." Por su parte, Evans y McCandless (1978) señalan que "se cuenta con amplia evidencia, a par-

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

tir de estudios tanto en el laboratorio como en ambientes naturales, de que ver violencia en la televisión incrementa la posibilidad de comportamientos agresivos subsecuentes”.

En la misma dirección, en un informe presentado a la Comisión Real sobre Violencia en la Industria de las Comunicaciones, la Asociación Psicológica de Ontario (Ontario Psychological Association, 1976) asentó definitivamente que la violencia televisiva origina agresividad. En este mismo sentido, el Instituto Nacional de Salud Mental (NIMH, 1982) concluyó que el peso de la evidencia se inclina en la misma dirección.

A pesar de tales evidencias, la complejidad del problema dificulta realizar extrapolaciones concretas y operativas con base científica, pues existen múltiples variables que inciden en la relación televisión-violencia-sociedad: sexo, edad, nivel socioeconómico; tendencias previas a la agresividad; frustraciones; situaciones sociales como la estructura familiar o los modelos de comunicación entre padres e hijos, además de otras variables poco estudiadas como la discriminación racial y social, que en algunos países llega a ser un problema central.

La investigación de laboratorio puede decir poco acerca del efecto que tiene la televisión en el mundo fuera de ella. En primer lugar, las medidas de la agresión que se utilizan suelen ser sólo símiles de la agresividad real. Segundo, el experimentador impone fuer-

tes demandas al trabajo de laboratorio. Tercero, los estudios de laboratorio han utilizado únicamente un pequeño porcentaje de los programas violentos que aparecen de manera regular en la televisión y sólo han presentado unos cuantos de ellos a los sujetos. El efecto de una dieta de los programas violentos disponibles en la televisión, mezclados con otros no violentos, puede ser muy diferente del encontrado en estudios de laboratorio.

En coincidencia con Armour (1975), Kaplan y Singer (1976) concluyen que las evidencias provenientes de los estudios de laboratorio no permiten demostrar una relación causal entre ver televisión violenta y agresión.

Al parecer, es inevitable esperar que la violencia televisiva incremente la agresividad de la gente pues, como es bien sabido, siempre existe la tendencia a la imitación. Sin embargo, la investigación en el contexto de la teoría del aprendizaje social ha demostrado que la imitación no es indiscriminada. Una vez aceptado este hecho, queda más claro que no se debe tener ningún tipo de expectativa especial en cuanto al efecto de esta clase de programación.

Si los programas muestran que la violencia es en general recompensada, independientemente de las circunstancias en que se da, tal vez se genere un incremento en la agresividad. Si por el contrario, la violencia es castigada y premiadas las acciones no violentas, se esperarían más bien como efecto una reduc-

ción en la agresividad. No existe modo alguno de probar el impacto de una dieta mixta de televisión con otras fuerzas que moldean la conducta y las actitudes de los individuos. Si lo vemos exclusivamente desde la óptica del aprendizaje social, no es posible hacer ninguna predicción sobre el efecto de la televisión; éste dependerá de la mezcla de programas con la de contenidos que la gente aprecie.

Por otra parte, Freedman (1984, 1986) destaca que puede haber otras explicaciones para la correlación violencia-agresividad. Los individuos que prefieren ver programas violentos suelen ser agresivos: algún rasgo de su personalidad o de sus patrones de conducta; cierta predisposición o ciertos rasgos; una combinación de presiones ambientales; la historia de su aprendizaje, etc., puede provocar que a una persona le guste la programación violenta y, a la vez, comportarse en forma violenta (Berkowitz, 1974, 1984).

En este sentido, De Fleur (1979) reconoce que

se puede culpar a los medios masivos de que se sometan a los gustos del mínimo común denominador y oponerse enérgicamente a que el tiempo de dichos medios sea dedicado a presentar materiales frívolos u ofensivos cuando hay tantas cosas que podrían promover. Sin embargo, sacar la conclusión de que estos reclamos constituyen una prueba válida de que existe una relación entre los medios masivos y determinado efecto, es una necesidad.

Determinar las posibles relaciones entre la violencia imperante en el mundo contemporáneo y la televisión constituye un problema muy complejo. El investigador F. Scott-Andison (1977) resume las tres posiciones generalizadas al respecto:

1. La televisión es inocente, inocua.
2. Es catártica, más bien un sutil estimulante de la represión.
3. Estimula la violencia.

A partir de una revisión de los principales trabajos publicados hasta esa fecha y de sus propias investigaciones, Andison concluye que la televisión aumenta el nivel de agresión, pero no se atreve a afirmar si el efecto consiste en que los adultos acaben por tener una moral laxa respecto de la violencia o si el medio es un disparador de asesinatos y asaltos diversos.

Ante el hecho de que el comportamiento agresivo se relaciona innegablemente con un considerable número de variables fisiológicas, psicológicas, familiares y culturales, así como con condiciones específicas de aprendizaje a lo largo del desarrollo, ha sido muy difícil identificar los procesos específicos que conducen al desarrollo de comportamientos agresivos. A pesar de tal limitación, se han postulado diversas teorías para tratar de explicar la relación que han detectado diversas investigaciones entre agre-

sividad manifiesta y exposición a programas violentos.

Huesmann y cols. (1983, 1988) mencionan cinco tipos de procesos que se han sugerido para explicar dicha correlación:

1. Los niños imitan las conductas agresivas de los personajes que ven en la televisión (aprendizaje observacional).
2. La violencia televisiva estimula a los niños y facilita la expresión de conductas agresivas que pueden ser reforzadas.
3. La violencia televisiva eleva o disminuye la reacción emocional de los niños hacia la violencia y aumenta su atracción por comportamientos agresivos.
4. La violencia televisiva alienta las actitudes favorables hacia la agresión y eleva la probabilidad de conductas agresivas.
5. La violencia televisiva es observada por niños agresivos porque les ofrece oportunidades de racionalizar su propio comportamiento agresivo como una norma.

De Fleur (1970) plantea que las estadísticas aterradoras acerca de qué contenidos aparecen en las pantallas o las cifras impresionantes acerca de los millones de personas que contemplan durante horas la televisión, no se traducen necesariamente en

cambios reales de las normas culturales profundamente establecidas. Por consiguiente, no siempre será válida la conclusión de que la televisión está convirtiendo a los norteamericanos en una turba mal controlada, capaz de entrar en cualquier momento en un paroxismo de agresión y de violencia. El autor agrega: "cada sucesiva generación de críticos intelectuales de los medios masivos parece decidida a emplearlos como chivos expiatorios de ciertas tendencias de la sociedad que considera inquietante".

En relación con la existencia de algunos casos documentados en que niños o jóvenes delincuentes han imitado los crímenes que ven en la televisión o el cine, Maccoby (1972) apunta que sería demasiado aventurado e inexacto decir que los programas han sido totalmente responsables de su comportamiento antisocial.

La gran mayoría de los niños que vieron los mismos programas o películas no imitó los crímenes representados. Asimismo, casi siempre es posible descubrir otras condiciones en los antecedentes de un joven criminal que pudieran haber servido para predisponerlo al crimen; por ejemplo, una deficiente educación en el hogar y la cercanía de pandillas callejeras, que constituyen indudablemente influencias más decisivas en el hecho de que un niño se convierta en buen o mal ciudadano que cualquier cantidad de programas de televisión.

Al destacar las limitaciones de la investigación

sobre medios y violencia no se pretende eximir a los medios de su responsabilidad, sino acotarla. El problema que se pretende evitar es confundir las pruebas obtenidas con conclusiones absolutas y únicas. No se trata de declarar culpables o inocentes a los medios, ni de negar la incidencia que éstos tienen en la conformación y deformación de las imágenes que nos formamos de nosotros mismos y de los demás. El propósito es destacar la necesidad de articular el análisis en torno a la relación medios de comunicación-violencia con el estudio general, amplio, multidisciplinario y multifactorial de la violencia en general y su alarmante desarrollo. Dudamos que investigaciones futuras descubran alguna evidencia en el sentido de que la exposición a los medios se encuentre entre los elementos determinantes más importantes de la violencia en nuestra sociedad. Sin embargo, podemos afirmar que el impacto de tal fenómeno sobre la conducta individual no es, de ninguna manera, trivial.

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

VI. VIOLENCIA A DOMICILIO: EL ENFOQUE CRÍTICO

Estamos inmersos en una cultura de la violencia, pero la de la televisión, en todas sus dimensiones, parece preocupar más que el desempleo, la marginalidad, las pésimas condiciones de vida de la gente, la violencia política, o la violencia de todos los días, convertida ya en cotidianidad.

M. BISBAL, *Violencia y televisión o el discurso de la conmoción social*

Si efectivamente la violencia en televisión puede considerarse un problema, no es “el problema”. En todo caso, no es más que un reflejo de la violencia social, real, y es contra ésta que se deberían dirigir la parte fundamental de las batallas.

NELSON CARRO, *De película*

COMO se ha planteado, todos los métodos y medios empleados para investigar los efectos de la violencia televisiva entrañan algún tipo de limitación. Tras revisar el tema, Rowland (1982) resalta gran número de contradicciones que impiden llegar a conclu-

siones decisivas y recomienda un replanteamiento crítico profundo de lo conseguido hasta el momento, en especial en relación con las metodologías empleadas.

La mayoría de los investigadores coincide en que la violencia que aparece en televisión constituye un peligro potencial. Sin embargo, también es evidente que no es nada fácil determinar la magnitud y la forma en que la exposición a los contenidos violentos de la programación televisiva afecta a la sociedad, pues la televisión no influye del mismo modo en todos los individuos o grupos sociales.

Los recientes enfoques críticos al respecto destacan que la relación causal no debe simplificarse. Aunque la evidencia científica apunte hacia una relación positiva entre el contenido violento de la televisión y la violencia social, el grado y la naturaleza de esta relación son complejos y confusos. No puede aceptarse una interpretación directa y simplista en términos de estímulo-respuesta, pues se sabe que intervienen muchos otros factores, como hábitos, intereses, actitudes, conocimientos previos, ambientes socioculturales y maneras en que individuos e instituciones usan la televisión.

Un sector de investigadores ha dejado de interesarse nada más por la cantidad de violencia que aparece en televisión y ha empezado a preguntarse por su calidad. Así, los investigadores se formulan ahora interrogantes como: ¿En qué forma se repre-

senta la violencia? ¿Quién mató a quién? ¿Con qué armas? ¿En dónde ocurrió? ¿Existe o no justificación? ¿Se recompensó o castigó a los agresores? ¿Se mostraron o no las consecuencias? ¿En qué magnitud?

Es necesario tener presente que el mensaje de la televisión suele ser doble y contradictorio. En este sentido, los noticieros critican, por un lado, la violencia cuando se refieren a hechos delictivos como robos o asesinatos, mientras que por otro se le ensalza en series y películas como vía óptima, si no única, para triunfar. Ante este punto de vista, empiezan a destacar, más allá de los efectos en términos de actitudes y conductas agresivas, los relativos a la justificación de la violencia institucional y a los atentados a la salud mental del público, como consecuencia de los mensajes contradictorios.

Bonilla (1995) plantea que las conclusiones de la mayor parte de la investigación desarrollada en el marco de las teorías de los efectos

olvida conectar la reflexión allí donde ésta cobra vida, en los procesos y prácticas sociales a través de los cuales la gente vive las humillaciones y exclusiones cotidianas, la inseguridad ciudadana, la pérdida del espacio público, el desarraigo cultural, las transformaciones familiares, la urbanización de la existencia y el ensimismamiento en lo privado [...].

Frente a lo anterior, el autor considera que, para lograr una aproximación más acertada a la relación

televisión-violencia —de modo que se supere la dicotomía tradicional sobre los efectos positivos-negativos—, es necesario matizar. Para ello hay que ubicar a los medios en el terreno de las mediaciones, es decir, asumirlos dentro de la complejidad de los procesos sociales de significación y construcción de sentido, así como dentro de sus conexiones con otros espacios de lo social, como las instituciones políticas, educativas y religiosas; la familia y el trabajo; las relaciones familiares, sociales, laborales y vecinales, y las experiencias colectivas. La propuesta de Bonilla (1995) consiste en

pasar del estudio de los efectos lineales al campo de las mutaciones culturales, esto es, de la persuasión individual a la interpelación social, del moldeamiento medible al intercambio difuso, de las modificaciones en la conducta a la negociación en el sentido, del influjo todopoderoso de los unos a las resignificaciones de los otros y de la reacción puntual a la percepción cultural, mutable y en conflicto. Se requiere explorar nuevos terrenos: ya no cómo los mensajes trabajan la mente aislada de los individuos, sino cómo la mente, el sistema cultural y el imaginario social ordenan, codifican y reelaboran los mensajes, dotándolos de sentido y de función.

De este modo se transforma el planteamiento central: lo fundamental ya no es averiguar si la violencia en la televisión activa o incrementa la agresión

vidad. En este contexto, las preguntas fundamentales son: ¿El aumento de la cantidad de contenidos violentos en la televisión refleja el crecimiento de la violencia en la sociedad? O bien, por el contrario, ¿la televisión violenta promueve la violencia social? Quizá la respuesta más adecuada sea que, más que una relación unidireccional, se trata de dos elementos que sostienen una retroalimentación dinámica. Si es éste el caso, la propuesta es abordar la problemática con acciones dirigidas hacia ambos polos del conflicto.

El mismo Bonilla (1995) establece que los mensajes se deben analizar en relación con el contexto. Por un lado, desde sus relaciones de producción: aquello que les da vida; las rutinas que posibilitan su puesta en escena; los dispositivos a través de los cuales hablan; las formas en que lo hacen; las imágenes de realidad que recogen, ordenan y reenvían; las propuestas de sociedad que elaboran; los órdenes sociales a los que aluden; el imaginario desde donde se fabrican; en fin, las maneras de ver y entender el mundo de que están hechos y las visiones que proponen desde allí. Por otro, desde sus relaciones de recepción: los lugares sociales desde donde se leen los mensajes; las maneras de ver y entender el mundo desde donde se reciben las propuestas que realizan éstos; las complicidades o resistencias que entran en juego; el cambio en la percepción cultural que el choque genera; los nexos y las tensiones que

se revelan; el imaginario que permite la identidad con el mensaje o que posibilita su tropiezo; es decir, los procesos de cultura que verifica el contexto.

Asimismo, Bonilla (1995) propone orientar nuevas coordenadas que permitan nombrar la violencia más allá de los mensajes que sólo hablan de lo violento-manifiesto, para ubicarla como un fenómeno social de larga duración vinculado a los procesos de construcción de lo social. Lo anterior significa desbordar el análisis que tiene como eje principal el recuento de las balas, las agresiones y las muertes por otro más plural en que podamos preguntar por el orden social desde el cual se dice qué es violencia y qué no lo es; por los modos de ver y asumir la realidad que tienen los distintos sectores sociales; por las situaciones de conflicto y las maneras en que éstos encuentran mediación; por los procesos que degeneran en relaciones de fuerza y de exclusión, lo mismo que por las imágenes que como colectividad hemos ido construyendo acerca de la violencia, sus lugares, protagonistas, hechos y mecanismos de solución.

Desde el punto de vista de la investigación desarrollada por la corriente crítica, el estudio de la violencia y su relación con los medios de comunicación ha dirigido sus propuestas hacia tres líneas fundamentales:

- La violencia como problema estructural de sociedades injustas, desiguales y dominadas.

- Los mensajes de los medios como reproductores de la injusticia, desigualdad y dominación.
- Los medios de comunicación como aparatos ideológicos que fomentan la violencia.

La perspectiva crítica de la investigación desplazó la reflexión: lo violento ya no señala las acciones manifiestas de las balas, las peleas o las muertes, sino los intereses y la penetración de valores ideológicos que operan detrás de cada uno de estos actos. En esta línea se han generado dos vertientes principales: por un lado, los estudios centrados en la violencia que los medios de comunicación consideran como tal y que trabajan como tema de sus mensajes; por otro, los que ubican a los medios como instituciones fomentadoras de violencia por el control y la represión que se practica desde ellos.

En el primer caso —la violencia como tema en los medios—, la investigación destaca que la violencia es la expresión de la delincuencia, el terrorismo y la inseguridad. Lo social se fragmenta e individualiza en el nivel de los móviles y conflictos individuales. Así, la violencia social se reduce a un acto sin objeto. La responsabilidad de la violencia no recae en la organización ni en las estructuras sociales, sino en los autores individuales del delito, cuyos actos pueden atribuirse al destino, la mala suerte, la venganza o la maldad. Este tipo de información actúa como

recurso de manipulación y engaño con que se disfrazan los niveles de injusticia social.

En el segundo, los medios son tomados como instituciones que propician la violencia al evitar cualquier clase de comunicación entre las personas y alimentar con ello eficaces controles ideológicos. Los medios fomentan la soledad y el aislamiento, con lo que impiden la relación interpersonal y propician el consumismo, la propiedad privada y el triunfo de unos a costa de otros; la pasividad y el desinterés en los asuntos sociales; la incomprensión de la realidad al forzar una lectura condicionada del mensaje y una actuación manipulada frente a los acontecimientos cotidianos.

Schorr (1989) sitúa a la violencia y al crimen violento en primer lugar de una lista de desórdenes sociales, personales y familiares que se combinan para producir la espiral de decadencia que agobia a la vida moderna. Nos recuerda, así, que donde la violencia y el crimen son males endémicos, virtualmente todos los integrantes de las comunidades afectadas se vuelven participantes de una u otra manera (como víctimas, testigos o perpetradores). En este sentido, es fundamental reconocer que tanto las víctimas de la violencia como sus perpetradores están por igual embebidos en ella en el sistema ecológico de los medios masivos.

Los medios masivos son tan elementales en la vida moderna contemporánea como la violencia y

el crimen lo son en donde la vida existe. Asimismo, la confianza y seguridad son elementales en el desarrollo psicológico sano, mientras que la violencia y el temor ponen en riesgo el desarrollo saludable. Podemos afirmar, a partir de esto, que los medios han redefinido a la infancia. Es un error considerar que la televisión es una fuente más, entre otras, de mensajes. La esencia del video es su virtual universalidad, su virtualmente universal accesibilidad, y su irreversible absorción dentro de los rituales básicos de la vida cotidiana.

No existe modo más diabólico de degradar las oportunidades de desarrollo de los niños que permitir que la violencia mine su confianza, su seguridad y sus ligas para infectarlos con un temor insoluble (Tuan, 1979). Los niños marcados por un trauma de violencia crónica seguramente crecerán limitados en su capacidad para desarrollar una competencia adaptativa en su autonomía personal, su desempeño educativo, su empleabilidad, su ciudadanía y su capacidad para mantener relaciones interpersonales efectivas.

Se ha llegado a plantear, incluso, que la violencia televisiva puede ser menos dañina y perjudicial que la existente en las calles o en la familia. En general, los niños están más seguros actualmente viendo la televisión, pues las balas no salen de la pantalla, que en cualquier otro sitio. Por otra parte, ha habido casos en que adultos o jóvenes infractores han sido

motivados e incluso recompensados en sus conductas violentas ante la perspectiva de que sus actos les permitan aparecer en televisión. Esta realidad supera los alcances de la mayor parte de los estudios realizados a la fecha.

Si bien se han desarrollado instrumentos y métodos para medir el efecto de la exposición a la violencia televisada, resulta mucho más difícil evaluar la participación de muchas otras posibles influencias, como el contacto —en calidad de testigo o víctima— con la violencia real en cualquiera de sus niveles: doméstico, escolar, social, político o económico. Es un error no considerar los elementos del macrosistema cuando se trata de comprender la estructura básica del problema de la violencia en las sociedades actuales.

Es muy difícil encontrar un factor que prediga sin fallas los niveles de agresividad. Las respuestas agresivas innatas que se pueden encontrar en los animales no se pueden probar en los humanos. Asimismo, la evidencia sugiere que este tipo de conductas son, en su mayoría, aprendidas. Al parecer, en la mayoría de los niños, la agresividad está determinada, básicamente, por la medida en que el medio se las refuerza, les proporciona modelos agresivos, los frustra y los victimiza, instigándolos a ser agresivos. Entonces, para entender el desarrollo de la agresión, se deben analizar simultáneamente múltiples factores interrelacionados: sociales, culturales, persona-

les, familiares y cognitivos. Aunque es irreal esperar que uno solo de ellos pueda brindar una explicación completa sobre la agresividad, en conjunto pueden explicarla en gran medida (Huesmann y Eron, 1986).

Este hecho, que parece tan claro y definitivo, ha sido pasado por alto por muchos académicos, políticos y legos, que insisten en achacar a la televisión y otros medios masivos la culpa de la creciente violencia o, al menos, en considerar relevante su participación causal.

Prieto (1990a) afirma que la violencia es muy anterior a los medios de comunicación, y que la televisión no hace sino reflejar o reproducir un mundo que se desarrolló a partir de una concepción errónea del hombre y de lo social. Al respecto, plantea dos hipótesis sobre la relación violencia-televisión:

- El problema de la violencia cotidiana en el mundo contemporáneo remite a la sociedad de masas, cuya característica fundamental es que en ella la mayor parte de la gente ve sin oír.
- La televisión está inserta en la sociedad y el mundo a los que sirve y no puede ser de otra manera, de modo que una transformación de la televisión en un país debe suceder a transformaciones sustanciales en la sociedad de que procede ese sistema de televisión.

El autor destaca una serie de factores propiciadores de la violencia social; entre ellos están el vaciamiento ritual propio de las grandes urbes; la condenación del hombre medio al anonimato, despojado de valores comunes que den sentido a su vida; el distanciamiento con el sistema social imperante en el país, que los medios sólo reflejan, así como factores que impelen al ser humano a la violencia, en cualquier tiempo y lugar, como el complejo de Caín, su propia inseguridad y el problema de la escasez que explica la injusticia social en términos económicos.

A partir de considerar este conjunto de factores, Prieto estima inadecuado e injustificado atribuir a la televisión un peso más que mediano como factor determinante en la propensión a la violencia. De este modo, concluye que la violencia que ejerce o puede ejercer la televisión no es sino una derivada del sistema social imperante. En resumen, el desencadenamiento de la violencia cotidiana parte de la injusticia social (al menos en el caso particular de México, ya que en otros contextos del mundo pueden predominar problemas étnicos, raciales, etc.), pero también de la carencia de valores trascendentales comunes a los ciudadanos.

La agresividad está determinada por gran variedad de factores, individuales y macrosociales, lo que documenta ampliamente la literatura relativa a los predictores de la agresividad y que se desarrolló en el primer capítulo. Así, por ejemplo, Baron y Straus

(1987) reportan que la incidencia de violaciones en los Estados Unidos se asocia de manera significativa con un índice que representa el nivel de desorganización social, que incluye el divorcio y la movilidad geográfica.

En otro aspecto, Williams (1984) informa que entre 60 y 70% de la variabilidad en las tasas de homicidios, en diferentes comunidades, parece ser explicada por tres variables: el porcentaje de pobreza, el tamaño de la población y el porcentaje de individuos de raza negra. Incluso la temperatura ambiente se ha relacionado con las tasas de homicidio (Anderson, 1987). En este sentido son importantes gran número de trabajos que relacionan la violencia con el consumo de alcohol y drogas (Bushman y Cooper, 1990; Borges y cols., 1990, 1996; Cherpitel y cols., 1993; De la Fuente y Medina-Mora, 1987; De la Fuente, 1987, 1977; Medina-Mora, Mariño y López, 1993; Rosovsky y cols., 1996, 1994, 1993, 1992, 1986; Stephens, Parés, Rodés y Rosovsky, 1992). Asimismo existen trabajos valiosos en relación con variables individuales como las alteraciones emocionales (Gadow y Sprafkin, 1987; Gadow y cols., 1987; Sprafkin, Gadow y Grayson, 1987, 1988). Estos ejemplos buscan mostrar solamente que hay gran cantidad de variables, individuales y sociales que pueden predecir la conducta agresiva e intervenir en ella.

Por su parte, Bisbal (1996) plantea que los estudios realizados hasta la fecha no han resuelto aún las incógnitas básicas de la relación medios-violencia-sociedad, y propone volver, por fuerza de las realidades, a la relación entre las violencias de la vida y la de los medios. Destaca que, ante todo, hay que considerar la apertura humana a la violencia y a la agresión. Establece como indudable que la violencia y la agresión son formas de comportamiento propias del ser humano. En segundo lugar, sostiene que todo acto de violencia manifiesto se produce en un contexto social. Así, un acto concreto de violencia constituye el producto de una elaboración social, que se ha realizado a través de los procesos de socialización y aprendizaje. Asimismo, los actos de violencia tienen causas inmediatas o desencadenantes, que van de factores intrapersonales a factores interpersonales, situacionales y macrosociales. Por último, señala que la institucionalización de la violencia constituye el mecanismo primordial de su afianzamiento en las estructuras de un sistema social.

Al respecto, Bisbal (1996, pp. 121-122) cita algunas conclusiones aparecidas en una monografía sobre el tema que preparó la UNESCO con el título *La violencia y el terror en los medios de comunicación de masas*:

el hecho de la violencia (en los medios) tiene muchas más lecciones, y más importantes, que impartir que

aquella en la que se han centrado la mayoría de los investigadores, es decir, el comportamiento agresivo y violento.

[...]

Culpar a los medios de comunicación de la agresión o de la violencia distrae la atención de otras influencias sociales más importantes, [...] como el énfasis atribuido a las amenazas individuales contra la ley y el orden desvía la atención de la amenaza mayor de la violencia oficial y legítima.

[...]

La observación de la violencia en los medios puede desempeñar un papel en gran variedad de situaciones, aunque pocas veces como factor único.

[...]

Es difícil demostrar los efectos de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación en los diferentes tipos de conducta. La violencia, la agresión y el terror forman parte de escenarios complejos de gran importancia humana y política.

Bisbal (1996, p. 130) agrega que

todavía quedan por explorar fenómenos aún más relevantes que la violencia en los medios, como son las legitimaciones e ilegítimaciones de la violencia factual de la vida; las frustraciones, estimuladoras de violencia por las contradicciones entre las metas de éxito divulgadas por los medios y las posibilidades de alcanzar dichas metas; los procesos de desestructuración de la personalidad infantil en las familias difusas y de la

Componentes acumulativos precursores del comportamiento violento

Umbral

Z: Comportamiento violento

Y: Disparador o desinhibidor
(por ejemplo: alcohol, drogas, enojo, irritación, influencia de grupo, banda o multitud, fantasía subjetiva)

X: Provocación o incentivo
(por ejemplo: reto sexual, desafío personal o grupal a la auto-estima, rivalidad entre bandas, rivalidad étnica, riña interpersonal, deseo de posesión, poder o control, territorialidad)

W: Constelación contextual
(por ejemplo: posesión de arma, cambio en el patrón de vigilancia policial)

Factores Situacionales

Factores Individuales

V: Ignorancia o desinterés por las consecuencias
(por ejemplo: desafío frente al castigo o la detección)

U: Modelos conductuales directos
(por ejemplo: en la familia, entre los pares, en el vecindario)

T: Modelos conductuales indirectos
(por ejemplo: en la televisión, el cine, las historietas, la música)

S: Historia personal
(por ejemplo: victimización, frustración, refuerzo a violencia o agresiones previas)

R: Personalidad
(por ejemplo: estructura psíquica desequilibrada, impulsividad, temperamento arriesgado)

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

personalidad fronteriza en los adolescentes; la estereotipación sistemática de conflictos ritualizados contra las minorías étnicas, contra grupos divergentes o marginales; la estigmatización, y, a menudo, satanización de los exogrupos como enemigos mortales y socavadores del sistema.

En este aspecto, hay diversas propuestas interesantes para ubicar la influencia de los medios entre muchos otros factores que inciden en la generación de conductas agresiva o violenta. A modo de ejemplo, es interesante el esquema –que presentamos en la página anterior– propuesto por Friedlander (1993).

De acuerdo con este modelo secuencial ordinal de la violencia, las variables más cercanas al umbral de activación de la violencia son las que tienden a ser disparadores de tipo situacional, cuya posibilidad de ocurrencia o presencia varía de un momento a otro y de un contexto, ambiente o situación a otros. Los componentes más alejados del umbral son factores de tipo individual que condicionan la tendencia a la violencia, necesarios pero no suficientes por sí mismos para generar una explosión de comportamiento violento.

En relación con el tema que nos ocupa, lo destacable es que los modelos indirectos provenientes de los medios masivos se ubican entre los últimos factores, lejos del umbral que marca el desencadenamiento de una conducta agresiva.

Aunque no hay suficiente investigación en esta línea, existen esquemas o modelos más integradores y multifactoriales, que podrían ayudar a comprender por qué muchos individuos —por fortuna, mayoría— que se han expuesto por largos periodos de su vida a altos niveles de violencia, tanto de los medios como en la realidad, no tienden a cometer actos de violencia.

EL DEBATE DESDE LA CULTURA

A partir de una revisión crítica de los principales enfoques teóricos que han guiado el desarrollo de la investigación sobre los medios y los procesos de la comunicación masiva, Bonilla (1995) propone desplazar las fronteras de la discusión hacia terrenos en que no se opere por reducción o centralización teórica, sino por la pluralidad de visiones que ayuden a mirar de otro modo las conceptualizaciones y relaciones entre violencia, medios y comunicación. La propuesta es una revisión integradora de las diversas aproximaciones fragmentarias, principalmente la comunicación-persuasión funcionalista, que destaca los efectos que inculcan los emisores en los receptores pasivos, y la del ideologismo estructuralista, que maximiza la omnipresencia y omnipotencia irrestricta de los medios. Se propone (Bonilla, 1995) un enfoque amplio que se inserte en el con-

texto cultural y aproveche los aportes de múltiples disciplinas: la antropología, la sociología de la cultura, la semiología, la lingüística, el psicoanálisis y la comunicación.

Proponer una mirada desde la cultura obliga a pensar en los medios a través de su función social. Esto es, acercarnos a los mensajes desde los procesos de socialización que éstos ponen en juego. Ello implica considerar las múltiples funciones de los medios (informar, educar, orientar, persuadir, entretener, etc.), destacando una función madre que integra a las demás: la mediación social.

Desde esta perspectiva, Martín-Barbero (1988, citado en Bonilla, 1995) se pregunta:

¿Cómo entender el grado de incidencia de la violencia televisiva desligada de las transformaciones de la comunicación cotidiana que implica el movimiento de privatización de la vida del que el repliegue de la familia sobre la televisión o el video hogareño es una expresión pero cuya razón se haya en los nuevos modos de habitar —encerramiento y aislamiento acarreados por las modernas soluciones de vivienda— y en la disolución del tejido colectivo que produce una ciudad convertida en espacio de flujos, de fluida circulación pero ya no de encuentro?

La respuesta va en la línea de destacar la relación, por demás contradictoria, entre los diferentes espa-

cios y territorios en los cuales se producen prácticas y procesos de comunicación, y los medios adquieren un sentido cultural. Es importante no despreciar la evidencia de que si la televisión atrae, es en buena medida porque la calle expulsa. Según Martín-Barbero (1990, citado por Bonilla, 1995),

es la ausencia de espacios —calles y plazas— para la comunicación lo que hace de la televisión algo más que un instrumento de ocio, un lugar de encuentro. De encuentros vicarios con el mundo, con la gente y hasta con la ciudad en que vivimos.

¿POR QUÉ HAY CADA VEZ MÁS VIOLENCIA EN LA TELEVISIÓN?

¿Cómo explicar que la programación con violencia —física o psicológica— resulte tan atractiva para públicos de edades, géneros y condiciones socioculturales tan diversos? ¿Qué explica la predominancia de contenidos violentos en programas tan diferentes como los noticiarios, las telenovelas, las películas y los dibujos animados?

Erausquin y cols. (1988) consideran que con base en los valores culturales vigentes en occidente, la violencia despierta una atención excesiva, produciéndose un flujo constante de situaciones negativas, aisladas y exageradas, que crean una panorámi-

ca distorsionada de la violencia en la vida cotidiana. Haciendo referencia a los nuevos desarrollos teóricos sobre el proceso de la comunicación masiva, la presentación de noticias de nota roja en la televisión convierte al espectador en un testigo directo de los hechos.

En este sentido, el amarillismo noticioso ha existido desde la aparición del primer medio masivo. A finales del siglo pasado, empezó a surgir en los Estados Unidos una gran competencia entre periódicos rivales por elevar su circulación. A causa de ello, utilizaron diversos recursos y ardidés a fin de resultar más atractivos para los lectores. De Fleur (1970) relata que, cuando la rivalidad degeneró en lucha abierta, los periódicos recurrieron cada vez más a trucos sensacionalistas, sin reparar en superficialidad y estridencia.

La explicación anterior nos lleva a una de las razones fundamentales: la económica. Los consorcios propietarios de los principales medios masivos giran en torno a los propósitos básicos de la obtención de espacios de poder y de lucro. Así, como se mencionó antes, los medios amarillistas se desarrollan a la par del surgimiento de la prensa. En México, un ejemplo prototípico es el periódico *Alarma*. La gente compra esta clase de publicaciones para ver imágenes crudas de las víctimas de la violencia. Hoy día, la televisión satisface la demanda de tales imágenes. De este modo, la gente no se espera para ver de

pronto a un atropellado de cerca: ahora la televisión se lo presenta con lujo de detalles. El morbo es un elemento importante en una programación que explota de manera creciente las miserias humanas. Lo hace con premeditación tanto en reportajes de nota roja como en programas como *Cristina*. El sufrimiento, real o fingido, atrapa a un auditorio cargado de frustraciones. Como es obvio, a las empresas televisoras no les interesan las consecuencias sociales del contenido de su programación, sino el aumento del *rating* traducido en beneficios económicos.

Mientras diversos y numerosos sectores sociales coinciden en su preocupación por el alarmante incremento de la violencia urbana y en la necesidad de frenarla, algunos medios masivos aprovechan el aumento —en cantidad y diversidad— de acontecimientos para alimentar el contenido de sus programas con excelentes resultados en términos de *rating* y, por tanto, económicos. Se trata de medios, impresos y electrónicos, que han imitado y enriquecido el estilo del legendario periódico *Alarma*. La nota roja ha pasado de ser una sección en los periódicos a ocupar espacios en todas las secciones: política, economía, sociales, deportiva, nacional e internacional. Asimismo, ha dejado de ser una sección casi inexistente en noticieros de radio y televisión, y los ha invadido a tal grado que fue necesaria la creación de “noticieros” específicos de nota roja. Entre ellos

se cuentan *Ciudad Desnuda*, *Primer Impacto y Duro y Directo*, especializados todos en el espectáculo morboso del sufrimiento humano, de los cadáveres descuartizados, del suicidio grabado oportunamente, de las víctimas de asesinatos individuales o masivos, de tiroteos, de explosiones, etcétera.

En la actualidad, la prensa se adentra, con más frecuencia de la necesaria, en los terrenos de la ficción. El amarillismo constituye un caso extremo: se exagera deliberadamente el drama y la tragedia para hacerlos más escandalosos. A veces, se recurre a trampas o trucos con el propósito de que el lector compre un periódico dado o elija un programa específico de televisión. Aunque en rigor no se miente, tanta exageración equivale a que se hiciera. Mediante trucos y engaños, y echando mano de modernos recursos tecnológicos para editar los programas, se logra que los televidentes se queden sólo con la versión de la verdad que quieren proporcionar los medios masivos de comunicación. La realidad se maquilla y se moldea de modo tal que ya no es “la realidad”, sino una realidad: la creada por la magia de la televisión.

En relación con la prensa amarillista estadounidense, Emery y Smith (1966) afirman que

los periodistas amarillos obstruyeron los canales por los que fluían las noticias hacia el ciudadano común, con una fría despreocupación por la ética y las responsa-

bilidades de su profesión. Convirtieron el drama de la vida en un melodrama barato y falsearon los hechos cotidianos para darles la forma que consideraron más apta para aumentar las ventas. Lo que es peor, en vez de servir de guía a los lectores, les ofrecieron un paliativo de pecado, sexo y violencia.

Los grandes consorcios televisivos privados son empresas comerciales regidas por la ley de la oferta y la demanda. En el caso de la televisión, la demanda se mide por *ratings*. Un *rating* se establece con base en mediciones realizadas por empresas especializadas, las cuales determinan —a través de llamadas telefónicas o dispositivos electrónicos— el porcentaje de público que en un horario determinado observa cada una de las posibles alternativas en términos de canales y programas de televisión. Por tanto, los *ratings* más altos corresponden a los programas vistos por mayor número de personas. Ello conduce a que el tiempo dedicado a la publicidad en torno y durante tales programas pueda venderse a precios más altos. De esta manera, al elevar su *rating*, un programa alcanza mayor éxito y, en consecuencia, acarrea mayores ingresos para la empresa.

Si se toma en cuenta lo anterior, el *rating* constituye la explicación más directa y obvia del incremento de la programación violenta. Al público le atrae la violencia que transmite la televisión. Ello podría atribuirse a diversas razones, entre las que el morbo

—característica humana presente en todos los ámbitos de la vida social— ocupa un lugar especial. Mucho antes de la existencia de medios masivos, el morbo se utilizaba como factor de interés para el desarrollo de los espectáculos.

LA VIOLENCIA COMO ESPECTÁCULO

¿Qué diferencia hay entre el circo romano, las corridas de toros, las peleas de box y el tumulto que se forma de inmediato en torno a un accidentado, y la transmisión televisiva de la ejecución de un condenado a muerte? Aun antes de la existencia de medios masivos de comunicación, el espectáculo de la violencia, el sufrimiento y la muerte ha atraído siempre a la gente. Aunque las posibles explicaciones de este fenómeno rebasan los propósitos de este trabajo, cabe mencionar que, con el tiempo, los medios lo descubrieron y comenzaron a aprovecharlo en su beneficio.

Los ejemplos acerca de la transformación de la violencia en un espectáculo televisivo son numerosos; baste citar la muerte de Lady Diana, la matanza de los Davidianos en Waco o la guerra del Golfo Pérsico. En un sentido bastante real, esta guerra se peleó en los monitores, ya que los objetivos eran seleccionados como imágenes electrónicas. Una guerra virtual es aquella que tiene lugar en la pantalla

y/o en la realidad; es aquella en la que las armas y la visión se funden en un solo instrumento y se borra toda distinción entre el gusto por la destrucción y el placer del *voyeurismo*. Es decir, que es la materialización de la fantasía del cine total interpretado por Hollywood. A pesar de que la calidad de las imágenes dejaba mucho que desear, esta guerra se peleó (y se sigue peleando) en el territorio del espectáculo televisivo. Todos los días unos cuantos minutos de imágenes severamente censuradas se repetían miles de veces en casi todas las televisiones del planeta. Bagdad aparecía como una ciudad extraterrestre, donde las construcciones eran sombras indefinidas bajo una granulosa atmósfera verde iluminada por fuegos artificiales. A pesar de que en realidad se mostraba muy poco, el mensaje era que todo podía y debía ser visto. Las reglas de la guerra cambiaron para satisfacer las necesidades de la industria del *infoentretenimiento*. De hecho, se denunciaba casi como un crimen que los iraquíes se escondieran u ocultaran sus armas. Los medios los acusaban de hacer trampa al burlar los sistemas de vigilancia occidentales (Naief Yehya, *La Jornada Semanal*).

Otro ejemplo reciente es el juicio al responsable de la explosión en el edificio federal de Oklahoma. En este caso se destacó, por un lado, el sufrimiento de las víctimas y, por el otro, las características positivas del joven terrorista (veterano de la guerra del Golfo), que a final de cuentas parece ser una víctima

más del sistema de valores que, apoyado por los medios masivos (a través de cientos de películas), ensalza la violencia extrema como medio óptimo para la defensa de la patria. La respuesta del sistema es la violencia legal: pena de muerte al criminal. El mensaje de los medios parece ser que sólo los violentos triunfan, y que la forma óptima de enfrentar la violencia es más violencia.

Lochard y Soulages (1995) abordan otro caso interesante, el de los llamados *talk-shows*, que han tenido gran éxito en las televisiones estadounidense y española, y que son muy conocidos en el resto del mundo. Como ejemplo nos referiremos al programa *Cristina*, plataforma para el surgimiento de nuevos actores sociales. Landi (1996) plantea que todo acontecimiento es potencialmente escénico en la sociedad de la comunicación. El punto culminante es el *reality show*, en que la gente puede manifestar, frente a las cámaras de televisión, su decisión de divorciarse o de formar una pareja; confesar un crimen, o convocar a una conferencia de prensa para suicidarse. Si hay algo nuevo en la comunicación hoy, es que se redefine la noción de lo que es noticia.

De este modo, las vidas privadas se convierten fácilmente en objeto de espectáculo desde una especie de *voyeurismo* alimentado por el abuso de artilugios como los teleobjetivos y las cámaras ocultas. Al respecto, Pérez (1996, p. 88) plantea que

sería interesante analizar un fenómeno típico de la secularización posmoderna: ya no el paso del confesionario al psicoanálisis, que se dio desde la primera mitad del siglo, sino el que se ha dado en las últimas décadas, el paso del psicoanálisis al *Show de Cristina* y similares.

Otro ejemplo importante de la utilización de la violencia por parte de los medios se relaciona con la pena de muerte. En los Estados Unidos, los condenados a muerte y su ejecución han llegado a convertirse en noticia y espectáculo. Aunque el tema es añejo, sigue siendo de actualidad y adquiere mayor importancia en relación con la participación de los medios masivos. Ante las posibles acciones para frenar la criminalidad en dicho país, numerosas voces opinan que la pena de muerte es el remedio por excelencia. Pese a que se ha probado que la criminalidad no disminuye en los estados en que opera, algunos argumentan que, para que la pena de muerte sirva realmente de lección, tal castigo se debe difundir, es decir, televisar, al menos en los 38 estados en que se aplica. En este contexto se propone la muerte legal como producto noticioso y aleccionador, incluso entretenido y, evidentemente, muy rentable. Hay conductores de televisión, como Phil Donohue, que exigen presenciar y transmitir la aplicación de la pena de muerte, tal como se transmitieron escenas de la guerra del Golfo Pérsico y del genocidio de Bosnia-Herzegovina.

En épocas previas a la aparición de los medios masivos, los condenados eran guillotinado, fusilados o colgados en plazas públicas como espectáculo para el pueblo, que cumplía el mismo propósito: servir de lección a los demás. En la época actual, se han desarrollado los sistemas de justicia y muchos países han abolido la pena de muerte. En algunos otros, si bien el ajusticiamiento se lleva a cabo en privado, algunos funcionarios de justicia, y los medios de comunicación, consideran que no se trata de un hecho vergonzoso y piensan que transmitir masivamente las ejecuciones actuaría como factor disuasivo contra la criminalidad, además de que mostraría claramente el ejercicio de la autoridad requerida frente a una sociedad moralmente decadente.

El planteamiento, que obviamente parte de una postura contraria a la pena de muerte y se basa en experiencias concretas —como el aumento de la criminalidad en lugares donde se aplica la pena de muerte— es que la difusión masiva de tales sucesos sí sería rentable, pues atraería al gran público, como lo hace cualquier tipo de violencia en la televisión, pero despertando motivaciones y sentimientos de morbosidad, crueldad y agresividad, venganza, etc. Lo que se conseguiría con ello es convertir la justicia criminal en un entretenimiento malsano. Un posible efecto en la audiencia, similar al de la observación de diversos hechos violentos en los medios, sería la generación de estados de estrés postraumá-

tico, como los que han presentado ya algunos reporteros de prensa que han observado la muerte de condenados.

VIOLENCIA SEXUAL

Un tipo particular de violencia que con frecuencia aparece en los medios masivos de comunicación es la violencia de tipo sexual, incluida en diversos géneros cinematográficos y televisivos y en especial en los de tipo pornográfico. Diversos investigadores se han interesado por evaluar las posibles consecuencias sociales de la pornografía, definida de acuerdo con el diccionario Webster como “descripción erótica que pretende despertar excitación sexual”. De acuerdo con investigaciones realizadas por Zillmann (1989), la exposición repetida a películas eróticas puede disminuir la atracción hacia la pareja, aumentar la aceptación del sexo fuera del matrimonio y de la sumisión sexual de las mujeres a los hombres. Otros autores han destacado que las imágenes de videos musicales de rock que presentan a hombres con actitudes “machistas” y a mujeres sexualmente “condescendientes”, pueden afectar bajo esta tónica las percepciones de los espectadores (Hansen, 1989; Hansen y Hansen, 1988, 1990; St. Lawrence y Joyner, 1991). Sin embargo el tema que mayor interés ha despertado es el de las descripciones explícitas de violencia sexual.

Tanto el cine como la televisión nos han acostumbrado a ver escenas en que un hombre utiliza su fuerza física para obligar a una mujer a tener relaciones sexuales con él, y con frecuencia se descubre que la mujer, tras oponer cierta resistencia, termina aceptando y disfrutando el hecho. Un ejemplo típico apareció en la clásica cinta *Lo que el viento se llevó*, cuando Scarlett O'Hara es llevada a la cama protestando y pateando y se levanta cantando. Aparentemente este tipo de escenas puede reforzar el mito de que las mujeres, al menos algunas mujeres, se alegrarían de ser víctimas de un asalto sexual. Al respecto Koop (1987, p. 945) comenta que "la pornografía que representa la agresión sexual como placentera para la víctima incrementa la aceptación del uso de la coerción en las relaciones sexuales".

Malamuth y Check (1981) realizaron un estudio experimental en torno a esta premisa, mostrando a un grupo de estudiantes del sexo masculino dos películas de contenido no sexual y a otro grupo equivalente dos películas que incluían un episodio en que un hombre obligaba a una mujer a tener relaciones sexuales con él. A partir de las respuestas a un cuestionario aplicado una semana después, concluyeron que quienes vieron las películas con contenido sexual mostraron mayor aceptación por la violencia contra las mujeres.

Realizando investigaciones similares, Linz y cols. (1988, 1989) encontraron evidencias favorables a la

teoría de la desensibilización, en el sentido de que quienes vieron películas con elevado contenido de violencia contra mujeres tuvieron posteriormente mayor probabilidad de no compadecer a víctimas de violación. Investigadores como Donnerstein, Linz y Penrod (1987) llegan incluso a afirmar que la mejor manera de formar un carácter maligno que permita a las personas reaccionar con calma ante la tortura y mutilación de mujeres es mostrarles una serie de películas que sean cada vez más violentas en este sentido.

Baron y Straus (1984) realizaron un estudio correlacional de gran magnitud, abarcando toda la Unión Americana, y encontraron que el volumen de ventas de revistas sexualmente explícitas "ligeras", como *Playboy* y *Hustler* tiene una correlación positiva con los índices estatales de violaciones. En apoyo a esta postura, otros investigadores han reportado que los violadores y hostigadores sexuales presos utilizan mucho más la pornografía que los hombres detenidos por delitos no sexuales (Marshall, 1989). Desde luego, estos estudios no prueban una relación causal entre pornografía y violación, pero sí son indicadores de importancia en el sentido de que la pornografía violenta puede ser un factor entre muchos otros, relacionado con la violencia sexual.

En este campo se han realizado también diversos estudios experimentales, que aunque se limitan a evaluar conductas a corto plazo, y suelen estar aco-

tados por consideraciones de tipo ético, han permitido a algunos científicos sociales afirmar que “la exposición a pornografía violenta aumenta la conducta punitiva hacia las mujeres” (Koop, 1987, p. 945) y concluir que ver violencia, sobre todo de tipo sexual, puede tener efectos antisociales (Malamuth, 1986; Donnerstein y Berkowitz, 1981).

A partir de este panorama, autores como Myers (1995) prefieren, antes que abogar por la censura, promover el entrenamiento crítico frente a los medios. Nuevamente la propuesta es en el sentido de sensibilizar a las personas respecto a la perspectiva de las mujeres que predomina en la pornografía y a cuestiones de hostigamiento y violencia sexuales, para contrarrestar el mito de que las mujeres disfrutan ser forzadas.

LAS OTRAS VIOLENCIAS

A grandes rasgos, la mayoría de los trabajos científicos sobre los efectos de la violencia televisiva consideran en particular, al referirse a la violencia en los medios, a la más evidente, sea escenificada en la ficción o el drama (películas y dramatizaciones en que hay sangre, muertos, heridos, balas, golpes, peleas, secuestros, bombas, crímenes, violaciones, etc.) o la referida a sucesos noticiosos que hablan de lo real desde la cobertura de los periodistas (asesina-

tos, guerras, terrorismo, delincuencia común, etcétera).

Sin embargo, en un nivel más profundo de análisis, hablar de la violencia televisiva implica hablar de varios tipos diferentes de violencia y varios tipos de manejo de la misma: violencia real y ficticia; bélica; urbana, crímenes y criminales. Hay diversas maneras de presentar la violencia: implícita o explícita; física o verbal; enunciada, descrita o mostrada; representada o real; con efectos explícitos, implícitos o sin ellos; violencia “aceptable” o “inaceptable”; legal o ilegal; proactiva o reactiva; como agresión o como defensa, etc. Asimismo, hay diferencias sustanciales entre los posibles efectos de observar cada uno de los tipos de violencia televisada.

En la televisión aparecen agresiones físicas en peleas individuales, grupales o guerras; en series policíacas, de acción y de aventuras; en películas, telenovelas y caricaturas. En todos los casos presenciamos historias de ficción, relatos sobre acontecimientos históricos o adaptaciones de casos reales, pero también escenas similares tomadas directamente de la realidad, en noticiarios, reportajes y programas de participación del público. Aunque los efectos de ambos debieran ser diferentes, ante la saturación de unos y otros, los límites entre ficción y realidad resultan a menudo confusos, en especial para los niños pero en algún grado también para los adultos.

Entre los interesados en la materia, el centro de

interés se ha desplazado en diversos sentidos. Así, un amplio sector de la sociedad ha considerado inquietante durante décadas la violencia irreal de las caricaturas infantiles, sobre todo por la aparente falta de consecuencias en las víctimas. Para otros sectores es fundamental la violencia implícita en muchas series y telenovelas, en que predomina la opresión de unos personajes sobre otros; por ejemplo, de hombres sobre mujeres, de personajes físicamente atractivos sobre sus opuestos, de jóvenes sobre ancianos, etc. Lo anterior acarrea, por supuesto, una consecuente imposición de estereotipos sexuales, raciales, etc., con resultados también irreales: los “buenos” triunfan siempre sobre los “malos”. Para otros sectores, el problema más grave y de mayor actualidad por su reciente proliferación es el énfasis que ponen noticiarios y reportajes en transmitir con cada vez mayor crudeza imágenes de crímenes, accidentes y terror, con los consecuentes efectos en términos de miedo a la victimización.

Es importante considerar que el manejo de la violencia en los medios se puede estructurar según diversas intencionalidades que hay que saber distinguir, pues cada una conlleva efectos potenciales no sólo diversos, sino incluso opuestos. En un extremo se encuentra la violencia espectacular y gratuita, que sólo pretende estimular y exacerbar las emociones; en el otro, la violencia cuestionadora, que busca conducir a una toma de conciencia crítica frente a la realidad.

Martín-Barbero (1987) cuestiona buena parte de lo que se ha escrito sobre la relación violencia-televisión a partir de las insuficiencias que presenta y las deformaciones que produce un análisis obsesionado por un solo tipo de violencia, y limitado a lo observable en el nivel más obvio e inmediato de las imágenes y los relatos, como si la única violencia presente en los relatos televisivos fuera la de los crímenes, atracos y vejaciones realizados por los delincuentes y las acciones de la policía. ¿Cómo medir la presencia y los efectos de la violencia que ejercen tanto en relatos nacionales como extranjeros, la positiva valoración de las tecnologías de guerra o del autoritarismo justificado por la crisis de valores; la desvalorización de la raza negra o las etnias indígenas; la humillación de la mujer; la burla de los homosexuales; la utilización publicitaria de los niños; la demarcación de oficios “para sirvientes”; el desconocimiento y descalificación de lo diferente, la ridiculización de lo popular? Y sin embargo, la violencia medible en número de asesinatos o de robos no es comprensible más que en relación con esas otras violencias no medibles. ¿Y qué análisis tenemos de esas otras violencias sociales y políticas que presentan en imágenes los noticieros y programas periodísticos? Sólo la queja repetida contra el morbo y la utilización comercial y política del terrorismo o la miseria (citado en Bonilla, 1995).

Al respecto, Cadavid (1989) propone analizar qué

aspectos del orden social vigente, aceptado como “normal”, retoman y procesan los medios de comunicación en sus construcciones cotidianas de sentido, para observar, así, la forma en que las actitudes y los comportamientos de una sociedad con altos niveles de desequilibrio y desgaste institucionales tienen eco o no en los medios y en su consecuente entendimiento de la realidad nacional. De esta manera, la violencia se observa ya no como tema, sino en su constitución al interior de los órdenes simbólicos e imaginarios colectivos. La violencia que impera en el orden social donde la mujer, el niño, el anciano, el homosexual, el negro y el indio son discriminados y marginados de la participación. La violencia que se filtra en los discursos autoritarios que justifican que una violencia se exterminie con otra mayor. Es decir, la violencia que en sí constituye el orden social vigente.

Uno de los problemas fundamentales de este tipo de violencia es que se ejerce de manera sutil. De este modo, para moldear personalidades, se introduce por el área de la afectividad, no de la razón. Se trata del tipo de violencia que deben enfrentar los receptores básicamente a través de sistemas de recepción crítica de los medios.

En resumen, lo que se plantea es que no basta con medir la violencia en los medios a partir del conteo de escenas con crímenes, asesinatos, robos o peleas, sino a partir de cómo recogen en general los men-

sajes de los medios los esquemas de intolerancia, exclusión y clasificación del modelo social imperante.

En conclusión, la visión limitada predominante reúne las siguientes premisas:

- Una sola expresión de violencia: el crimen y el delito.
- Una sola relación entre ésta y los medios: la que presupone que el único vínculo entre violencia y medios obedece a los mensajes que hablan de lo violento-manifiesto, pero no interroga, en absoluto, el papel de los medios en la construcción de una ética social, en la edificación de una cultura política sustentada en el reconocimiento de las diferencias, en la activación de circuitos de solidaridad comunitaria y en la promoción de espacios de discusión a favor de la justicia y la dignidad social.
- Una sola solución: la censura y el control (Bonilla, 1995).

PUBLICIDAD Y FRUSTRACIÓN

Aunque rebase los propósitos del presente libro, cabe dedicar un breve espacio a comentar que existe otro tipo de violencia para la cual los medios suelen funcionar, de manera más sutil, como instrumentos: la violencia contra las conciencias individuales de los espectadores. Por esto nos referimos a la vio-

lencia que se ejerce al promover imágenes y estereotipos de personas y estilos de vida totalmente inaccesibles para la mayoría de los espectadores, que al confrontar su realidad experimentan niveles de frustración que pueden conducir a la violencia. Nos referimos también a la promoción exagerada del consumismo, que transmite claramente el mensaje “si no tienes, si no compras, si no usas tal o cual producto, no eres nadie, no vales, no tienes acceso a la felicidad”.

Vilches (1996) destaca que la presentación de los programas y el papel de la publicidad pueden aumentar las expectativas irreales, agravar los problemas existentes y contribuir a la frustración y, consecuentemente, a la violencia y la agresión. Aunque, desde una perspectiva particular, el país ha ingresado ciertamente al primer mundo, se trata de la perspectiva de quienes tienen acceso a la tecnología de punta: el disco compacto, la videograbadora, el disco láser, la parabólica, el teléfono celular, el fax, la computadora personal, internet, etc. Tal parece ser la perspectiva que guía a los productores de la comunicación masiva y especialmente de la publicidad masiva. Pero es importante no perder de vista las estadísticas poblacionales: un porcentaje elevado de la población nacional, digamos sin precisar, más de 50% (41 millones), se encuentra en la pobreza, y según las cifras oficiales, que suelen ser optimistas, 19 millones de mexicanos viven en la pobreza

extrema. Quienes tienen fácil acceso a todos los beneficios de la modernidad neoliberal no son más de 5%. En este contexto, la publicidad avanza con una agresividad cada vez mayor, ya no sugiriendo o invitando, sino ordenando el consumo.

Lo comercial y lo ideológico constituyen los contenidos predominantes, por no decir únicos, de los medios masivos. En términos de la teoría de los usos y gratificaciones, estos contenidos resultan muy gratificantes para unos cuantos y en extremo frustrantes para la mayoría. Se trata de una violencia simbólica, que pasa desapercibida como tal, ya que no utiliza armas o fuerza física ni deja efectos visibles a corto plazo. Asimismo, se puede considerar subliminal dado que recurre a mecanismos inconscientes de interiorización. Es la violencia que pueden ejercer los medios al imponer —a receptores en desventaja— modelos de vida, valores y premisas establecidas por quienes los controlan.

En palabras de Cremoux (1991), la publicidad

se ha convertido en la gran madre orientadora para erigir los modelos de conducta social; indicar relaciones; guiar las reacciones individuales y colectivas; señalar los principios y los límites de lo que es la decencia, la vulgaridad, lo fino y lo correcto. Es además criterio rector en campos tan amplios como la estética, la justicia, la moral, lo verdadero, incluso proporciona los campos en que deben efectuarse las relaciones

amorosas o los espacios de la cultura y la política. El fin explícito que supone la existencia de la publicidad es la información. Pero subsidiariamente, esa información constituye en sí misma, un sí misma, un constitutivo básico para la conformación individual, en tanto que modela la mentalidad de quien la recibe. En otras palabras, la publicidad sacrifica informaciones para dar forma al mensaje de tal suerte que se adopte a la mentalidad y escala axiológica del público al que se quiere ver como consumidor.

Aunque este tipo de violencia es muy diferente de la analizada a lo largo de esta obra, no es por ello menos importante. Podría considerarse que su propósito es ocultar todo aquello que no sea conveniente para mantener la estructura de poder dominante. Con ella se busca formar seres humanos acrílicos, adaptados, conformistas y no participativos. La dificultad de abordar el estudio de este tipo de violencia —al ser más intangible, menos evidente— destaca al revisar el gran cúmulo de estudios relacionados con los efectos de los medios en relación con la violencia y la sexualidad, en comparación con la escasez de trabajos relativos a los efectos globales de los medios sobre la conformación de las actitudes y conducta del hombre.

Esta otra violencia, aún no suficientemente destacada y estudiada, es la que se ejerce a través de la publicidad. Aun cuando se le critique y supuestamente se le evite desviando la atención durante los

comerciales, pocos logran escapar a sus efectos. Lo anterior se manifiesta en el consumismo indiscriminado de los sectores con posibilidades para ello, y en el padecimiento de su acoso cruel e insensible por parte de aquellos para quienes constituye sólo fuente de frustración e insatisfacción ante la imposibilidad de acceder a los bienes mostrados con insistencia por ella como únicas vías de acceso a la felicidad. A la luz de todo ello, ¿qué hay de la violencia generada en respuesta a la frustración? Como expusimos antes, no nos referiremos con más detalle al tema por no exceder los propósitos de esta obra; sin embargo, no por ello debe pasarse por alto.

Al respecto, Menéndez (1969) plantea lo siguiente: cada día resulta más frecuente y común el uso de la comunicación social para regular los procesos económicos de producción, consumo y expansión. En México, el sistema de comunicación social se encarga de ejercer esta presión psicosocial recurriendo a la técnica motivacional y a los medios publicitarios. Lo anterior se dirige —selectiva y deliberadamente— al 20% de la población con capacidad adquisitiva, y —de modo marginal, no deliberado pero no por ello menos real— a toda la población a su alcance con vistas a mantener en incremento constante los niveles de consumo de artículos y servicios paradigmáticos. Sólo 20% de la población nacional está en posibilidades objetivas de responder positivamente a dichos estímulos en el sentido de aumen-

tar su consumo paradigmático. Del resto, 20% permanece incomunicado y se mantiene en niveles de autoconsumo; otro 60% vive en niveles de subconsumo o de consumo limitado. Este último grupo tiene aún grandes necesidades primarias propias de su estado de desarrollo: alimentación, vestido, habitación, seguridad social (salud y trabajo remunerado), educación y diversiones.

En virtud de ello, no puede responder objetivamente a la presión psíquica dirigida hacia un consumo paradigmático de objetos-símbolo de prestigio social, que no necesita en realidad. Como respuestas-tipo a la presión hacia el consumo paradigmático incrementado, el hombre-masa de 60% de nuestra población, tiene dos grandes alternativas: *a*) esforzarse por mejorar sus capacidades técnicas, adquisitivas, etc., y *b*) enconcharse en un proceso pasivo de autodefensa hacia el “no deseo” y derrotas económica, política, social y cultural anticipadas. Quienes se deciden a dar la batalla, y la ganan, pasan a integrar la sociedad de consumo ideal, capaz de satisfacer necesidades sentidas con satisfactores necesarios y necesidades inducidas mediante consumos paradigmáticos de objetos-símbolos.

Por el contrario, quienes pierden la batalla se mantienen en su estrato anterior y —aquí lo grave— con un desequilibrio psicológico permanente, que se retroalimenta sin cesar por el efecto-demostración del sistema de comunicación social. En apa-

riencia, éste se dirige específicamente al sujeto frustrado insistiéndole en la necesidad de incrementar sus consumos. Aquí se generan las grandes tragedias humanas, los suicidios, los asesinatos “por compasión” y tantos otros dramas anónimos de la angustia y la desesperación colectivas, provocados por la necesidad de mantener los incrementos de producción, consumo y expansión en ascenso continuo y choque frontal con la impotencia de millones de inadaptados para resolver el conflicto propio entre motivación y volición *versus* incapacidad adquisitiva masiva.

Es obvio que las mayorías no logran superar su punto de partida, distraídas con factores objetivamente ajenos a su voluntad: aumento del costo de la vida; descenso relativo de su capacidad adquisitiva; defectos de la educación y la instrucción anteriores; falta de capacitación técnica adecuada a las tendencias y demandas de los mercados de trabajo, y escasez de empleos remunerados. Estamos, así, ante un circuito incompleto de producción, consumo y expansión, cuya primera causal-consecuencia es una creciente presión masiva hacia un consumo ampliado, pero carente de base económica, esto es, de capacidad adquisitiva. El macrosistema nacional desarrolla un doble juego simultáneo: instar a consumos masivos a la vez que los vuelve imposibles.

La crisis económica que enfrentamos los mexicanos en los últimos años ha agravado la desigualdad

en la distribución del ingreso y el deterioro del poder adquisitivo de la mayoría. Sin embargo, el aparato productivo y los medios, en especial la televisión, han conservado el patrón de comportamiento previo a la crisis: generar bienes accesibles sólo a una minoría e inducir su compra y consumo a través de mensajes publicitarios. De esta manera, la producción de satisfactores y la publicidad se orientan a modelos de consumo y estilos de vida ajenos a las condiciones y las expectativas reales de la mayoría. Los criterios y orientaciones fundamentales de gran parte de los mensajes difundidos por la televisión se contraponen a los rasgos más importantes que configuran el perfil y las estructuras de nuestra cultura e identidad nacionales (Cárdenas, 1990).

LA CUESTIÓN ÉTICA

La espectacularización de las noticias—para que sean, antes que nada, entretenimiento— ha puesto a la orden del día el tema de la ética en los medios. Si bien los medios toman la violencia de la realidad, más que retratarla como tal, la amplifican y la convierten en un producto comercial.

De Fleur (1970) destaca que la prensa amarillista ha ofendido a gran número de individuos y grupos, quienes en diversos momentos han alzado la voz para reclamar a los responsables. Los intelectuales

en general y los literatos en particular han reprobado la actitud de los nuevos medios de comunicación que, siendo potencialmente aptos para lograr la elevación cultural y moral de las masas, han sido convertidos en monstruosos instrumentos de degeneración social. Asimismo, los dirigentes de los ámbitos religioso, educativo, legal y gubernamental han hecho oír cada vez más sus protestas. Por su parte, los magnates de la prensa percibieron el peligro de perder la confianza del público y la aún más sobrecogedora posibilidad de quedar sometidos a una reglamentación externa. Lo anterior llevó gradualmente a la prensa a disminuir el sensacionalismo, y así se inició el desarrollo de normas y códigos destinados a fijar límites y responsabilidades. A partir de tales acontecimientos, De Fleur afirmó en 1970: "Aunque el grado de aceptación de esos códigos por la prensa de masas actual es variable, los excesos en que incurrió el periodismo amarillista parecen ser cosa del pasado".

La realidad de fin de siglo lo desmiente y muestra que sus expectativas optimistas permanecen frustradas a la fecha. Ante ello, diversas posturas se han manifestado en torno al problema e importantes sectores han elevado la voz para exigir reglamentaciones estrictas y censura. Con base en estudios que demuestran que los programas de los horarios preferenciales y muchos programas infantiles de televisión presentan escenas con altos niveles de violen-

cia, y según la premisa de que ver dichos programas puede afectar de manera negativa a niños y adultos, algunos congresistas de los Estados Unidos propusieron una intervención gubernamental censora. Ante la amenaza, las principales cadenas de televisión de aquel país (ABC, CBS, NBC y FOX) acordaron introducir anuncios preventivos antes y durante la proyección de tales programas en horarios estelares.

El problema de esta clasificación es que en la práctica ha tenido un efecto opuesto al deseado, y ha influido en las decisiones de los niños, en quienes se despierta mayor interés y curiosidad por los programas clasificados como no adecuados para ellos. En respuesta al problema, países como los Estados Unidos y Canadá han intentado frenar la exposición de niños y jóvenes a los contenidos violentos mediante artefactos electrónicos que permitan a los padres bloquear la señal de acuerdo con su criterio, así como con la clasificación que asignan las cadenas televisivas a sus programas. Por desgracia, estos sistemas no son muy funcionales en países como México.

Al margen de posturas que se inclinan por la censura y el control, y los riesgos que implican para la libertad de expresión, hay otras dos líneas de pensamiento. Por un lado, la posición individualista plantea que la mejor manera para que se vuelvan responsables los medios y quienes los manejan consiste en atender a pautas de comportamiento personales, y

que deben ser los públicos de cada medio quienes reconozcan o descalifiquen la conducta de éstos. Por otro, la tendencia de quienes proponen que los medios cuenten con catálogos de principios profesionales que orienten sus criterios y decisiones en las diversas etapas del proceso comunicativo, desde la selección y contenido de los programas hasta la manera en que se debe presentar cada tema, información o noticia.

Pérez (1996) aborda la cuestión de la ética en relación con la televisión a partir de un diagnóstico de los principales problemas:

- El alto poder de concentración de la propiedad y manejo de la televisión, que propicia su actuación como reproductora y fortalecedora del sistema de poder.
- El fomento del consumismo, que parte de concebir al público exclusivamente como consumidor potencial.
- La adaptación conformista al sistema u orden establecido que promueve la programación.
- Una concepción facilista, acorde con la ideología del éxito inmediato, del dinero sin trabajo, del hedonismo en su sentido deshumanizante, del culto al éxito.
- La entronización de la violencia, manifestada en varias formas de presentación y representación de hechos de agresión provenientes de la injus-

ticia institucionalizada que los medios suelen promover a través del sensacionalismo. Uno de los fenómenos típicos de estos mensajes es la magnificación de lo violento, tanto en programas de ficción como en noticiarios e incluso programas deportivos, en que los personajes más violentos son estrellas, sean “buenos” o “malos”.

Esta problemática revive la cuestión de la responsabilidad social de los medios, cuyos principios esenciales enumera McQuail (1985) de la siguiente manera:

- Los medios de comunicación deben aceptar y cumplir determinadas obligaciones con la sociedad.
- Estas obligaciones se deben cumplir, sobre todo, estableciendo niveles elevados y profesionales de formación, veracidad, exactitud, objetividad y equilibrio.
- Al aceptar y aplicar estas obligaciones, los medios de comunicación deben autorregularse en el marco legal y de las instituciones establecidas.
- Los medios de comunicación deben evitar todo aquello que induzca al delito, a la violencia y al desorden civil; o bien, que resulte ofensivo para minorías étnicas o religiosas.
- Los medios de comunicación, en conjunto, deben ser pluralistas y reflejar la diversidad de la

sociedad, concediendo acceso a los distintos puntos de vista y el derecho de réplica.

-La sociedad y el público tienen derecho a esperar buenos niveles técnicos.

Al respecto, una televisión socialmente responsable sería, según Pérez (1996, pp. 98-99),

aquella que no sólo informe veraz e imparcialmente, sino que invite a la reflexión y a la posición crítica cuando difunde información noticiosa; la que contribuya a la formación del televidente acerca de temas cuyo conocimiento es útil para vivir y convivir mejor, la que recree con un nivel de tratamiento los temas que estén a la altura de la dignidad de las personas y respete los valores de la comunidad, y la que promueva la participación activa de los usuarios en sus políticas de programación.

En la actualidad parece haber una tendencia internacional hacia el establecimiento de códigos éticos para los medios. Ejemplo de ello es el Código Ético Catalán, formulado por un grupo de periodistas en 1992, que incluye criterios como los siguientes (citados en Trejo-Delarbre, 1997):

-Tratar con especial cuidado toda la información que afecta a menores, evitando difundir su identificación cuando aparezcan como víctimas, testigos o inculpados en causas criminales, sobre

todo en asuntos de especial incidencia social, como es el caso de delitos sexuales.

- Actuar con especial responsabilidad y rigor en el caso de informaciones u opiniones con contenidos que puedan suscitar discriminación por razones de sexo, raza, credo o extracción social y cultural, así como incitar al uso de la violencia, evitando expresiones o testimonios vejatorios o lesivos para la condición personal de los individuos y su integridad física y moral.

Trejo-Delarbre (1997) menciona la existencia de mecanismos similares en otros países, como el Código de Prensa y Directrices para Secciones Redaccionales, elaborado por el Consejo de Prensa de Alemania, institución de autocontrol formada por los medios, y la Carta de Deberes de los Periodistas, publicada por el Consejo Nacional de la Prensa de Italia, en 1993. Aunque este tipo de documentos corresponden al periodismo y se orientan al manejo ético de la información noticiosa, el ejemplo es aplicable al manejo de la ética en los medios en general.

Clemente y Vidal (1996) describen el Código Ético firmado en España por el Ministerio de Educación y las cadenas de televisión en 1993, que constituye un código deontológico para autorregular la programación con vistas a asegurar la debida protección de la infancia y la juventud. Este Código se relaciona con el compromiso de evitar la difusión

de mensajes que incluyan violencia gratuita, discriminación, consumo de productos perniciosos a la salud, contenidos sexuales explícitos que carezcan de valor informativo o educativo, y un lenguaje innecesariamente indecente o incorrecto. Este Código, que no establecía sanciones y era una declaración de intenciones, no produjo ningún cambio sustancial en la programación.

En un nivel más amplio existe también una Directiva de la Unión Europea, para la radiodifusión televisiva, que rige a los países miembros de la Unión Europea. En los Estados Unidos se elaboró un Acta para la Protección de la Infancia de la Programación Violenta, como proyecto que estudia el gobierno. En Canadá, la Canadian Broadcasting Corporation ha adoptado un código deontológico que trata de normas y principios, métodos y derechos del público, en tanto que las cadenas privadas preparan un código ético voluntario.

En Gran Bretaña, el Broadcasting Standard Council es el organismo gubernamental que supervisa los contenidos violentos y sexuales de la programación. Su papel es fundamentalmente de asesoría y tiene un código que se revisa y actualiza cada dos años. En Italia, la "Carte de Treviso" regula los contenidos televisivos; fue suscrita por todos los canales de televisión, al margen del gobierno. Hay, asimismo, un "Garante Editorial", encargado del cumplimiento de las leyes y un "Consejo de Usuarios" que vigila el

respeto del código. En Japón, la Asociación Japonesa de Televisiones Privadas estableció un código ético para sus asociados, que pide a las emisoras que extremen su conciencia y moderación. Por desgracia, la experiencia en algunos países ha mostrado que los dictados de este tipo de códigos son con frecuencia pasados por alto en la práctica.

Ante esta situación, empiezan a surgir en ciertos países agrupaciones para defender a los espectadores de la televisión. Como es de esperarse, existe oposición de algunos sectores a tal tipo de grupos y sus propuestas con el argumento de los riesgos de la censura contra la libertad de expresión. El principal alegato es la dificultad para establecer criterios objetivos en términos de lo que es violencia injustificada o excesiva, así como para clasificar el tipo de contenidos que se consideren atentatorios contra la “moral y las buenas costumbres”. Algunos países europeos, como Dinamarca y Portugal, son más permisivos al respecto, y en ellos ninguna ley regula los contenidos. En Irlanda existe un código que sólo atañe a la televisión estatal. En Holanda y Bélgica existe una autolimitación respecto al horario de emisiones con contenidos de violencia o sexo. En términos generales, como se aprecia, la tendencia actual es que las propias empresas televisoras regulen sus programaciones.

VII. TELEVISIÓN Y MIEDO AL CRIMEN

En la sociedad del espectáculo, la idea se vuelve imagen y lo real es imaginario.
MARK TAYLOR y ESA SAARINEN, *Imagologías. Media Philosophy*

Extraña mezcolanza de formas de violencia, persistente bombardeo informativo de víctimas que refuerza en los ciudadanos sentimientos de indefensión y peligro. La representación de la muerte se convierte en un permanente imaginario social en relación inversa a la celeridad con que la sociedad se desembaraza de sus muertos físicos.

JULIA VARELA y FERNANDO ÁLVAREZ-URÍA,
Sujetos frágiles. Ensayos de sociología de la desviación

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, es cada vez más frecuente que el miedo a ser víctima de un delito violento y la inseguridad surjan como temas en las conversaciones cotidianas de muchos habitantes de la ciudad de Méxi-

co.¹ Aunque algunas personas expresan sólo un temor vago, otras —sobre todo mujeres— manifiestan mayores grados de miedo y a raíz de ello suelen restringir mucho más sus vidas y actividades.

La ciudad se percibe ahora como si hubiera sido expropiada de nosotros, sus habitantes. La ciudad ya no nos pertenece y nuestro espacio de seguridad ha quedado restringido a unos cuantos lugares concretos, y muchas veces ni siquiera a éstos. En las pláticas se llega a percibir cierta tristeza porque la calle ya no nos pertenece; la gente se queja de que la ciudad es ahora propiedad de una minoría sin rostro, brutal y creciente, que acecha y puede atacar en cualquier momento.

Las víctimas directas se sienten aún más abandonadas y vulnerables porque confían poco o nada en las instituciones de impartición de justicia. Por esto, es explicable que con frecuencia los ciudadanos demanden mayor seguridad y vigilancia, policías mejor preparados y un sistema de justicia más confiable

¹ En general, por “miedo” se alude a la ansiedad que provoca pensar en sufrir algún delito (miedo al crimen) o en delitos o situaciones violentas específicas (miedo a la victimización). El miedo se distingue conceptualmente de la inseguridad, la cual se puede ubicar como una ansiedad asociada con la posibilidad de que “algo malo” ocurra en ciertos lugares, situaciones y/o momentos del día. El miedo y la inseguridad están íntimamente asociados y pueden distinguirse de los juicios de riesgo de victimización personal, es decir, una persona puede percibirse en un alto riesgo de sufrir un delito y no necesariamente sentir ansiedad por esta situación (Gunter, 1987).

y eficiente. En palabras de Varela y Álvarez-Uría (1989, p. 117): “El miedo parece haberse convertido en el común denominador de la vida social y posiblemente también en un factor fundamental de cohesión social”. En este panorama, de un lado se encuentran los agresores; del otro, la población aterrorizada que exige seguridad y protección.

Aunque esta sensación de inseguridad tan acentuada y de la que tanto se habla se ha considerado como un efecto del incremento de la violencia delictiva, también parecen influir en su presencia otros factores. Entre éstos, se ha mencionado que el contenido violento de los mensajes en los medios masivos de comunicación probablemente esté asociado con el aumento actual en la percepción de inseguridad.

Hoy día, hablar de la relación medios masivos-violencia ha dejado de ser una novedad. La violencia delictiva y otras formas de violencia, como las asociadas con el narcotráfico, han aumentado de manera concreta. Sin embargo, vale la pena delimitar que una cosa son las violencias que se reportan oficialmente y otra muy distinta las que ocurren. En este mismo sentido, es diferente hablar de la violencia que aparece en la televisión y la prensa que de la que se vive en la realidad.

Al respecto se ha comentado insistentemente que la televisión es cada vez más gráfica para representar la violencia que muestra en todo tipo de progra-

mas, sean noticias o ficción, y que esté “exceso” gráfico puede afectar de alguna forma a toda clase de espectadores.

Sin embargo, hablar de la influencia que tiene la televisión sobre las personas se torna complejo debido a los distintos elementos que participan en la interacción entre ella y sus consumidores, y por las dificultades que existen para hablar de causas y efectos.

Aun cuando un área importante de investigación se ha dirigido a estudiar los efectos que ejerce a corto plazo la violencia en la conducta, en particular a través de estudios experimentales como los de Bandura (1978), Berkowitz (1964), y Tannenbaum y Zillmann (1975), no abordaremos este tipo de literatura. Nos concentraremos más bien en estudios dirigidos a comprender si la televisión afecta a niveles emocional y cognitivo. De ser el caso, veremos también la forma en que esto ocurre.

El propósito del presente capítulo es revisar algunos de los efectos —en niños y adultos— que se han asociado con la exposición a la televisión. En ello se pondrá especial énfasis en el miedo y la preocupación por la violencia. El capítulo muestra, asimismo, qué tan consistentes son los resultados en esta línea y algunas de las explicaciones dadas a tales efectos. Por último, se abordan otras posturas que consideren en forma más amplia el papel que pueden jugar los medios masivos en la presencia del miedo y la inseguridad en sociedades contemporáneas.

LOS EFECTOS DE LA TELEVISIÓN

Desde hace ya varias décadas se investigan los efectos que podría tener la violencia televisiva en las personas. En la actualidad, una gran cantidad de estudios concuerdan en que ésta genera efectos negativos, sobre todo en los niños.

Así, estudios empíricos realizados en los Estados Unidos han encontrado que la exposición a la televisión con contenido violento puede aumentar la ansiedad (Bryant, Covert y Brown, 1981), el miedo (Cohen y Adoni, 1980; Coleman, 1993; Hawkins y Pingree, 1981, 1982; Gerbner y Gross, 1976; Gerbner, 1977) y la preocupación excesiva por situaciones como desastres (Gunter y Wober, 1983), la seguridad personal (Ogles y Hoffner, 1987) y problemas relativos a la vida cotidiana (Johnston y Davey, 1997).

Se ha encontrado también que esta exposición puede asociarse con creer que el mundo es peligroso, con desconfiar de la gente y con tener “respuestas televisivas”, es decir, hacer evaluaciones sobre diferentes objetos basadas más en la televisión que en el mundo real; por ejemplo, en términos de cuántos policías existen en una localidad, cuántos delitos ocurren en una población, o cuántas prostitutas o consumidores de drogas existen en una ciudad (Gerbner y Gross, 1976; Gerbner y cols., 1979; Haney y Manzolati, 1980; Shrum y O’Guinn, 1993).

Sin embargo, otros estudios no han confirmado

estos resultados (Adoni, Cohen y Mani, 1984; Shrum, Wyer y O'Guinn, 1994, citados por Shrum, 1995). En vista de estas inconsistencias, Shrum (1995) cree que en general las personas no consideran que la televisión sea un reflejo de la realidad.

Asimismo, hay estudios que han concluido que otras variables —como la información previa, el lugar de residencia y el nivel socioeconómico— pueden ejercer un efecto mayor o interactivo con la exposición a la televisión violenta para mantener o acentuar el miedo o la ansiedad (Doob y MacDonald, 1979; Dorr y Kovaric, 1981).

De hecho, incluso se han llegado a reportar resultados contradictorios. Algunos estudios muestran que a quienes más les gusta ver violencia en televisión son niños o adultos que pueden tener determinadas características de personalidad y aun tendencias agresivas (Atkin, Greenberg, Korzenny y McDermott, 1979; Bushman, 1995; Gunter y Furnham, 1983; Langham y Stewart, 1981). De este modo, lo que se plantea es que más bien se debería hablar de una correlación (Eron, 1963), de efectos bidireccionales (Fenigstein, 1979) o de una relación causal revertida (Zillmann, 1980) entre la televisión y los espectadores.

Más que conducir a que se nieguen los efectos que puede tener la televisión en los espectadores, tales resultados contradictorios reflejan la dificultad de hablar en forma simplista de relaciones cau-

sa-efecto y llevan a considerar la interacción entre estos elementos y otros muchos factores culturales, sociales, económicos, políticos y psicológicos. A continuación revisaremos algunas propuestas que sirven para explicar esta relación.

ALGUNAS EXPLICACIONES A ESTOS EFECTOS

Existen menos propuestas teóricas que estudios empíricos en el tema, por lo que revisaremos a continuación dos grandes apartados que dan una visión muy general de los enfoques más utilizados para explicar los efectos de la violencia televisiva.

Teoría del cultivo

A partir de la década de 1970, George Gerbner (1972; Gerbner y Gross, 1976) empezó a trabajar con un equipo de investigación en un proyecto denominado "Indicadores Culturales", en el área de televisión y violencia. Éste se emprendió a fin de desarrollar un modelo que describiera el impacto de la televisión en la sociedad. En 1995, el proyecto contaba con una base de datos de alrededor de 3 000 programas y 35 000 personajes televisivos (Signorielli, Gerbner y Morgan, 1995).

La propuesta de este equipo se dirigió a analizar

el contenido de la televisión, lo que denominaron “mensajes simbólicos”, y los efectos que pueden generar tales mensajes en la audiencia.

Gerbner sugiere que la principal influencia de la televisión radica en su capacidad para comunicar ideas acerca de la conducta, las normas y las estructuras sociales. Por ejemplo, la gran cantidad de violencia que aparece en televisión puede transmitir a las personas el mensaje “el mundo es un lugar violento” y fomentar así el miedo al crimen. El autor llama “inculturación” al proceso por el que la televisión puede moldear las actitudes y creencias públicas.

Por lo anterior, Gerbner considera a la televisión como un instrumento de dominación sobre el “ambiente simbólico”. La violencia televisiva se conceptualiza como demostración de poder, pues en ella se presentan patrones estereotipados de quién gana y quién pierde en los conflictos. El efecto acumulativo de tales patrones no sólo lleva a los espectadores a identificar la estructura de poder de los dramas televisivos, sino también a transferirla al mundo real. La televisión en este sentido, provee un entorno simbólico que puede moldear y organizar la experiencia social a través del sistema de creencias y valores que transmite (Gunter, 1987).

Sin embargo, la televisión no está separada del mundo “real” pues “cultiva” actitudes y valores ya presentes en una cultura, y por ello sirve más para

mantener, estabilizar y reforzar las creencias o conductas convencionales que para alterar, amenazar o debilitarlas.

Se han conceptualizado básicamente dos tipos de juicios en la investigación del cultivo: los de primer orden, que indican la percepción de la persona acerca de la prevalencia de objetos, personas o conductas —como el número de policías que existe, el porcentaje de la población que ha sufrido un delito o la estimación del riesgo personal—; y los de segundo orden, que indican las actitudes y creencias de la persona hacia el mundo, otras personas, los delinquentes, el sistema legal, etcétera (Shrum, 1995).

La teoría del cultivo, por tanto, conceptualiza a la televisión como agente socializador e investiga si los espectadores creen la versión que da de la realidad, sobre todo los que se exponen con frecuencia, quienes dependen casi exclusivamente de la televisión para obtener información y quienes la ven sin compañía de otras personas.

Desde esta perspectiva se plantea que para tales espectadores, “el mundo cruel y peligroso de la televisión tiende a cultivar una sensación de peligro, desconfianza y dependencia relativos, y de alienación y pesadumbre, a pesar de su naturaleza supuestamente ‘entretenida’” (Gerbner y Signorielli, 1988).

Hasta la fecha, la investigación en torno al cultivo se ha preocupado por dos grandes temas. El primero se relaciona con establecer la generalización de

los efectos de cultivo a través de dominios de contenido (como delito, violencia, prevalencia de ocupaciones, etc.). Por su parte, el segundo de ellos se dedica a comprender el papel moderador o mediatizador de otras variables (demográficas, de personalidad, de experiencia directa y otras) en los efectos de cultivo (Shrum, 1995). Sin embargo, ni Gerbner ni sus colaboradores han dado explicación a los procesos por los que ocurre el efecto de cultivación, aunque algunos seguidores mencionan en forma muy general al “aprendizaje” (Potter, 1991).

La forma en que por lo regular se llevan a cabo este tipo de investigaciones consiste en correlacionar los datos de análisis de contenido con los datos de encuestas levantadas en auditorios a fin de asociar las imágenes de la televisión con las actitudes. En general, los análisis de contenido han mostrado que el mundo de la televisión es más violento que el cotidiano, que está dominado por hombres y que en él están sobrerrepresentadas las profesiones y las personas que participan en el cumplimiento de la ley.

Las respuestas se asocian también con la cantidad de televisión que se ve, con hábitos relacionados con los medios y con datos demográficos como el sexo, la edad, el ingreso y la educación. La hipótesis predice o espera que los espectadores frecuentes den más respuestas “televisivas” que los ocasionales. La diferencia en el patrón de respuestas de ambos tipos de espectadores, aun cuando se controlen otras va-

riables, se considera como “diferencial de cultivo”, el cual refleja el grado en que una actitud parece estar moldeada por ver televisión.

Gerbner considera que cuando las experiencias cotidianas coinciden con las de la televisión se presenta una “resonancia”, o efectos de “doble dosis”, que puede ampliar el efecto de cultivo. Es muy común que lo anterior se presente, por ejemplo, en mujeres por el alto grado de miedo que sienten de convertirse en víctimas, o cuando el vecindario en que habita un espectador es similar al que aparece en la televisión.

En resumen, los teóricos del cultivo argumentan que la televisión tiene a largo plazo efectos que pueden ser pequeños, graduales e indirectos, pero acumulativos y significativos. Estos efectos se reflejan más en las actitudes que en las conductas de los espectadores. Gerbner y Signorielli (1988, p. 27) comentan, con base en lo investigado durante las décadas de 1970 y 1980, que los resultados

sugieren que el escenario de violencia-terror puede tener varias consecuencias, que incluyen el cultivo de tendencias agresivas, la adaptación a la violencia, la despersonalización y el aislamiento de los ofensores, la ocurrencia esporádica de actos violentos y la percepción de diferentes niveles de vulnerabilidad y dependencia en grupos diversos que viven con las imágenes de un mundo malo y peligroso.

Críticas a la teoría del cultivo

Aun cuando Gerbner y sus seguidores han mostrado que el mundo de la televisión contiene mucha más violencia que el real, no han encontrado relaciones muy estrechas entre la exposición frecuente a ella y el miedo en los espectadores, por lo que parecería que los efectos de la televisión son más complicados que lo planteado en un principio.

Cuestionando los resultados obtenidos por Gerbner y su grupo, Doob y MacDonald (1979) realizaron una investigación en Toronto, para probar la hipótesis de que el nivel de inseguridad real del entorno en que habitan los sujetos es un factor importante en la posible correlación entre la exposición a la televisión y el miedo a la victimización. Ellos concluyeron que el volumen de programación consumida no parece relacionarse con el temor de ser víctima de un crimen, cuando se consideran otras variables importantes, como la magnitud de la criminalidad en el vecindario de origen.

Tyler (1980) y Tyler y Cook (1984) a partir de investigaciones correlacionales entre consumo televisivo y percepción de la criminalidad, reportan haber observado que mientras la percepción general del grado de criminalidad en una sociedad puede ser relacionada a modelos de uso de los medios, las evaluaciones subjetivas del riesgo personal (referidas al propio entorno social, al propio ambiente

más cercano) aparecen menos vinculadas al consumo medial y determinadas primordialmente por la experiencia personal directa del problema.

En general, las investigaciones sugieren que los programas de ficción y de entretenimiento cultivan un sentido del peligro y vulnerabilidad que invita no sólo a la agresión sino también a la represión y la explotación. Todo esto acarrearía como consecuencia que la gente temerosa sea más dependiente, más fácilmente manipulable y más fácilmente orientable hacia posturas rígidas en el campo religioso y político (Signorielli, 1990).

Los efectos de cultivo no necesariamente se han replicado en otros países, lo que hace pensar que algunos efectos son más característicos de los Estados Unidos que de otros lugares (Gunter, 1987). Asimismo, hay estudios que ponen en duda dicho efecto de cultivo cuando se han controlado variables como la edad, la escolaridad y el ingreso (Doob y MacDonald, 1979; Gomme, 1986; Wober y Gunter, 1982). Por lo anterior, aunque esta teoría se considera muy importante por el énfasis que pone en la mediación y en la función simbólica de la televisión en su contexto cultural, se ha estimado que sobresimplifica lo que ocurre en realidad, ya que las actitudes resultan influidas no sólo por la televisión, sino por otros medios, la experiencia directa, la victimización de otras personas, etcétera.

Por ejemplo, Gunter (1987), en una revisión de

estudios de Gran Bretaña, encuentra que en ese país las personas que creían que el mundo era justo tendrían más bien a ver cierto tipo de programas —sobre todo de acción y aventura, y series estadounidenses—, de modo que no se había observado en ellas un efecto de cultivo.

Además, aunque suela haber una correlación entre ver televisión y las creencias de los espectadores, ello no es prueba de una causalidad (Gunter, 1987). De hecho, aún existen dudas respecto de la dirección que sigue la relación entre estos factores. Como mencionamos, algunos plantean que podría haber una relación recíproca, es decir, ver televisión puede causar que se tenga una realidad social construida en forma particular, pero esta misma construcción de la realidad social puede llevar también a ver la televisión. Otros, como Heath y Gilbert (1996) apoyan el planteamiento de Zillmann (1980) de la existencia de una relación causal revertida en la que, más que ver mucha televisión lleve a las personas a sentir más miedo, puede ser que las personas más temerosas salgan menos y vean más televisión.

VIOLENCIA TELEVISIVA, EMOCIONES Y PROCESAMIENTO DE INFORMACIÓN

Para comprender los procesos que pueden subyacer a la relación televisión-auditorio, se han realiza-

do propuestas que enfatizan el papel de los componentes emocionales y cognitivos.

Hace unos quince años, los estudios de Gunter y Wober (1983) y Johnson y Tversky (1983) mostraron que cierto tipo de materiales inducían un ánimo negativo, lo que a su vez parecía incrementar la probabilidad de evaluar en forma elevada el riesgo de que ocurriera un desastre.

Al respecto, se ha propuesto que el contenido emocional de los programas y las películas que se transmiten por televisión puede provocar cambios sustanciales en los planos subjetivo, expresivo y fisiológico del ánimo de las personas (Johnston y Davey, 1997). Según el contenido específico, la programación puede producir emociones diferenciales en forma predecible, entre las que se encuentran emociones negativas como la ansiedad y la depresión. Tales estados pueden facilitar, asimismo, la ocurrencia de otros procesos psicológicamente indeseables, que tienen un efecto negativo en la salud psicológica general. Entre ellos destacan los procesamientos de información sesgados por materiales amenazantes o negativos.

Los estados ansiosos predisponen a los individuos a atender selectivamente a los materiales amenazantes, sobre todo a los que se ajusten a temas que preocupan a cada persona en particular. Por otro lado, estados negativos como la depresión pueden facilitar que se traigan a la memoria recuerdos —ne-

gativos o amenazantes— congruentes con tales estados de ánimo.

Estos sesgos en el procesamiento de información congruentes con el ánimo constituyen un factor causal en la preocupación crónica o patológica. Por tanto, si en vez de mostrar materiales positivos los noticieros se concentran, por ejemplo, en noticias negativas —gran parte con la intención de competir con otros programas que destacan situaciones como el crimen, la guerra y el hambre— pueden generar preocupaciones catastróficas en las personas.

Ahora bien, los resultados derivados de las hipótesis de la desensibilización y de la catarsis, apuntan a explicaciones diferentes.

La desensibilización hace referencia a que la exposición repetida a cierto tipo de materiales violentos en vez de asociarse a un incremento de respuestas emocionales negativas en las personas, se asocia con un “adormecimiento” de éstas (Lazarus, 1962). Sin embargo, este efecto tiene una duración relativamente breve y no necesariamente se mantiene al observar otros materiales violentos.

Por ejemplo, Mullin y Linz (1995) realizaron un experimento para examinar si la exposición continua a películas sexualmente violentas desensibilizaba a los sujetos en relación con víctimas de abuso doméstico. Los resultados indicaron que la respuesta emocional, la excitación fisiológica autorreportada y los puntajes del grado en que las películas se

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

consideraban sexualmente violentas disminuyeron de acuerdo con la exposición repetida a ellas. Tres días después de la exposición repetida, los participantes experimentales expresaron una simpatía considerablemente menor por las víctimas de violencia doméstica y calificaron sus lesiones como menos graves que el grupo usado como control. Cinco días después de la última exposición, el nivel de sensibilidad que expresaban por las víctimas regresó a los niveles originales establecidos por el grupo de comparación.

En cuanto al efecto “catártico” de la televisión, se ha sugerido que ver violencia en televisión disminuye de hecho la cantidad de agresión de los televidentes. Al ver este tipo de programas, éstos liberan sus pensamientos y sentimientos agresivos, lo que provoca menos agresividad que si no los hubieran visto (Feshbach y Singer, 1971).

Por otro lado, Shrum (1995) ha planteado una propuesta interesante desde la perspectiva del procesamiento de información, con el fin de explicar los efectos de cultivo relacionados con los juicios de primer orden. Ésta considera que cuando en una encuesta se le pide a una persona que estime la proporción de abogados que son honestos o cuánta delincuencia existe en una zona, la presión de tiempo y el poco compromiso con la tarea la pueden llevar a realizar estimaciones simplificadas.

Estas estimaciones se basan en la información

que está disponible en la memoria, y a su vez, dicha disponibilidad se asocia con factores tales como la frecuencia en que ciertos constructos son “activados”, características particulares de los mismos, y su relación con otros constructos. En este sentido, los estudios sobre juicios relacionados con la ley y la delincuencia presentan constructos acerca de los cuales las personas que ven mucha televisión tendrán más información disponible para responder rápidamente, en comparación con las que la ven poco, por lo que es factible que “inflen” sus estimaciones.

LA VIOLENCIA TELEVISIVA Y EL MIEDO EN LOS NIÑOS

El efecto del contenido violento de la televisión en los menores es motivo de polémica sobre el tema. Entre los aspectos más discutidos destacan los supuestos de que, por ver violencia en televisión, los niños se pueden volver menos sensibles al dolor y al sufrimiento de otros (Drabman y Thomas, 1976), se pueden volver más temerosos del mundo que los rodea (Levine, 1996), pueden tener fantasías o sueños agresivos o aterrizantes (Viemero y Paajanen, 1992) y pueden tener más probabilidad de actuar en formas agresivas y dañinas hacia los demás (Bandura, 1968).

En una revisión de estudios al respecto y con base

en sus propias investigaciones originales, Cantor (1996, p. 91) reporta que una proporción considerable de niños y adolescentes han experimentado miedo después de exponerse a productos de los medios masivos.

En resumen, la literatura de la investigación indica que las respuestas transitorias de miedo a los estímulos de los medios masivos son bastante típicas, que las perturbaciones duraderas e intensas se presentan en una proporción sustancial de niños y adolescentes, y que hay reacciones intensas y debilitantes que afectan a una minoría de individuos particularmente susceptibles de todas las edades.

Cabe señalar que se han encontrado particularidades según el tipo de programa y de contenido que se investiguen —caricaturas, películas, noticieros, series, etc.—, dada la interacción con variables como la edad y el sexo. Sin embargo, no es posible separar y profundizar aquí en cada tipo de producto, por lo que sólo presentaremos algunos estudios sin entrar en mayores detalles.

Una investigación interesante en torno a la relación miedo-televisión se realizó para conocer las reacciones emocionales de niños estadounidenses ante la guerra del Golfo Pérsico (Cantor, Mares y Oliver, 1993). Los autores encontraron que 25% de una muestra aleatoria de padres mencionó espontáneamente que dicha guerra era el hecho televisivo que

más había asustado en aquel momento a sus hijos. Al preguntarles en forma específica por la cobertura que dio la televisión a la guerra, otro 20% de la muestra respondió que ésta había asustado a sus hijos, con lo que se obtiene un total de 45% de niños que la investigación reportó como perturbados por el suceso.

Según resultados de la misma investigación, los niños más pequeños parecieron atemorizarse más por imágenes en que aparecían armas o personas muriendo, en tanto que los de más edad sintieron miedo por aspectos más abstractos como la amenaza de una guerra nuclear. Cantor explica las diferencias encontradas según la edad de los niños con base en las teorías del desarrollo, en especial la del desarrollo cognitivo de Jean Piaget de 1976 (Cantor y Nathanson, 1996).

Dado que existen diferencias en el desarrollo en cuanto a cómo perciben, interpretan y aprehenden los estímulos los niños, tales diferencias tendrían implicaciones en las respuestas emocionales ante lo que ven y escuchan. De este modo, niños con diferentes niveles de desarrollo cognitivo presentarían distintas respuestas emocionales ante el mismo contenido de los medios.

Los autores distinguen básicamente entre la etapa preoperacional —de tres a seis años, aproximadamente— y la etapa de operaciones concretas —de nueve a once años—. La principal diferencia radica-

ría en que los niños más pequeños aún no manejan adecuadamente la distinción entre fantasía y realidad. En general, los menores preoperacionales presentan reacciones de miedo a fuentes no reales o fantásticas, como monstruos, brujas y dragones, en tanto que los de más edad sienten miedos más plausibles, como a los daños personales o a la pérdida de seres queridos.

Así, es probable que hechos realistas factibles de provocar miedo, como los que se presentan en las noticias, resulten especialmente perturbadores para niños en la etapa de operaciones concretas.

Las mismas autoras (Cantor y Nathanson, 1996) encontraron en un estudio al respecto que alrededor de 37% de los niños expresaron reacciones de miedo ante algún contenido de los noticieros. Las categorías que generaron miedo con más frecuencia fueron la violencia entre extraños, las historias sobre guerra y hambruna en lugares fuera del propio país y la cobertura de desastres naturales. Lo anterior dependió en mucho de las historias en boga en el momento. Como se esperaba, se observaron las tendencias a presentar reacciones de miedo a las noticias en niños de mayor edad y a asustarse ante contenidos fantásticos en los menores. Aunque estos resultados apoyan su hipótesis, las autoras no dejan de resaltar que la diferencia podría deberse también al hecho de que los niños mayores simplemente ven más noticias que los pequeños.

Un resultado interesante en este estudio es que los niños más pequeños mostraron más miedo ante los desastres naturales y menos ante las historias de violencia entre extraños, lo que podría deberse a la fuerza visual con que suelen representarse los primeros. En este sentido, los niños de menor edad tienden a asustarse más por las imágenes y no aprecian tanto —como los mayores— los peligros que implican amenazas no observables o llamativas por su apariencia física.

Por otro lado, no se encontraron diferencias entre sexos ni los resultados fueron afectados por la cantidad de televisión que veían los niños. Es probable que la actitud de los padres influya también mucho en las reacciones más específicas de los menores.

Stein, Kraemer y Spiegel (en prensa, citados en Levinson, 1996) proporcionan otro tipo de factores que pueden afectar las respuestas de miedo. Los autores investigaron los efectos de la gran cobertura que dieron los noticiarios televisivos al secuestro de una niña de once años que más adelante fue encontrada asesinada. Se estudiaron alrededor de 110 menores de ocho a once años de edad en tres estados de los Estados Unidos. Los de menor edad y las niñas externaron una perturbación particular ante tales noticias. Los autores atribuyen este tipo de efectos a una dificultad para distanciarse del suceso y a mecanismos de identificación, los cuales llega-

ron a manifestarse en pesadillas y pensamientos intrusivos.

Respecto al impacto de la exposición a los medios en respuestas a largo plazo, Cantor (1996) señala que, si bien éstas se dan por sentadas, no existe investigación sistemática sobre el tema, en parte por cuestiones éticas. Existen reportes anecdóticos de reacciones cuasifóbicas y de disposiciones evitativas a largo plazo precipitadas, por ejemplo, por películas de terror, que en general entrañan una exposición azarosa al material más que búsqueda intencional (Cantor y Oliver, 1996).

De todo lo anterior se desprende la pregunta acerca de por qué los niños siguen viendo esta clase de programas, aun cuando pueden experimentar sensaciones displacenteras derivadas de ellos. Al respecto, Cantor (1996) menciona las siguientes explicaciones posibles: no pueden evitar verlos pues sus padres los ven y hasta pueden insistir en que lo hagan; verlos les permite tener temas comunes para hablar con los amigos o en la escuela, y que este tipo de exposición produce recompensas intrínsecas.

Esta última explicación ha despertado gran interés entre los investigadores del área, porque se ha llegado a encontrar efectivamente que muchos niños disfrutaban las representaciones en los medios que les generan miedo, a pesar de la reacción emocional negativa que puede ocurrir. En esta línea, Zillmann (1982) ha argumentado que la anticipa-

ción de resultados amenazadores negativos produce una excitación fisiológica y que, por un proceso de transferencia de excitación, ésta intensifica la manera en que se disfrutaban los “finales felices” que suelen tener estos programas.

DIFICULTADES EN LA INVESTIGACIÓN SOBRE TELEVISIÓN Y MIEDO AL CRIMEN

Como señalan Heath y Gilbert (1996), la relación entre ver televisión y miedo al crimen es compleja y puede estar influida por el tipo de programa (noticias *vs.* ficción), la credulidad del espectador, el grado en que la justicia se representa al final del programa y el nivel de aprehensión que se tiene sobre el crimen antes de la exposición.

En virtud de ello, la relación entre el uso de medios y el miedo al crimen necesita considerar las características del mensaje, de la audiencia y de la medida dependiente en cuestión. En cuanto al mensaje, algunos elementos importantes son la frecuencia con que el delito violento se presenta en forma sensacionalista o con un carácter azaroso, la proporción que dedica el programa en cuestión a este tipo de sucesos, el contenido concreto del mensaje y si se restablecen o no la justicia y el orden.

Respecto de la audiencia, se propone tomar en cuenta qué tanto cree en la “realidad” de lo que

observa —por ejemplo, si se trata de una serie policiaca— y la aprehensión previa sobre la victimización delictiva. Nosotros agregaríamos también al género y la edad como factores necesarios de considerar, así como otras variables sociodemográficas, geográficas y culturales. Por último, en la medición es necesario valorar si se quiere abordar la percepción de inseguridad, el miedo al crimen, el miedo a la victimización, el riesgo percibido de victimización, si se alude a un nivel local o más amplio, a ciertos lugares, a ciertas horas del día, etcétera.

Además de todo lo anterior, es importante no olvidar que, en la interacción entre los medios masivos de comunicación y las personas, los medios adjudican un significado al comportamiento socialmente desviado y criminal, lo que influye en la conformación de estereotipos sociales. Éstos, a su vez, se utilizan como elementos de interpretación en la interacción humana (Schneider, 1989).

Al respecto, Fuenzalida (s. f.) menciona que existe una concepción reduccionista de la influencia de la televisión en la cultura, la cual tiene una concepción racionalista del televidente receptor. Por un lado, los productores de televisión no fabricaron *in vitro* los actuales géneros televisivos, sino que los tomaron de la historia cultural y de gustos populares extratelevisivos. Así, por ejemplo, han llevado a la televisión el circo, el teatro de revista, los espectáculos de variedades, etc. Por otro, es necesario con-

siderar la influencia que ejerce el contexto histórico cultural en la elaboración que hace el televidente de los diversos programas de televisión. De este modo, lo que se semantiza como violencia televisiva no es unívoco: el significado no está dado sólo por el referente o por la intencionalidad del receptor, sino también por el contexto del televidente.

LA FASCINACIÓN POR LA VIOLENCIA
PRESENTADA EN TELEVISIÓN

Algunos otros autores (Varela y Álvarez-Uría, 1989; Imbert, 1992) plantean la importancia de la relación de los medios masivos con el miedo y la inseguridad, pero desde otra perspectiva, no necesariamente dirigida a abordar el problema como causa-efecto o mera correlación. Sus enfoques derivan más de tradiciones sociológicas o antropológicas críticas.

Para Imbert (1992, pp. 14-15) existe efectivamente una violencia “representada”, que consiste en

la violencia tal y como la representan los medios de comunicación en sus discursos tanto referenciales (la información) como creativos (las obras de ficción: cine, televisión e incluso publicidad, entre otros). Es un hecho discursivo y, como tal, tiene sus propias leyes, crea su propia realidad (“escenifica” siempre, en mayor o menor grado, la realidad objetiva, el “referente”

social). La representación de la violencia provoca respuestas, forma parte de un juego de interacción social y puede, incluso, en casos límite, inducir a su vez a la violencia [...] Violencia real y violencia representada no siempre coinciden. Pueden variar de acuerdo con el tratamiento formal que dan los medios de comunicación de la realidad (su grado de sensacionalismo), lo que plantea el problema de los efectos (directos y subliminales) de los *mass media* y la parte del imaginario colectivo que interviene en ello.

En nuestras sociedades modernas, la violencia representada produce a la vez rechazo y fascinación. Ante lo anterior, Imbert se pregunta cuál sería la función de esta clase de violencia, y propone que, dado que no se pueden desvincular los hechos económicos, políticos, sociales y culturales, es posible que a una violencia real (política, económica, social, etc.) corresponda una violencia “representada” en los medios, la que a su vez puede estimular otra clase de violencia. De ser así, la violencia constituiría un hecho hipersocial en vías de ritualización a raíz de su permanente escenificación en los medios de comunicación.

Así, como aparatos de representación, los medios masivos instauran un régimen imaginario que afecta por igual a imágenes positivas y negativas, y producen una iconización del discurso social. La violencia se percibe de tal modo que es difícil desli-

gar la violencia real de la representada, la violencia vivida de la que se vio. En las sociedades modernas, todo lo más importante pasa por las imágenes y la representación. Si algo ocurrió, debe haber sido presentado y visto en la televisión. De aquí la importancia que parece tener lo “real” en términos del uso del video, por ejemplo, para dar testimonio de que efectivamente ocurrió en cierta forma un suceso.

Ante este panorama, ¿cómo se pueden comprender el miedo y la inseguridad? Según Imbert (p. 12), “la llamada inseguridad ciudadana es antes que nada *sentimiento, sensación* de inseguridad, y aunque tenga una base real, el *discurso* sobre la inseguridad está influido por el imaginario de la inseguridad”.

En este contexto, la delincuencia común se ha convertido en parte esencial de dicho imaginario, lo cual no resulta sorprendente por lo inmediatas y personales que son este tipo de agresiones. De este modo, los delincuentes violentos se han convertido en nuestra época en monstruos que se deben eliminar. En torno a ellos se ha construido un discurso criminalizador y se habla del problema de la violencia como un problema delictivo, por lo que su solución radicaría, según esto, en más seguridad y más prisiones.

Varela y Álvarez-Uría proponen que la sensación de inseguridad no se produce sólo porque haya efectivamente más violencia real (lo que ha pasado en

efecto en el caso de México) o por el solo efecto de los medios: “la fascinación de los medios por la violencia parece ser más un efecto —una caja de resonancia— que una causa de la sensación de miedo” (1989, pp. 139-140). Su propuesta se basa en lo que denominan “teorías de la derivación”: “todas aquellas explicaciones que consideran que la percepción social de la inseguridad procede no tanto del campo de la desviación cuanto de otros centros de interés desplazados al ámbito de la delincuencia” (p. 140).

Desde esta perspectiva se plantea que la cuestión de la inseguridad pública y la delincuencia podría ser una estrategia política para canalizar hacia este terreno las preocupaciones de los ciudadanos, y dejar así, en segundo plano, otras más importantes como el desempleo, la crisis económica y la corrupción. Recurrir a esta estrategia suele tener éxito porque refuerza las tendencias hacia la conformidad, de modo que se generen o mantengan actitudes conservadoras en un periodo de crisis social y política.

Imbert (p. 31) plantea también una duda sobre el papel de la inseguridad pública en nuestro tiempo:

¿No podría ser la delincuencia callejera —como puede ser en el ámbito político el terrorismo— el chivo expiatorio de nuestro tiempo? Hoy día, el rito se ha incorporado a la información y abarca a la violencia [...] Vivimos ante un desfile de imágenes de violencia

[...] una violencia serializada, desimbolizada. Al trivializarse, la violencia se desacraliza [...] Hoy no queda más que lo sagrado impuro: una violencia exclusivamente negativa, destructiva.

COMENTARIOS FINALES

Lo revisado parece dar cuenta que la televisión, de una u otra forma, tiene una relación compleja con el auditorio. Sin embargo, una gran mayoría de los investigadores en el área concuerdan que la violencia frecuente y gráfica en la televisión no puede dejar de tener repercusiones, entre éstas, el miedo.

En los adultos, se ha encontrado que el temor asociado con el delito, así como con otras amenazas globales —desastres naturales, guerras nucleares, etcétera— y personales, tiene relación con ver televisión. Sin embargo, en vista de la interacción con otros factores, es difícil establecer una relación causal lineal.

En los menores, los hallazgos en cuanto a la exposición a contenidos violentos y la presencia de miedo a corto plazo parecen ser más consistentes, aunque se desconozca la duración de este efecto. El temor asociado con ver diferentes tipos de programas y contenidos violentos, parece incrementarse o disminuirse dependiendo de factores tales como el desarrollo evolutivo, en particular la distinción en-

tre realidad y fantasía. Al respecto, cabe preguntarse qué sucederá —no solamente en los niños— como consecuencia de que en la televisión cada vez haya una menor separación entre la violencia “ficticia” y la “real”.

La impresión general que se desprende de la revisión realizada es que aún sabemos muy poco acerca de lo que ocurre en cuanto a las sensaciones de miedo e inseguridad y la violencia representada en la televisión. Esto no implica que se desconozca la importancia de los medios masivos en la sociedad, sino que se eviten realizar lecturas simplistas que dejen de lado los aspectos interpretativos que se ponen en juego tanto en el mensaje transmitido como en lo que observa el espectador.

Los espectadores siempre son parte de contextos sociales e históricos concretos, lo que es necesario considerar para comprender los sentidos que sociedades y grupos concretos le otorgan a dichos mensajes. De aquí que enfatizamos la necesidad de hacer investigación específica en nuestro país, para poder conocer qué está ocurriendo con los espectadores mexicanos.

VIII. EL CASO DE MÉXICO

Aquí en México padecemos en carne propia agresiones, asaltos, secuestros, lesiones y muerte. Si la crisis económica es sin duda una de las causas de esto, ¿no lo serán también en alto grado estos programas con que nos vemos bombardeados y que bien podrían intitularse enseñando a matar?

MIGUEL LEÓN-PORTILLA, *Enseñando a matar*

AUNQUE hasta este punto se ha expuesto una panorámica del fenómeno de la violencia en los medios en el contexto internacional, un propósito fundamental de este trabajo es lograr una aproximación a las circunstancias específicas del país. Existen interesantes publicaciones que reseñan detalladamente la historia de los medios de comunicación en México. Entre ellas se cuentan las de Bohmann, 1989; Crovi, 1990; Esparza, 1984; Mejía-Barquera, 1995; Menéndez, 1969; Orozco-Gómez, 1996a; Ortega, 1988; Prieto, 1990b; Robina, 1995, y Trejo-Delarbre, 1988. A continuación se presenta tan sólo una breve síntesis como antecedente necesario para desarrollar los temas subsecuentes.

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

SURGIMIENTO Y DESARROLLO DE LA TELEVISIÓN

La primera estación experimental de televisión en México empezó a funcionar en 1946. Un año después, la televisión estuvo al alcance del público en locales de cine adaptados como salas de exhibición. Sin embargo, es hasta 1951 que se inicia el desarrollo importante de la televisión comercial al establecerse el canal 4 de Rómulo O'Farril, el canal 2 de Emilio Azcárraga y el canal 5 de Guillermo González Camarena. Estos tres concesionarios formaron en 1955 el consorcio Telesistema Mexicano, A. C. Más adelante, en la década de 1960, se introdujo la televisión en color, y un grupo de capitalistas regiomontanos creó el canal 8, Televisión Independiente de México. De la fusión de éste con Telesistema surgió el actual consorcio Televisa.

En 1968 Francisco Aguirre Jiménez, empresario privado, funda el canal 13, con alcance nacional, el cual tiene una existencia breve y poco trascendente, hasta que es adquirido en 1972 por el gobierno, a través de Somex. Se integra entonces con el canal 7, también de alcance nacional, constituyendo el primer intento de establecer una competencia a Televisa, por parte del sector oficial.

Esta participación del gobierno en la comunicación masiva despierta naturales expectativas de una programación diferente y de mayor calidad, que combine la diversión con la información y la refle-

xión, sin embargo, los hechos inmediatos mostraron que el interés oficial se reducía al uso de la televisión con modelos similares a los privados, introduciendo un predominio de información propagandística gubernamental (Cremoux, 1991).

Con la creación de Imevisión, surge en México la televisión estatal, después de poco más de dos décadas de haberse implantado en México la comercial. Durante estas décadas de ventaja, Televisa consolidó y afinó un estilo propio que conformó al público nacional y determinó la manera de hacer televisión en el país. Para explicar lo anterior se dan razones varias, entre las que están la inexistencia de otras alternativas y la prevalencia de intereses predominantemente comerciales. Todo ello nutrió y adecuó, casi naturalmente, el entramado de valores, prejuicios y estereotipos preexistentes en la sociedad (Gutiérrez, Avilés y Lobato, 1988).

En la historia de la televisión mexicana, los canales del Estado nunca han significado una competencia real para la televisión privada. La televisión estatal ha seguido en términos generales los mismos esquemas de la privada. Por una parte, el interés del Estado por contar con espacios propios en lo que concierne a la comunicación social, surgió tardíamente. Por otra, encontró gran oposición de los concesionarios privados. En conclusión, los medios estatales no han podido consolidarse como una opción real a los privados.

El consorcio estatal Imevisión fue vendido a la iniciativa privada en 1993, con lo que se constituyó Televisión Azteca. En ese mismo año inicia transmisiones el Canal 22, sostenido por el Estado. Ante la inminente desaparición de la televisión estatal, un grupo de intelectuales, investigadores, técnicos, académicos y artistas solicitan al Presidente que el Canal 22 no sea vendido y que se le destine a programación cultural. Desde entonces, el Canal 22 ha representado una interesante opción para aquellos que buscan una programación diferente y de mejor calidad. Por desgracia este canal, llamado por Cremoux (1991) el “Canal Invisible”, se difunde por la banda de UHF (*Ultra High Frequency*), lo que limita su acceso, por lo que es visto sólo por un núcleo muy reducido de público. Por otra parte, en 1995 inició transmisiones el canal 40, de propiedad privada. Este canal transmite la señal de Telemundo de Miami e introduce paulatinamente una modesta producción propia sustentada en mesas redondas y reportajes sobre asuntos de actualidad política y social. Si bien constituye también una opción interesante, comparte las limitaciones del Canal 22 en cuanto a alcance.

Televisa no sólo ha dominado el ramo en México, sino que es también la mayor industria televisiva en español y una de las más grandes e influyentes en el mundo. De acuerdo con datos publicados por Robina (1995), sus ventas ascendieron a más de 700

millones de dólares en la primera mitad de 1992. Su descomunal desarrollo se explica en parte porque el consorcio ha sido apoyado siempre por el gobierno federal y por su clara concepción de la televisión como un negocio que puede producir enormes ganancias. En menos de 40 años, Televisa se convirtió en la empresa más importante en el mundo de habla hispana, no sólo en términos económicos, sino también por su influencia política e ideológica, inicial y fundamentalmente en México, pero también, a partir de su internacionalización, en otros países del continente e inclusive en algunos de Europa y entre la población de habla hispana en los Estados Unidos.

Su presencia internacional se consolida a principios de los años noventa cuando realiza una serie de espectaculares adquisiciones de empresas de comunicación en varios países, hasta convertirse en el más poderoso consorcio multimedia en América Latina y la península Ibérica. Esta posición internacional le ha permitido establecer además alianzas y convenios con varios de los grupos más importantes del mundo, con lo que se ha ubicado entre las empresas líderes en todo el mundo (Mejía-Barquera, 1995).

Por otra parte, las diversas alternativas tecnológicas que se han gestado en los últimos años constituyen un aspecto de sumo interés en torno al desarrollo de la televisión en México. La referencia alude específicamente a la televisión por contrato (sea por cable, antena parabólica o señal restringida), el

videocasete, los videojuegos, la televisión interactiva, el videodisco, la supercarretera de la información (Internet), y las nuevas opciones que aparecen día con día.

La historia de la televisión por cable en México se inicia en 1969, al surgir Cablevisión, perteneciente a Televisa. A finales de 1985 existían en el país 74 ciudades con televisión por cable con más de 300 mil suscriptores, lo que permite afirmar que por lo menos 1 800 000 mexicanos (2.5% de la población) contaban con ese servicio. La televisión por cable creció acelerada y consistentemente en cinco años: de 83 sistemas existentes en 1988 a 118 en 1993, y de 400 mil suscriptores a 1.06 millones en 1993. Con un promedio de cinco personas por hogar, el número de mexicanos con acceso a televisión por cable era en ese año de cinco millones.

El fenómeno de la televisión por cable en México suma a la dependencia tecnológica la importación directa de contenidos de la televisión de los Estados Unidos. Esta importación se da tanto en señales directas como en la permanente compra de series, programas, videos, etc., que se incorporan a la programación local. Desde sus orígenes en México, el cable ha sido una vía clara de transculturación, la cual adquiere fuerza en la medida en que crece su tendido en el interior del país y con el aumento de la oferta de nuevos canales estadounidenses (Crovi, 1990).

En 1989 la creación de Multivisión transformó la monotonía de la televisión pagada, que hasta entonces se había limitado a la televisión por cable y vía satélite. Su aparición inició una competencia en este terreno. A mediados de 1993 Multivisión reportó 250 mil suscriptores en la ciudad de México y un total de 1.1 millones de hogares recibiendo su programación a nivel nacional. Adicionalmente, empezó a desarrollar actividades a nivel internacional.

Según datos reportados por Gómez-Mont (1990), al finalizar la década de los ochenta, México cuenta con el Sistema de Satélites Morelos, un sistema nacional de televisión por cable, más de 4 millones de videocaseteras, 1 500 videoclubes, un mercado negro de video casi tan fuerte como el legal, videojuegos y una desordenada penetración de *hardware* y *software* computacional.

A finales de 1997, se informa de la puesta en marcha, en Miami, Florida, de un centro internacional de televisión por satélite. El proyecto, concebido por el Grupo Televisa en asociación con Sky y News Corporation, busca conquistar el mercado regional de la televisión de paga. "Según estimaciones preliminares, Televisa espera que, gracias al gran impulso que se piensa darle, en cinco años 50% de sus ingresos provengan de la televisión directa. Este centro, con un costo de 140 millones de dólares, fue creado por los llamados "cuatro gigantes" de la televisión internacional: Televisa, News Corporation,

Telecommunication International y Organización Globo. Desde allí se transmitirán más de 250 canales directos a toda América Latina y el Caribe, utilizando para ello instalaciones en Miami, ciudad de México, Río de Janeiro y dos satélites. El director de Televisa afirma que la televisión de paga tendrá un gran éxito en México, y que el factor determinante no es la competencia tecnológica ni el monto de las inversiones, sino la calidad de la programación. Por su parte, el director de News Corporation plantea que la parte esencial de la estrategia es que se quiere revolucionar la forma de enfrentar la televisión, para que ésta deje de ser pasiva y se convierta en activa, y para que cada televidente pueda seleccionar (pagando, por supuesto) todo lo que desea ver en su aparato televisivo. La alianza proporcionará un servicio de televisión digital las 24 horas y transmitirá cientos de canales con imágenes "super nítidas y sonido de calidad similar al de los discos compactos" (*La Jornada*, 9 de diciembre, 1997, p. 23).

Por su parte, el presidente de MVS Televisión declara que su empresa tiene actualmente cerca de 600 mil suscriptores. Dicha empresa, Hughes Electronics, TV Abril de Brasil y Corporación Cisneros de Venezuela conforman el consorcio Galaxy Latin America, el mayor operador del servicio de televisión directa al hogar vía satélite en el continente. DirecTV podrá ofrecer el servicio de televisión directa al hogar con cerca de 500 canales de radio y

televisión. Grupo Sky de Televisa contra DirecTV de Multivisión: ambos afirman ser el número uno en México (*La Jornada*, 30 de octubre, 1997).

TELEVISIÓN Y PODER

La televisión en México, como en cualquier otro país, forma parte de un sistema político, económico y social, y está determinada por él. La historia de los medios electrónicos en México se caracteriza sobre todo por la relación que ha existido entre el sector gubernamental y el poderoso grupo privado que aprovechó las primeras concesiones para crear una importante empresa de comunicación. “Una empresa privada más informada sobre los medios masivos y sus implicaciones que el gobierno, creciendo descomunadamente con el consentimiento e ignorancia de éste” (Gómez-Mont, 1990, p. 23).

Cremoux (1991) considera que

hablar de televisión en México es hablar de un consorcio y, en concreto, de un solo apellido. Los otros medios: prensa, radio, revistas, televisión por cable o por antena parabólica, prensa de provincia, agencias noticiosas o de publicidad, todos en conjunto, no llegan a tener la amplificación, el peso, la densidad y la tolerancia o impunidad que tiene Televisa. En ninguna otra nación del tamaño de México, con las tradiciones republicanas que aún sobreviven y con el esquema cier-

tamente muy *sui generis*, pero de inocultable mezcla de autoritarismo y búsqueda de un marco democrático y plural, ocurre lo mismo. No existe ningún país, y ninguna estructura que permita a una sola empresa adquirir el lugar que ese emporio ha obtenido.

La evidente inconsistencia oficial para establecer un vínculo en el cual el gobierno fuera rector de la actividad, lo llevó a una condición desfavorable frente al monopolio informativo, que ha actuado, éste sí de manera consistente, como el más hegemónico entre los principales aparatos ideológicos de la sociedad.

Gómez-Mont (1990) plantea que el gobierno, más que dirigir y reglamentar la comunicación social del país, ha legitimado los intereses de la iniciativa privada. De acuerdo con la autora, la política del gobierno en materia de nuevas tecnologías de información se explica en términos de su afán modernizador: la táctica parece ser dejarlas entrar y establecer su propio mecanismo de desarrollo al seguir los intereses del mercado nacional e internacional. Ella explica que, como en el caso de la radio y la televisión, las leyes y reglamentos se promulgan una vez que las empresas privadas establecen sus intereses en el mercado. Esta política deriva de cinco razones:

1. La alianza del gobierno con la iniciativa privada.

2. Su ignorancia sobre los alcances de las nuevas tecnologías de información.
3. Su muy relativa capacidad creadora, productora y distribuidora en el campo de los medios.
4. Una legislación que siempre parece estar un paso atrás del avance técnico y social.
5. La falta de continuidad en gran parte de los proyectos de comunicación social emprendidos hasta ahora.

Las contemplaciones del Estado hacia el vertiginoso crecimiento de la poderosa empresa de comunicación y su ausentismo como comunicador tienen explicación en dos hechos. En primer lugar, en el interés de algunos mandatarios por orientar a los medios exclusivamente a cubrir su función económica, es decir, incorporarlos al proceso de acumulación de capital. De ahí el apoyo que se da al modelo comercial con que funcionan radio y televisión durante varios años sin intervención oficial. Segundo, la incomprensión de algunas administraciones del Estado acerca de la relevancia de los medios masivos en el desarrollo de la sociedad (Esparza, 1984).

El apoyo del gobierno se explica básicamente porque éste ha considerado siempre a Televisa como una eficiente y moderna compañía a su servicio para el manejo de la opinión pública. Junto con su notoria calidad tecnológica, su eficiencia y sus alcances, tan poderoso instrumento de cohesión nacional y

divulgación ha servido a intereses minoritarios y está destinado fundamentalmente a propalar contenidos de nivel artístico e ideológico deplorable. Lo que podría ser una invaluable posibilidad para diversificar nuestra visión del mundo, acercándonos electrónicamente a otros países y culturas, ha sido en cambio instrumento para incrementar la dependencia respecto de los Estados Unidos. El “quinto poder” lo llamó el periodista Manuel Buendía, poder desarrollado a partir de insuficiencias legislativas, concesiones inexplicables, debilidades de la televisión gubernamental e indefensa estupefacción de los telespectadores mexicanos.

Ante la impunidad de que ha disfrutado Televisa desde 1950 a causa del desinterés del Estado y del adormecimiento de la sociedad, es importante destacar la manipulación de auditorios e información que es práctica común en el consorcio, la denuncia de sus ganancias excesivas —en contraste con sus casi nulas responsabilidades sociales— y la necesidad de nuevas opciones para la televisión mexicana (Trejo-Delarbre, 1997).

Esta información lleva a determinar que el modelo de comunicación norteamericano, adoptado por los medios privados y eventualmente por algunos oficiales, tiene la supremacía en la actividad que se desarrolla a través de los medios masivos. Dentro del contexto latinoamericano, se ha considerado a

México como una potencia regional en materia de medios de difusión.

México es el principal exportador latinoamericano de programas de televisión, así como el principal intermediario de la programación que exportan los Estados Unidos, que es doblada al español en México para su consumo y el del resto de América Latina y la población hispanohablante de los Estados Unidos. Por otra parte, México sigue aún dependiendo de la importación de los Estados Unidos para una buena proporción de su entretenimiento e información audiovisuales (Sánchez, 1996, p. 66).

LA REGLAMENTACIÓN NACIONAL

La Ley Federal de Radio y Televisión rige la actividad comunicativa de la televisión en México, y fue expedida por el presidente Adolfo López Mateos en 1960. Los siguientes destacan entre los principales aspectos que comprende esta ley:

- Señalar una función social a la radio y a la televisión.
- Separar y clasificar las funciones del Estado en materia de comunicación.
- Establecer los derechos y obligaciones de los concesionarios:
 - Cumplir una función social.

- Transmitir en cadena, en forma gratuita, los boletines y demás mensajes de trascendencia para la Nación.
- Advertir previamente al auditorio los programas no aptos para niños.
- Usar siempre el idioma español.
- Acatar las observaciones que entregue por escrito la Secretaría de Gobernación.
- Evitar los programas que corrompan o denigren nuestro idioma.
- Evitar la publicidad sobre antros de vicio.
- Abstenerse de transmitir publicidad engañosa y exagerada.
- Establecer los derechos y obligaciones del Estado:
 - Proteger la radio y la televisión.
 - Promover programas de orientación al ciudadano.
 - Dar facilidades a las estaciones para que puedan ser captadas en el extranjero y así divulgar nuestra cultura en aras de fomentar las relaciones comerciales y turísticas.
 - Dictar las normas técnicas necesarias para la operación de las estaciones.

El documento consta de 110 artículos contenidos en seis títulos y un apartado para transitorios. Esparza (1984) destaca los siguientes:

Art. 4o.: La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.

Art. 5o.: La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.
- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo o a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones.

Art. 11o.: La Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones:

- Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión.
- Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico.
- Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión.

Art. 59o.: Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de treinta minutos, dedicadas a difundir temas educativos, culturales y de orientación social.

Art. 73o.: Las difusoras deberán aprovechar y esti-

mular los valores artísticos locales y nacionales y las expresiones de arte mexicano...

Art. 77o.: Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país, incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales e internacionales.

En cuanto a preservar las tradiciones y costumbres nacionales, Esparza (1984) señala que en la práctica existe falta de vigilancia al respecto. El porcentaje más elevado de la programación es de origen extranjero, principalmente estadounidense. Por otro lado, a través de estas emisiones circulan predominantemente mensajes cargados de violencia, así como valores y costumbres adversas a la convivencia humana pacífica.

Por su parte, Trejo-Delarbre (1997) considera que la normatividad que existe en México para los medios es atrasada tanto política como tecnológicamente. La Ley de Imprenta, que data de 1917, está impregnada de un moralismo tan conservador que, si se cumpliera, centenares de revistas y periódicos no podrían circular. La Ley de Radio y Televisión, de 1960, no toma en cuenta novedades tecnológicas como el video, el cable y las parabólicas —modalidades de transmisión que, entonces, son reguladas por otras legislaciones— y confiere al gobierno grandes

atribuciones para revisar y censurar la programación de esos medios, así como para autorizar las concesiones para transmitir señales.

En diversos países europeos y americanos, a la vez que se generan diversos códigos de ética y mecanismos de autocontrol, se revisan y actualizan los reglamentos vigentes a fin de adaptarlos a la realidad cambiante. En México se han hecho algunos intentos por revisar la legislación vigente, pero los gobiernos recientes aparentemente han considerado poco pertinente modificar las leyes que regulan el desempeño de los medios, tal vez para evitar generar inquietud entre los dueños y operadores de influyentes y poderosas empresas de comunicación.

Fernández-Christlieb (1996) señala que en la primera mitad de la actual década se ha elaborado el 70% de los códigos de ética periodística en Europa y hace hincapié en la necesidad de contar con códigos similares en México. Al respecto menciona el primer discurso del presidente Zedillo sobre la libertad de expresión, en 1995, en el que dijo que sería muy útil que la misma sociedad emitiera un código de ética que diera expresión concreta a los artículos 6 y 7 de la Constitución, cuestión retomada por el secretario de Gobernación en 1996 ante los concesionarios de radio y televisión, en términos de destacar la necesidad de un código de ética que defina límites y responsabilidades. La misma autora menciona las iniciativas de ley planteadas por algu-

nos miembros de la Comisión Especial de Comunicación Social de la Cámara de Diputados, para crear la Ley Federal de Comunicación Social y para reformar la Ley de Radio y Televisión, aspectos que considera serán temas de discusión próximamente.

En 1991, un grupo de directivos de medios y académicos e investigadores de la comunicación plantearon una interesante iniciativa para desarrollar un Código Federal de la Comunicación Social. El propósito de este código era llenar el vacío legal provocado por una legislación obsoleta e inoperante ante los avances tecnológicos relacionados con la comunicación masiva y ante una sociedad cada vez más plural y participativa.

A fines de 1994, la Cámara de Diputados creó una Comisión Especial de Medios de Comunicación, que entre 1995 y 1996 organizó diversos foros de discusión y revisión a fin de elaborar una nueva legislación. En tales foros se discutió la necesidad de contar con códigos éticos, tanto voluntarios como obligatorios por ley.

La Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión presentó en 1995 sus Normas de Ética de las Estaciones de Radio y Televisión. Éstas se basaban en diez propuestas relacionadas con el lenguaje, la familia, la sociedad, la convivencia humana, la religión, los contenidos programáticos, los programas infantiles, las noticias, la salud, la ecología y la publicidad. Aunque hasta la fecha se han divulgado

poco y aplicado menos, constituyen un primer paso en este camino. Intentos y propuestas para desarrollar códigos de ética empiezan a aparecer ocasionalmente. Entre ellos está el de Trejo-Delarbre (1997), quien plantea:

Los medios de comunicación, sus propietarios y sus trabajadores, al tener el enorme privilegio de dirigirse con sus mensajes a la sociedad, contraen con ella compromisos y deberes. La responsabilidad que tienen con la sociedad, obliga a que los medios de comunicación se desempeñen con especial cuidado en sus tareas de informar, entretener, orientar y contribuir a la educación.

El código de ética propuesto por Trejo-Delarbre, integrado por quince puntos,

recoge experiencias de documentos similares en otros países y contempla provisiones tanto para los medios impresos como para los electrónicos, atendiendo a problemas específicos del manejo de la información en México.

En su introducción, señala que los

medios de comunicación están sujetos a un complejo marco jurídico, que comienza por los artículos 6o. y 7o. de la Constitución y que incluye diversas leyes y ordenamientos. Cumplir con esas disposiciones [...] es obligación de los medios de comunicación en México.

Además, el desarrollo de la sociedad en nuestro país, del que es parte el desarrollo de los propios medios, impone la necesidad de que establezcamos normas de conducta explícitas, que van algo más allá de la legislación, o en algunos casos la complementan pero que, sobre todo, definen nuestro compromiso de responsabilidad y de servicio con esa sociedad mexicana. [...] Estas definiciones éticas quieren ser también un punto de partida para establecer nuevos compromisos y nuevos puntos de confianza entre la sociedad y sus medios de comunicación.

Destaca el artículo 1o., relativo a los fines de la comunicación, que establece

Son fines de los medios de comunicación proporcionar a la sociedad contenidos informativos, de entretenimiento y recreación, de orientación y de respaldo a la educación formal, que sean completos y de calidad, capaces de contribuir a la solidificación de los valores esenciales de la sociedad, de la familia y de los individuos en México.

Por su parte, Pérez (1996) publica una propuesta para una ética de la recepción televisiva, que podría servir como base para elaborar políticas de televisión éticamente orientadas:

1. Institucionalizar formas específicas de interacción entre la familia y la escuela, tendientes a la instauración y al desarrollo constante de pro-

- cesos de formación para la percepción crítica y la expresión creativa en relación con los medios de comunicación social.
2. Establecer normas de regulación, respetando la previa autorregulación y la libertad de expresión y, por lo mismo, la prohibición de la censura, pero determinando también sanciones pecuniarias y de otras características (como la suspensión o revocación de licencias) para las empresas de televisión que emitan mensajes lesivos de los valores y de los derechos inherentes a la dignidad de las personas y de las comunidades humanas.
 3. Promover y dinamizar formas estables y efectivas de organizaciones de usuarios de la televisión.

CONTENIDOS VIOLENTOS EN LA PROGRAMACIÓN NACIONAL

La televisión en México está condicionada, como muchos otros aspectos culturales, sociales, políticos y económicos, por la influencia de los modelos norteamericanos. El análisis de esta situación rebasa obviamente los propósitos de este libro, pero en el caso específico de la comunicación masiva, la influencia es tan evidente que no requiere mayor comprobación. Aquí, como en los Estados Unidos, la

televisión cumple una función comercial antes que social, y está regida en gran medida por la ley de la oferta y la demanda.

En el caso de la televisión, como se expuso antes, la demanda se mide por medio de *ratings* y, como se ha dicho ya también, al público le gusta ver violencia por televisión; desde luego, los mexicanos no somos la excepción. Hasta antes del surgimiento de Televisión Azteca, el monopolio de Televisa acaparaba el mercado y no se preocupaba por los *ratings*. Los contenidos violentos, por tanto, dependían sobre todo de la programación importada, en tanto que la producción nacional no destacaba notoriamente en este sentido. Al iniciarse la guerra entre las dos grandes empresas televisivas del país, en términos de Florence Toussaint (1997, p. 65), “el público se ha convertido en el gran rehén y el *rating* en la madre de todas las pruebas”.

Aunque se carece de datos nacionales recientes, en términos cuantitativos, del contenido de violencia en la programación comercial, la constatación empírica diaria basta para fundamentar la preocupación por el tema. Los dos principales consorcios de televisión en México son empresas comerciales cuyo objetivo principal es económico. La meta es capturar el mayor número posible de televidentes sobre la competencia, a fin de poder obtener las mayores ganancias por medio de la publicidad, esto es, poder establecer las tarifas más altas para los anun-

ciantes. Para lograr este propósito, deben transmitir programas que resulten atractivos para la mayor cantidad del público. En términos prácticos y realistas, esto excluye la así llamada programación educativa o cultural. Los programas de acción y violencia atraen más público que los documentales científicos, la ópera o el ballet. Los consorcios han crecido y logrado enorme poderío económico transmitiendo lo que la mayoría de la gente quiere ver y escuchar.

Adicionalmente, estos dos consorcios son el origen principal de la programación producida en el ámbito nacional, programas que ve la mayor parte del público y sobre los que comentan cotidianamente los más diversos sectores de la población. Por otra parte, los contenidos importados de la industria estadounidense, ya se han investigado ampliamente.

México, y en general los países subdesarrollados o en vías de desarrollo, como prefiera llamárseles, han cumplido tradicionalmente más con el papel de receptor que de productor en la comunicación masiva, tanto en el nivel de importación de tecnología como en el de generación de mensajes. En ambos casos —la tecnología y los mensajes emitidos en forma de películas cinematográficas o programas de televisión—, los Estados Unidos constituyen —como país donde el fenómeno de la comunicación de masas ha cobrado mayor dimensión— el productor y proveedor fundamental. Jiménez (1982) cita la de-

claración de un funcionario norteamericano al respecto, que resulta muy pertinente: “los productos norteamericanos para la televisión, guste o no, están dando la tónica de la programación televisiva en el mundo entero, más o menos de la misma manera que lo hizo Hollywood con respecto a las películas hace cuarenta años”.

En México, los cinco canales de alcance nacional (2, 4, 5, 7 y 13) programan en conjunto, según datos de Prieto (1990b), 60% de programas nacionales y 40% de extranjeros, 90% de los cuales provienen de los Estados Unidos. De éstos, 85% presenta contenidos con violencia explícita (asaltos, homicidios, persecuciones, choques, etc.). Por otro lado, es sabido que cada vez adquieren mayor importancia la transmisión televisiva por cable y antena parabólica, la difusión de películas en videocasete, el uso de juegos electrónicos y otras vías de exposición a contenidos violentos por medios electrónicos.

Sánchez (1996) reporta los resultados de un análisis de la programación nacional en 1990. En ella, 30% de los programas eran importados, y 75% de éstos provenía de los Estados Unidos. En horario triple A, la proporción extranjera ascendía a 47%. Si bien los datos anteriores se refieren a la televisión por aire, aún predominante, investigaciones recientes muestran que en la televisión por cable, señal restringida y satélite, prevalece la programación estadounidense, en ocasiones incluso en inglés. En las

ciudades, las grandes cadenas de video renta ofrecen 80% de películas estadounidenses y 10% de mexicanas.

Los programas de contenido violento abarcan una gran cantidad de géneros, temáticas y calidades, por lo que es posible determinar *a priori* cuáles son los programas con mayor contenido de violencia. En el caso de los nuevos pseudonoticiarios amarillistas (*Ciudad Desnuda, Primer Impacto, Duro y Directo*, etc.) resulta evidente que el objetivo, antes que informar a nivel cognitivo, es excitar en el plano afectivo, lo que en este sentido guarda cierta similitud con el propósito de la pornografía. Se trata de una de las principales manifestaciones de la tendencia de los medios en cuanto a mostrar en toda su crudeza las emociones humanas —agresividad, angustia, desesperación, soledad, insatisfacción, etc.— mediante la espectacularización del dolor y la tragedia humanos.

Entrevistado recientemente en relación con la televisión mexicana (Ruiz, 1996, pp. 6-11), el doctor Pablo Latapí, Premio Nacional en Ciencias Sociales, Historia y Filosofía, comenta

desde la perspectiva de la formación del hombre y de su dignidad, es simplemente lamentable lo que estamos presenciando. Basta prender la televisión para ver el tipo de programas, verdaderamente imbéciles, que se transmiten, el manoseo que se hace continua-

mente de la violencia, el cultivo del morbo, los prototipos que se presentan a los jóvenes [...] La televisión comercial tiene su propia racionalidad, regida por propósitos de lucro, en tanto que la televisión gubernamental, que debiera guiarse bajo principios diferentes, a veces se mimetiza demasiado con la comercial.

[...]

Yo cuestiono el argumento de las empresas, tanto Televisión Azteca como Televisa, que dicen que esos programas son los que la gente quiere.

[...]

Es evidente que el niño que ve mucha televisión se vuelve pasivo, aumenta su información, ciertamente, está enterado de más cosas, pero de una manera absolutamente superficial, al tiempo que su capacidad de concentración disminuye y la de raciocinio lógico tampoco es estimulada, como lo puede ser por la lectura.

Asimismo, el muralista y escultor Luis Nishizawa, Premio Nacional de Artes 1996, declara en una entrevista (Albarrán, 1996a, p. 7).

La televisión en sí, puede ser el medio más extraordinario, siempre que se emplee para algo más digno. Sin embargo, entre lo político y lo comercial, la televisión es un desperdicio. Televisa y Televisión Azteca son tan elementales y burdos, que son una negación completa de lo que podría ser la televisión. La televisión comercial está forjando un tipo de sociedad consumista y desvalorizada.

Por su parte, el dramaturgo Emilio Carballido, Premio Nacional de Literatura 1996, afirma (Albarrán, 1996b, pp. 8-9):

La televisión mexicana es desinformante, mediatizante, alienante, clasista, racista, retrógrada y esclavizadora. La televisión es un instrumento de comunicación potentísimo que nunca comunica nada, fuera de urgencias para que la gente trague, use, compre, olvide; se ha vuelto un instrumento de manipulación, no de diversión —en el sentido profundo de la palabra— o de información.

Carballido comenta la experiencia de países europeos, retomada en Japón, donde la televisión se inicia como monopolio estatal. Al abrirse a la televisión comercial, había ya un modelo de calidad alto y un público exigente. En México se empieza al revés:

Televisa se vuelve un monopolio monstruoso y además el Estado le paga satélites y otros gastos enormes, como soborno, para que haga propaganda estatal. Las dos televisoras combinan clasismo y racismo. Es un bombardeo contra la raíz del mexicano, contra su propia imagen.

La única ventaja de la televisión mexicana, según él, es que

aumenta el conocimiento y la percepción del mundo; la televisión sí ha roto o ha vuelto muy difícil la cerra-

zón de un país sobre sí mismo. Lo que me parece asqueroso es la manipulación, el abuso, la imposición de moldes extranjeros, la imposición de conductas retrógradas, la exaltación de los tabúes sexuales y del machismo, el canto a la sumisión de la mujer, etc. La televisión no es liberadora, es esclavizadora. La competencia privada al monopolio que era Televisa no ha representado aún una opción televisiva. Ha servido sólo para que ambos consorcios se insulten y difamen mutuamente (Albarrán, 1996b, pp. 8-9).

Abundando en el tema, declara que

basta ver la programación cotidiana para que le salte a uno la contradicción entre la mojigatería televisiva y las enormes dosis de violencia que transmiten, la que ya ha engendrado crímenes cometidos por hijos de Stallone o de Schwarzeneger. Están acostumbrando a los niños a la muerte, a la guerra y al crimen como algo natural. Debería frenarse. La televisión tiene una gran responsabilidad, debido a su penetración. Sus principales víctimas son los niños, a los que les quieren cegar todo lo que es el conocimiento de su propio cuerpo y la sexualidad humana; en cambio, les abren los ojos a la violencia desatada, a los crímenes. Los instrumentos de las dictaduras son los medios masivos de comunicación, es una hipnosis colectiva (Albarrán, 1996b, pp. 8-9).

Carlos Monsiváis (1996, pp. 40-42) señala:

Dice el decreto exterminador: El pueblo mexicano se divierte con lo que le den. Una manera como otras de

señalar la victoria de los monopolios. Por supuesto ahora disponemos de opciones (los canales 11 y 22), pero son aún mínimas la formación y la información culturales al alcance de todos. ¿Y quien mayor culpa tiene, aunque cualquier mal haga? Para mí, sin ánimo de exculpar a colectividad alguna, los productores y el sistema de gobierno que a tal punto se desinteresa por los derechos culturales de la ciudadanía.

En defensa frente a este tipo de críticas, entrevistado en relación con la llamada “guerra de las televisoras”, Sergio Sarmiento, director de noticias de Televisión Azteca, declara que

hay una cierta arrogancia de la clase intelectual mexicana en pretender que la gente tiene que ser como ellos, que son ellos la gran conciencia que le debe decir a la gente lo que es correcto ver. Yo lo que puedo hacer en un programa, por ejemplo como *Ciudad Desnuda*, es hacerlo bien hecho, tratar de hacerlo digno. ¿Qué se está buscando? Se está buscando el *rating* (Delgado, 1996, p. 15).

Prieto (1990b) lo resume así: “La radio y la televisión nacionales, sometidas a las leyes de la mercadotecnia, son un ejemplo de vulgaridad manifiesta”.

Varios elementos explican, aunque no justifican, estas opiniones:

Ambos consorcios cuentan con suficientes recursos económicos que les han permitido ir a la vanguardia

en términos tecnológicos, desarrollando producciones cada vez más sofisticadas y atractivas, sin la mínima variación en términos de contenidos éticos, formativos, promotores de la reflexión, etc. (salvo honrosas excepciones recientes). En términos de la programación importada, ésta continúa centrándose en casi su totalidad en series, películas y copias de diverso género, provenientes de la producción comercial estadounidense. A ello se aúna un desprecio por los materiales producidos en otros países (como Canadá, Inglaterra, Francia, la República Checa), a los que sólo se tiene acceso restringido a través de los canales culturales disponibles (11, 22, 40) y otros medios también restringidos (televisión por cable y antenas parabólicas), que ofrecen alternativas de mucha mayor calidad, en todos aspectos pero particularmente en términos cualitativos en cuanto a contenido.

SITUACIÓN ACTUAL

Hoy día, la situación de los medios electrónicos en México es consecuencia del uso que se les ha dado a lo largo de su historia. La radio y la televisión se desarrollaron con un carácter profundamente comercial y las concesiones a particulares han superado por mucho a los permisos de transmisión. Asimismo, se edificó un grupo monolítico que inclinó el papel de los medios audiovisuales hacia una fuente inagotable de beneficios propios, a la vez que

dejaba de lado la función de educar y difundir la cultura (en el sentido formal) como obligación del aparato gubernamental. Al iniciarse el desarrollo de la televisión en México, se planteó la disyuntiva de implementar el modelo europeo de televisión controlada por el Estado con la función de instruir, informar y divertir, en contraste con el modelo estadounidense privado, cuyo objetivo consiste en ideologizar, promover y acumular capital. Se optó por dejar el medio en manos de la empresa privada (Esparza, 1984).

En la actualidad, en México existen básicamente dos grandes consorcios privados: Televisa y Televisión Azteca, que dominan el panorama de la televisión nacional. Hay, asimismo, dos canales estatales, 11 y 22, un canal cultural privado, el 40, y algunos canales locales en el interior del país. La enorme influencia de los dos grandes consorcios privados —en términos de poderío económico, alcance, capacidad de producción y penetración en la sociedad— opaca casi por completo los intentos de los demás canales.

La televisión es el medio de entretenimiento por excelencia. En México es difícil encontrar un hogar, por humilde que sea, que carezca de televisor. Es una forma de diversión poco costosa, de gran aceptación en todos los niveles sociales y cuyo costo parece no variar mucho a pesar de las crisis económicas. Ante estos factores, la tendencia al crecimiento

de los monopolios privados que la controlan se acentúa cada vez más.

Con la creación de Televisión Azteca en 1993, surge por primera vez una competencia real frente a Televisa. Por desgracia, tal competencia ha mostrado, hasta la fecha, fundamentarse en lo que hace poco se llamó “la guerra de las televisoras”, en que lo único que cuenta son los criterios del mercado y los *ratings*, y se deja absolutamente de lado todo aspecto relacionado con la calidad de los contenidos. Aunque el surgimiento de la competencia que representan Multivisión y Televisión Azteca podría anunciar un cambio de la situación presente, en general dejan mucho que desear los contenidos de la programación de las diversas opciones actuales.

Ante las tendencias a la globalización, un efecto fundamental del sistema de poder es la homogeneización de la cultura, elemento que permite mantener y reproducir el orden social mediante la imposición de modos de vivir, trabajar, consumir e, incluso, pensar y actuar. El medio de mayor influencia para lograr lo anterior es la televisión, la cual se ha convertido en el principal aparato ideológico del Estado. En este mismo sentido, con la reciente expansión tecnológica de las comunicaciones, casi todos los grupos sociales entran en contacto y caen bajo la influencia de la cultura dominante, lo que modifica radicalmente la dinámica de la convivencia social, incluso en el núcleo básico de la familia.

En la actualidad, en México la televisión llega a grupos sociales de la población campesina e indígena que hasta hace poco estaban aislados, los cuales aún distan mucho de verse favorecidos con las ventajas del desarrollo en términos de la mayor parte de los satisfactores modernos. Antes de recibir cualquier beneficio relacionado con el nivel de vida, estos grupos reciben la influencia de la televisión. Dos elementos favorecen esta situación: la implementación de programas oficiales destinados a acceder a las comunidades más aisladas geográficamente con proyectos como la teleducación, y la influencia de aquellos miembros de las comunidades que salen en busca de oportunidades a las capitales de los estados o a los Estados Unidos.

En estos sectores, la televisión y los modelos que difunde llegan a modelar las costumbres, los valores y los comportamientos. En el caso particular de los grupos indígenas, la televisión cumple un papel en el proceso de aculturación, introduciendo cambios sociales y culturales de diversa magnitud, que debilita en mayor o menor grado la cultura propia de los grupos étnicos.

Una visión optimista podría haber supuesto que en la era de la posmodernidad, del desarrollo tecnológico, de la cada vez más amplia gama de opciones en términos de canales de televisión, al entrar el antes monopolio a una supuesta competencia por el mercado, la calidad en formas y contenido de la

programación debiera elevarse. Sin embargo, ello no ha ocurrido así. Las grandes empresas apuestan al poder y al dinero, y de este modo triunfa la violencia exacerbada, sin calidad ni ética, en el gusto del público.

A este respecto es pertinente la anotación de Orozco-Gómez (1996c, p. 239):

El aumento de canales de televisión, ya sea por cable, por satélite o a través de los nuevos sistemas codificados, no conlleva necesariamente un aumento en las opciones culturales. Tampoco, como muchos han argumentado, esa proliferación de canales y programas propicia o aumenta la libertad y la capacidad de elección del televidente. No tenemos televidentes más libres sino, más bien, empresas menos controladas para producir y transmitir más de lo mismo.

Mientras a nivel mundial proliferan las investigaciones sobre los efectos nocivos de los contenidos televisivos, particularmente los violentos, y el debate continúa sin resolverse, los grandes consorcios televisivos nacionales —cuyas dimensiones, poderío y alcances son desproporcionadamente superiores a lo que cabría suponer con base en el nivel de desarrollo del país— parecen mantenerse ajenos, tras alcanzar una enorme influencia transnacional (particularmente Televisa), a todo interés por considerar la calidad de sus contenidos en términos distintos a los económicos y de mercado.

No cabe duda que en los canales culturales y en algunos comerciales una parte insignificante de la programación maneja otro tipo de contenidos, y algunos programas no violentos y constructivos logran cierta penetración en ciertos sectores del público. La labor de educar y de difundir la cultura se ha dejado como responsabilidad al Estado, que no depende de las grandes audiencias ni del apoyo económico de los anunciantes. Esta clase de televisión registra *ratings* notablemente inferiores en comparación con la comercial. De acuerdo con estudios realizados en otros países, en los canales llamados culturales, o no comerciales (11, 22 y 40), las escenas y temas de violencia son considerablemente escasos. Parece ser un hecho que la ausencia de presiones económicas de la publicidad produce una programación menos dependiente de temas violentos.

No obstante, en los grandes grupos sociales —amorfos, presionados por todo tipo de frustraciones e insatisfacciones— prevalece el gusto y el interés por la distracción fácil y cómoda, que no implica análisis sino sólo experimentación de sensaciones. No se trata de razonar sino de sentir. La programación se ha diseñado según criterios comerciales y mercadológicos basados en el supuesto de que su función primordial es el entretenimiento. El problema surge en las mentalidades que han considerado históricamente, tanto en México como en muchos

otros países, que el entretenimiento está reñido con el gusto estético, el impulso de la reflexión y el manejo de temáticas relevantes, y que se asocia con la superficialidad, el melodrama barato, la violencia y la pornografía. En México, también se ha identificado históricamente a las alternativas culturales, educativas, “de calidad”, con aburrimiento y densidad. Como es obvio, estas dos no conforman las únicas opciones, sino los extremos de una gama de posibilidades importantes y factibles pero muy escasamente experimentadas. A la luz de todo ello es necesario desarrollar una nueva cultura televisiva.

De esta manera, la televisión, concebida exclusivamente como negocio, se olvida de su potencial como promotora de los valores y el desarrollo humano positivo, y de su capacidad de acción social, para estacionarse en su calidad de instrumento generador de poder político y económico. El Estado, por su parte, ha renunciado a ejercer en ella un papel rector y normativo. Por ello, la sociedad debe asumir la responsabilidad de vigilar el contenido de la programación televisiva.

Es importante considerar que no se trata sólo del contenido de violencia en sí, sino del manejo ético que recibe, ya que la presentación de temas sobre violencia con un enfoque crítico se considera no sólo aceptable sino incluso aconsejable con fines de información, educación y sensibilización del público. El problema que se debe enfrentar no es la mera

aparición de violencia en la televisión, sino el mensaje que se transmite por medio de ella, el cual puede variar desde intenciones antiviolentas hasta apologías de la violencia.

La enorme competencia que existe entre los canales ha vuelto prioritario atraer al espectador con imágenes cada vez más explícitas y llamativas, la mayoría de las cuales se enmarcan en la tradición comercial de violencia y sexo. De acuerdo con Gómez-Mont (1995b), aplica en este caso la máxima perversa según la cual las malas noticias son buenas noticias; esto es, las tragedias tienen más *rating* que otros acontecimientos: la muerte de la princesa Diana fue más atractiva que la boda de la infanta Elena; la matanza de Acteal más que los acuerdos de San Andrés. El periodismo tradicionalmente difunde las malas noticias y soslaya las buenas, los medios suelen propagar con más eficacia los valores perversos que los constructivos. Es más sencillo que tenga influencia un mensaje violento que uno pacifista.

El debate sobre la violencia en televisión se reactivó públicamente en México cuando surgieron, como consecuencia negativa de la llamada “guerra de las televisoras”, varios programas pseudonoticiosos de corte amarillista, como *Fuera de la Ley*, *Primer Impacto*, *Ciudad Desnuda* y *Duro y Directo*. Diversas voces se elevaron a nivel público, en contra de este tipo de programas que transmiten exclusivamente hechos y escenas violentas.

Entre estas voces, los diputados exhortaron a las empresas a eliminarlos de su programación. En abierta crítica a este tipo de programas pseudonoticiosos, algunos diputados señalaron que las cadenas televisivas aprovechan la fascinación por la violencia, sin tomar en cuenta el daño que provocan, toda vez que en la actualidad vivimos en un entorno en que la violencia se ha tornado en un fenómeno institucional, social, físico y psicológico.

En una sesión ordinaria de la Cámara de Diputados se hizo una descripción detallada de varias escenas donde la violencia prevalece entre vecinos ávidos de presenciar un enfrentamiento entre mujeres, choques entre deudores y arrendatarios. A raíz de ello se acusó a las televisoras de convertir el delito en noticia con un tono tremendista y amarillista. El diputado Javier Hidalgo llamó a los diputados locales a pronunciarse en contra de este tipo de programas, primero con fundamento en que el bombardeo que se hace a los televidentes puede ocasionar actitudes de miedo, pasividad o agresión. Planteó que no se debe permitir que las autoridades justifiquen a través de tales programas la aplicación de mano dura en el combate al crimen. Urgió, asimismo, a los legisladores a exhortar a Televisa y a Televisión Azteca a respetar la ley que establece que su función se debe encaminar a contribuir a la convivencia humana y al desarrollo integral del individuo, así como a promover el valor de la justicia y el

acatamiento de la legalidad (*La Jornada*, 30 de octubre, 1997, p. 50).

Criticados por columnistas especializados y amplios sectores de la sociedad mexicana, incluidos el Presidente de la República y diversas autoridades, por hacer una exaltación de la violencia, los noticieros de nota roja *Ciudad Desnuda* (Televisión Azteca) y *Fuera de la Ley* (Televisa) dejaron de transmitirse el 14 y el 21 de noviembre de 1977 respectivamente. La decisión voluntaria de sacar del aire dichas emisiones, a pesar de estar consideradas en ambos casos entre las de más alto *rating*, fue hecha pública unos días después de que el presidente Zedillo hiciera un llamado, durante la 38 semana anual de la CIRT, a no hacer apología de la violencia. Sin aludir a ningún programa en específico, el presidente Zedillo insistió en lo pernicioso de esos programas al fomentar el delito y afirmó:

sin eludir la realidad, dejemos tanta obstinación por la violencia que sólo puede ser ejemplo de violencia. Dejemos de conferir a la violencia tantos acentos que parecen querer exaltarla y alentarla. No nos acostumbremos a ver la violencia como algo normal, ni hagamos que nuestros hijos se formen o se entretengan con ella.

Por su parte, *La Jornada* publicó el 14 de noviembre de 1997 (p. 32) la siguiente declaración de Ser-

gio Sarmiento, vicepresidente de noticiarios de Televisión Azteca:

La decisión de que el programa *Ciudad Desnuda* salga del aire no fue producto de instrucciones giradas por el gobierno; más bien responde a las presiones que ciertos sectores de la política, del mundo empresarial, así como del periodismo, entre otros, ejercieron para que concluya dicha emisión. Esperamos que los índices delictivos y de violencia descendan. Si es así, vale la pena el sacrificio que estamos haciendo los que participamos en *Ciudad Desnuda*. Por ese motivo vale la pena cualquier programa de televisión. Desafortunadamente, la mayor parte que se opone a este programa nunca lo ha visto o tan sólo ha visto fragmentos de él. Esa gente sin embargo, piensa que las personas no deben tener libertad de decidir por sí mismas qué programas deben ver en la televisión. Los censores no quieren que la gente ejerza su libertad; prefieren ser ellos el gran hermano que decida lo que cada cual debe ver. Estamos presenciando un triunfo de las buenas conciencias de la clase media frente a un programa que llegó a captar 30% del público de la televisión mexicana.

No se puede afirmar que los programas televisivos de nota roja propicien más delincuencia. Todavía no existen investigaciones que prueben que la violencia en televisión genera actitudes violentas en los espectadores. Sin embargo habría que distinguir entre exhibir la realidad sin ocultar su violencia y

encontrar en el sensacionalismo la razón de ser de una emisión por la pantalla chica. La sofisticación e hibridación del género noticioso, desde la simple lectura de noticias frente a la cámara, hasta la dramatización de noticias policiacas, muestra no sólo la banalización de la información por televisión, sino la explotación sin límites de lo espectacular, para lo cual ya no basta con que el hecho en sí mismo sea sensacional, sino que además hay que dramatizarlo, para aumentar su atractivo (Orozco-Gómez, 1996b).

Frente a esta situación, Monsiváis (1997, pp. 45), como muchos otros, se pregunta:

¿Pero son los espectadores tan manipulables? A falta de estudios confiables, lo perceptible es levemente distinto: estos programas se han visto como la conversión de lo real en fábulas de la vida diaria, en acontecimientos cuya dureza suaviza o ironiza el espectáculo. Sin duda algunas escenas sí estremecen, pero por lo común la televisión tiende a incorporarlo todo a la fabulación. Como sea, suprimir estas series no disminuye el delito, así satisfaga por el momento a un sector importante, convencido de la moraleja transparente: si no se le menciona, la violencia se extingue.

El estilo amarillista de estas y otras series similares, tomadas de modelos frecuentes en el extranjero (Estados Unidos, España), se exacerbó en razón de la guerra de las televisoras por el auditorio. A su salida del aire se elevaron también reacciones en

contra de la censura y a favor de la libertad de expresión. Aunque la violencia urbana continuará, con o sin estos programas, ya que depende de muchos otros factores más profundos, es positivo haberse librado de la versión televisiva del amarillismo inaugurado décadas atrás por el periódico *Alarma* y continuado por múltiples publicaciones más.

Casas (1995) analiza el caso específico de la televisión mexicana y establece que la política cultural mexicana reconoce el potencial de la televisión, pero ha dejado libre a la televisión comercial. Propone que se requiere un nuevo enfoque o perspectiva si se considera que ha cambiado el fenómeno, que hay nuevos elementos por analizar, que ha variado su preeminencia, que se ha modificado su participación en la vida de los mexicanos ante el ingreso a la dinámica globalizadora, la incorporación de nuevas tecnologías, la reestructuración de los propietarios y las nuevas alianzas entre los consorcios televisivos actuantes (Televisa, Televisión Azteca y Multivisión), así como su participación en los recientes acontecimientos políticos y sociales relevantes: Chiapas, Colosio, etc. La televisión participa de la amplia gama de expresiones sociales que llamamos cultura.

Televisa ha mantenido un esquema de programación que ha funcionado “exitosamente” por décadas frente a un público acrítico, desinformado y resignado ante la carencia de opciones. Por fortuna, el panorama empieza a cambiar. Aunque con lenti-

tud, el teleauditorio mexicano ha crecido, principalmente en número, pero también en madurez. Se está gestando una nueva cultura social y política, que combina desconfianza y recelo frente a todo lo que se identifica con el sistema vigente, y ello incluye a Televisa. Asimismo, esta cultura ha empezado a trascender a las élites culturales y universitarias, a otros ámbitos de la sociedad.

Ante la crisis sociopolítica que atraviesa actualmente el país, una de las numerosas consecuencias que es posible apreciar en el nivel de la madurez social es la creciente capacidad para manifestar inconformidad e indignación frente a diversas propuestas del poder. En palabras de Trejo-Delarbre (1988):

Se trata de una actitud aún no generalizada, pero que ya alcanza a traducirse lo mismo en preocupaciones electorales para el partido gobernante, que en rechazos críticos a aparatos de dominación ideológica como el que Televisa representa.

[...]

A pesar de sus esfuerzos para diferenciarse del gobierno, a Televisa se le identifica con el poder: para el ciudadano común, forma parte de los centros de dominación. Además, el público empieza a contar con nuevas opciones. Aunque Televisión Azteca surge con modelos similares, la llamada "guerra de las televisoras" abre nuevas posibilidades de elegir al público. Además, el surgimiento de los nuevos sistemas (cable,

parabólica) empieza a abrir, al menos para algunos sectores, la posibilidad de ver otro tipo de programación.

Por otro lado, Orozco-Gómez (1996b) destaca que las alianzas entre la televisión y los grupos de poder no son monolíticas, ya que en situaciones especiales hay filtraciones informativas que escapan a los acuerdos de cúpula y abren ciertos espacios propios al medio televisivo. Hay varios ejemplos ilustrativos recientes en este sentido: la transmisión del debate político entre los candidatos a la Presidencia de la República en 1994; la proyección, a principios de 1996, del video de una matanza de campesinos en Aguas Blancas, Guerrero; los reportajes de Ricardo Rocha sobre la situación de los desplazados en los altos de Chiapas, entre diciembre de 1997 y enero de 1998, y posteriormente la respuesta de Televisión Azteca con los reportajes y entrevistas de los programas *Hablemos Claro y Hechos* en relación a los extranjeros en Chiapas, como inicio de una importante campaña pública contra ellos.

Cada uno de estos casos ha sido analizado por los estudiosos del fenómeno televisivo y político, y ha recibido diversas interpretaciones, desde la pugna entre distintos grupos de poder político, hasta los esfuerzos por elevar el *rating* ante la "guerra de las televisoras". Cualquiera que sea el caso, lo innegable es la trascendencia que, en el nivel sociopolítico, han tenido tales acontecimientos televisivos. No es aventurado considerar que las consecuencias políti-

cas de ambos hechos no hubieran tenido lugar si éstos no hubieran sido difundidos por la televisión. Como apunta Orozco-Gómez (1996b, p. 22), “la arena en la que usualmente se entablaban y se dirimían los conflictos sociales parece estarse desplazando de la realidad a la pantalla televisiva”.

PERSPECTIVAS ALENTADORAS

Ante este panorama resulta tan inadecuado aceptar indiscriminadamente las solicitudes de censura, bajo el argumento de efectos catastróficos unicastales, como respetar las declaraciones de inafectabilidad de quienes alegan estar dando a la gente lo que pide.

Según Trejo-Delarbre (1997) los medios nacionales están en una situación de tránsito. Ya no padecen las viejas riendas y reglas, pero en la búsqueda de nuevas pautas experimentan una confusión inédita. El autor describe, de manera sintética, el panorama de los medios en México con las siguientes particularidades:

- **Competitividad creciente, pero insuficiente.** Las reglas del mercado comienzan a determinar la presencia social de cada medio, en una situación en donde en cada empresa de comunicación tiene ahora que mejorar sus contenidos, para

participar en la competencia por los públicos. Sin embargo, ésta es apenas una tendencia incipiente.

- **Dualidad.** Persiste el viejo sistema de conveniencias que compromete a medios y comunicadores con el poder político tradicional, a la vez que se manifiesta un creciente deseo por hacer un mejor periodismo y ofrecer programas menos anodinos, por parte especialmente de gente joven con formación profesional universitaria.
- **Sigue abundando el amarillismo, el rumor, la orientación al escándalo y la distorsión, en la lucha por el mercado.**
- **Persistencia de grandes dosis de amarillismo, rumores, predisposición al escándalo y distorsiones en la lucha por el mercado.**
- **Escasez de opciones en la televisión. Sigue imperando el modelo Televisa, aunque empiezan a surgir nuevas opciones. La comunicación electrónica sigue siendo privilegio de unos cuantos.**
- **Una nueva libertad de expresión.**

El momento actual puede ser determinante para la generación de una nueva cultura en los espectadores, que genere una presión significativa en términos de la exigencia de productos comunicativos de mayor calidad. En este sentido, en Latinoamérica y particularmente en México están adquiriendo relevancia interesantes movimientos científicos y culturales en torno a la recepción televisiva.

Entre las corrientes más destacadas de la actualidad, Jacks (1996) reseña las siguientes:

- La “Recepción Activa”, sugerida por Fuenzalida y Hermosilla, investigadores del CENECA de Chile. Con carácter y objetivos predominantemente pedagógicos, explora las relaciones entre los mensajes y los telespectadores. A partir de ella se han desarrollado programas de educación para la recepción activa de la televisión.
- La del “Consumo Cultural”, desarrollada por Néstor García Canclini, investigador argentino radicado en México. Pretende construir una teoría sociocultural del consumo que aborde los procesos de comunicación y de recepción de bienes simbólicos, vinculando aspectos económicos, sociológicos, antropológicos y psicoanalíticos.
- Los “Frentes Culturales”, propuesta por el Programa de Estudios sobre las Culturas Contemporáneas de la Universidad de Colima, coordinado por Jorge González. Tiene como premisa básica la adaptación del concepto gramsciano de hegemonía, aplicando básicamente la metodología etnográfica para investigar las relaciones entre lo cotidiano, el poder y las instituciones.
- El “uso social de los medios”, identificada con los trabajos de Martín-Barbero. Esta propuesta

parte del estudio de las articulaciones entre las prácticas de comunicación y los movimientos sociales. Destaca que los usos son inseparables de la situación sociocultural de los receptores, quienes reelaboran y resignifican los contenidos de los medios conforme a su experiencia cultural.

- El “Enfoque integral de la audiencia”, desarrollado por Guillermo Orozco-Gómez en el Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales de la Universidad Iberoamericana, México.

Por su parte, Charles (1996) reseña las acciones desarrolladas en Latinoamérica en los últimos años en torno a la educación para la televisión, en especial cuatro seminarios regionales desarrollados entre 1985 y 1991 en Chile, Brasil y Argentina. Con participación mexicana, los seminarios tenían el propósito general de insertar la educación para la televisión en una perspectiva más amplia de educación para la comunicación, e incidían para ello más directamente en los sistemas formales de comunicación y educación.

La paulatina sustitución del monopolio comunicativo por una incipiente incorporación de nuevas empresas que generen un mercado competitivo, la posible toma de conciencia del sector público respecto a su responsabilidad en la regulación de la comunicación social, el surgimiento de nuevos cua-

dros de profesionales de la comunicación con una formación académica de mayor calidad, y sobre todo el surgimiento de una nueva sociedad más participativa y demandante de sus derechos en la materia, constituyen el entorno más favorable que ha existido en el país hasta la fecha, en términos de la posibilidad de gestar un cambio profundo en el sistema de la comunicación masiva en México.

RECEPCIÓN CRÍTICA DE LOS MEDIOS

Como principal defensa ante la tendencia a la homogeneización social generada por los medios, surge la propuesta relativa al desarrollo de la capacidad de discernimiento y crítica respecto de las emisiones, así como la exaltación de las características sociales y psicológicas individuales y sectoriales. La educación para la recepción crítica se basa en la posibilidad de crear y desarrollar espacios en la educación formal y no formal, sobre todo orientada a niños y jóvenes, principales consumidores del producto televisivo, a fin de que puedan entender y dominar al medio. Se trata de que comprendan cómo se genera un mensaje e incursionen en los lenguajes de los medios de manera que puedan enfrentar críticamente la influencia de éstos.

Existen diversos reportes sobre esfuerzos desarrollados en este sentido (Huesmann y cols., 1983,

1988; Hicks, 1968; Grusec, 1973; Pitkanen, 1979; Vooijs y van der Voort, 1990, 1993; Anderson, 1983; Corder-Bolz, 1982; Morison y cols., 1981). Este tipo de estudios ha mostrado que los niños pueden adquirir una actitud más crítica sobre la televisión en general, y en particular sobre la violencia en la televisión, al aumentar su capacidad para verla con menos aprobación. En esta misma línea, si el público en general llega a ser capaz de procesar la información televisiva con un sentido más crítico, podrá recibir menos influencia de lo que observa en la pantalla.

La meta propuesta es lograr convertir el televisor omnipresente y omnipotente, que invade toda intimidad, llena todo tiempo libre o no tan libre, es núcleo de toda vida familiar y factor de adicción, en un simple proveedor de información y entretenimiento, entre otros, con base en criterios selectivos. Éste es el reto. Se trata de lograr dominar al aparato en lugar de ser dominados por él. La propuesta es transformar a los televidentes pasivos y conformistas en televidentes conocedores, críticos, conscientes y libres. Tal propuesta puede parecer utópica en un país donde el analfabetismo funcional no sólo no disminuye sino que parece aumentar.

Sin embargo, durante el último quinquenio del siglo XX los mexicanos estamos experimentando importantes cambios en todos los ámbitos, con base en un aparente despertar a mayores posibilidades

de participación social. El que los cambios se generen y consoliden es una tarea de la sociedad en su conjunto. Esta realidad no puede excluir a los medios, y considerando el papel fundamental que ocupan en la vida personal y social, su función debe ser clave.

Buscar una perspectiva educativa en la televisión resulta de trascendental importancia para operar en sentido inverso a la masificación; es decir, hacia la personalización, hacia la captación crítica de los mensajes, hacia la lectura profunda de los textos visuales que nos proponen los medios, en especial la televisión. En diversos países se han realizado esfuerzos en esta línea, incluso en México. Por ejemplo, en 1980 el Consejo Nacional de Población elaboró una guía sobre la televisión y los niños, dirigida tanto a éstos como a padres y maestros. En ella se proponen una serie de sugerencias para aprender a ver la televisión de manera activa y crítica a fin de promover su conversión en un aliado de las principales instituciones educativas: la familia y la escuela, en lugar de obstaculizar su función. Por desgracia, tales esfuerzos han sido aislados y no han tenido la suficiente difusión.

La educación crítica de la audiencia debe permitirle a ésta hacerse un doble cuestionamiento: por una parte, el cuestionamiento de la evidencia audiovisual y su pertinencia; por otra, en torno al aconte-

cimiento mismo, a la sustancia de la evidencia. La televisión, por más sofisticada que sea, no lo es todo. Sus límites se pueden establecer desde el público, en la sociedad, que utilizando sus capacidades críticas y creativas, sea capaz de negarse a aceptar el mensaje televisivo.

Ante la situación privilegiada, en términos de poder e influencia, que ocupa la televisión respecto de otras instituciones sociales, destaca la propuesta de Orozco (1994), en el sentido de “tomar en serio a la televisión”, a partir de un trabajo sistemático con, desde y para las audiencias. Un trabajo que implique pugnar por una nueva y mejor programación pero, sobre todo, por una legislación televisiva en nuestras sociedades; por diseñar estrategias que permitan incluir en la programación los temas señalados por la audiencia; por estrategias políticas y económicas que hagan que las televisiones públicas sean una realidad, que defiendan el respeto a las audiencias, y que desarrollen estrategias pedagógicas que, dentro de un proyecto educativo, se ejerciten desde la escuela y las demás instituciones educativas. Tomarla en serio significa también que los distintos sectores —políticos, sociales, escolares, profesionales, etc.— conviertan a la televisión en tema permanente de análisis y propuestas.

En esta línea se ubica también la propuesta de Charles (1996, p. 225) en términos de

superar las actitudes denunciatorias y críticas del sistema de televisión, para llegar a las de reflexión, análisis y creación cultural. Enfatizar la creación de medios alternativos que respondan a los intereses y necesidades de los grupos sociales. Promover la constitución de grupos con capacidad de demanda de un manejo más democrático y plural de los medios.

Es indispensable una educación para aprender a usar los medios, y concretamente la televisión. En la tarea deben participar, una vez más, los diversos actores sociales —familia, educadores, investigadores, etc.— a fin de promover y desarrollar sistemas de recepción activa. Tal tipo de educación debería constituir una dimensión imprescindible de la formación integral de las personas desde la primera infancia, integrada dentro de todo el proceso educativo. Su objetivo debe ser la formación de una actitud crítica frente al medio y sus mensajes a partir de una desmitificación de las tecnologías y de un análisis valorativo de los contenidos audiovisuales (Pérez, 1996), a la vez que se potencializa la capacidad crítica y analítica de los participantes, así como su capacidad creativa y expresiva.

Pablo Latapí plantea que

es evidente que la solución no puede darse sólo a partir de la exigencia de una conducta diferente de los medios comerciales, se puede y se deben hacer conve-

nios, establecer lo que ahora está de moda: códigos de ética, pero exigir que se cumplan por medio de comisiones del Congreso. Sin embargo, se debe actuar también por muchos otros lados, como educar para la recepción, es decir, enseñar a los niños, a los jóvenes y a los padres de familia a recibir esos mensajes reinterpretándolos; entonces el proceso educativo tendría una ayuda en la perversidad de la televisión, al poder ver los extremos indeseables de la realización de los seres humanos (Ruiz, 1996, p. 8).

Trejo-Delarbre (1997) por su parte considera que

el público debe adquirir mayor conciencia del papel activo que puede desempeñar ante los medios, y éstos mayor conciencia de su responsabilidad ética. El que se den cambios reales y profundos en las programaciones y sus contenidos dependerá no sólo de la voluntad e interés de los propietarios de los medios, sino del interés del público y de la presión que éste ejerza, lo que hasta el momento no ha ocurrido.

Orozco-Gómez (1996c) plantea una visión optimista sobre la necesidad y factibilidad de construir una televisión “desde la sociedad”, desde los televidentes, a partir de su audiencia, construyendo la posibilidad de una televisión diferente a partir de la organización de las audiencias. Propone (pp. 245-246) comenzar a involucrar a la sociedad civil a partir de la “educación para la recepción”, como parte

de la cual destaca el “desarrollo de la capacidad autónoma de elección y de respuesta al medio televisivo”, por parte del televidente.

La educación para la recepción tiene que mantenerse como un medio para preparar a la sociedad, a la audiencia, a disfrutar más de la televisión, para aprovechar sus posibilidades en la vida cotidiana y, a la vez, para participar más informada y organizadamente en el rescate cultural de la pantalla.

IX. CONCLUSIONES

TRAS esta revisión de los aspectos que hemos considerado relevantes en torno a la compleja problemática de la relación entre violencia y medios de comunicación, consideramos que es posible llegar a algunas conclusiones generales:

1. En las últimas décadas el mundo ha sido víctima de un número creciente de eventos violentos de todo tipo, que abarcan desde violencia doméstica y delincuencia común, hasta conflictos internacionales de gran magnitud.
2. La novedad es que todas estas formas de violencia se pueden presenciar en la pantalla del televisor y en la comodidad de los hogares. De este modo, enormes cantidades de personas pueden presenciar ahora los hechos violentos con gran rapidez —a veces en el momento mismo en que ocurren— y con una crudeza de gran realismo. Los ejemplos son innumerables, desde la guerra de Vietnam hasta la del Golfo Pérsico, desde el asesinato del presidente Kennedy hasta el de Luis Donaldo Colosio, desde el asal-

- to a un banco hasta la victimización de cualquier ciudadano común.
3. Al llegar a la última década del siglo, los contenidos de la programación televisiva se han modificado, tanto en cantidad como en calidad, hacia mayores contenidos de violencia.
 4. El mensaje predominante sigue siendo que la violencia es el principal medio para resolver problemas y lograr objetivos.
 5. En el caso específico de la relación entre televisión y violencia, tanto los analistas del fenómeno como la mayoría de los legos se suelen dividir en dos grandes grupos. De un lado están los detractores de la televisión, quienes le atribuyen poderes ilimitados y la consideran fuente de efectos perniciosos graves, así como factor determinante en el aumento de los índices de violencia social. Del otro lado se ubican aquellos que le niegan todo poder causal y la reducen al nivel de “caja idiota”.
 6. Ninguna de las múltiples investigaciones realizadas al respecto en el mundo ofrece elementos suficientes que avalen de modo definitivo uno u otro de los puntos de vista reseñados en el presente libro: la televisión como generador directo e inmediato de violencia; y la articulación de la televisión en un proceso social amplio y complejo que imposibilita toda relación causal.

7. En el punto medio se ubica una corriente —quizá minoritaria, pero con un enfoque más positivo— que acepta el poder e influencia de la televisión en términos de temas, ideas, valores y orientaciones cognitivas, pero rescatando la autonomía de los receptores como sujetos con capacidades crítica e interpretativa.

La televisión ha sido glorificada por muchos como elemento central de la civilización moderna, foco de unión de las familias y generadora de una nueva raza de seres humanos, en tanto que otros la condenan como creación diabólica que ha generado una sociedad deshumanizada, cuasianalfabeta e hiperviolenta. Para estos últimos, la “caja idiota” es la puerta de acceso a un mundo de horror y enajenación. En un punto intermedio, preferimos ubicarnos entre quienes consideran que la televisión —indiscutible invento genial de la humanidad— es neutra, sólo una portadora de mensajes. Consideramos que la caja no es “idiota” por naturaleza, sino que la hacen idiota muchos de sus contenidos. La televisión en sí misma no encierra todo el mal ni todo el bien, pues sus efectos dependen del uso que se le dé.

No podemos abrigar ya muchas dudas de que la televisión constituye una importante fuente de influencia ni de que, como tal, representa un objeto legítimo de preocupación y acción públicas. Por ello, consideramos relevante reproducir en el libro las

denuncias contra la espectacularización de la violencia que, al margen de sus posibles efectos perniciosos —sea en términos de insensibilización o como modelo y generador de conductas—, nos parece un uso reprobable e innecesario del medio. Pero también hemos querido destacar las advertencias contra los riesgos de la censura y los peligros que ésta implica, en términos de limitación a las libertades de expresión y comunicación.

Queremos descartar la propuesta simplista de que la violencia televisiva incrementa la violencia real y por tanto, deben implantarse controles estrictos a la televisión. Suprimir radicalmente la violencia en la programación cotidiana no serviría de nada si el problema no se aborda de manera integral, con amplitud y profundidad.

Sin embargo, la postura opuesta tampoco resulta saludable. Ignorar los posibles efectos perniciosos de la programación televisiva, argumentando la carencia de evidencias científicas concluyentes al respecto, implica graves riesgos. La simple sospecha de que la televisión contribuya a la violencia real, sea por imitación, por activación de conductas o por desinhibición, así sea sólo en conjunción con otros factores y sólo en ciertos individuos predispuestos, es razón suficiente para destacar la necesidad de tomar medidas al respecto.

Por tanto, la propuesta básica es destacar la necesidad de que diversos sectores sociales fomenten

programas de acción que, al contrarrestar o neutralizar la influencia televisiva dañina, propicien el uso de la televisión con fines y criterios distintos. Creemos que la televisión es un invento extraordinario. Dado su costo relativamente bajo, resulta accesible para la mayoría de la población. Gracias a la televisión, gran cantidad de personas pueden disponer de entretenimiento, diversión e información que de otro modo les estarían vedados.

Asimismo, la televisión ofrece a los niños un importante cúmulo de conocimientos y habilidades mucho antes incluso de que asistan a la escuela. Sin embargo, a pesar de sus evidentes beneficios, la televisión también puede resultar dañina si se le utiliza irresponsablemente. La responsabilidad de que la televisión cumpla con una función social positiva es tarea que debe ser asumida por los diferentes sectores de la población: propietarios y productores, gobierno, organismos no gubernamentales y padres de familia. En este sentido, a todos nos queda mucho por hacer.

Desde luego un caso particular es el de los niños. No se requieren mayores evidencias para concluir que el contenido de muchos programas, sean o no infantiles, son negativos para ellos. Ya tocamos el tema de los videojuegos violentos y es difícil encontrar argumentos a su favor. Pero nuevamente el problema debe abordarse de manera global. No es factible impedir que los niños se sientan atraídos por

los programas o videojuegos violentos. No parece probable, al menos a corto plazo, lograr que los productores y distribuidores retiren del mercado productos que les generan importantes beneficios económicos. Es necesario comprender que los niños recurren a ellos ante la carencia de opciones mejores, y que las conductas violentas o agresivas que puedan desarrollar dependerá en mucho mayor grado de la violencia que experimenten personalmente como víctimas o como espectadores. El enfoque debe incluir la mejora de los sistemas de protección y seguridad a los niños, lo cual es un problema grave que rebasa el campo de los medios de comunicación.

Por otra parte, reconociendo definitivamente la importancia de los efectos de la televisión y en particular de sus contenidos violentos, es necesario no desdeñar el impacto de otros múltiples factores que contribuyen al desarrollo de agresividad y conductas violentas en los niveles individual y social. Ante el problema real e indiscutible del aumento de los índices de violencia, algunas voces tienden a buscar causas simples y elementales, con lo que pierden la visión de que se trata de un problema multicausal y complejo. Tales voces aseguran que el origen debe adjudicarse a un problema moral en términos del relajamiento de valores. De este modo, según esta perspectiva, la televisión constituye un excelente objeto al cual dirigir los reclamos. Los contenidos violentos y amorales han conducido a una pérdida de

valores morales o éticos fundamentales. Ésta es una visión simplista, parcial y, por tanto errónea. Es necesario ubicar la posible contribución de los efectos de los medios en el contexto de una problemática social compleja, que incluye múltiples factores como la pauperización, el desempleo creciente y la violación de los derechos humanos.

A este respecto resulta pertinente la proposición irónica de Piscitelli (1995):

gran parte de la violencia cotidiana (la doméstica y la local; pero también la pública y la ciudadana) están siendo causadas no por la muerte de la familia; la pérdida de los valores seculares; el descrédito indebido de la ciencia, los rendimientos decrecientes de la tecnología o la desregulación salvaje del mercado, sino por la violencia en la televisión.

Las campañas contra la violencia en los medios no son nuevas y suelen aparecer cíclicamente, incitadas en general por sectores conservadores y reaccionarios, que consideran indiscriminadamente todo tipo de contenido violento y sexual como atentatorio contra la moral y las buenas costumbres, sin reparar en grados y diferencias cualitativas, tanto en la forma como en el contenido de los mensajes. Es imposible negar que tienen razón en ciertos aspectos y que la televisión mexicana ha sido invadida hoy día por una cantidad de programas sensacionalistas

con propósitos cuestionables. No hay la menor duda de que el problema es relevante y requiere atención. Sin embargo, lo cuestionable del asunto radica en lo que atañe a recurrir a la censura.

A lo largo del libro se puso énfasis en la consideración de que no toda la violencia tiene el mismo sentido, valor o peso. Las campañas públicas se suelen dirigir a la violencia injustificada y gratuita, dejando de lado algunas otras formas de violencia que los medios justifican sutilmente. Tal pareciera que la explotación del espectáculo de la violencia es menos peligroso que la reflexión. Como es obvio, la censura no actuaría contra estas otras violencias. Por ello, los espectadores debemos tomar conciencia de ella y actuar. Uno de los problemas fundamentales de este tipo de violencia es que se ejerce de manera sutil, pues al tratar de moldear personalidades se introduce por el camino de la afectividad, no de la razón. Éste es el tipo de violencia que pueden y deben enfrentar básicamente los receptores a través de sistemas de recepción crítica de los medios.

Así, consideramos al receptor —sea telespectador o lector del presente texto— como sujeto autónomo, capaz de elegir y decidir en función de criterios propios. La propuesta va en la línea optimista de pugnar por una televisión con capacidad para la autocrítica y para encontrar alternativas mediante las cuales, sin renunciar a sus objetivos comerciales

y de poder, ofrezca opciones inteligentes para la información y la recreación.

Como se planteó al inicio, el concepto de comunicación masiva implica la noción de hombre-masa. Sin embargo, los recientes acontecimientos políticos y sociales de nuestro país indican el surgimiento de grupos e individuos cada vez más activos, críticos y conscientes, que rompen con el prototipo del hombre-masa, a la vez que exigen y producen cambios.

La violencia presentada en la televisión parece ser cada vez más atractiva y ha aumentado a lo largo de los años. A menos que se tomen medidas formales contra ella, es de suponerse que continuará la tendencia. En cuanto a los contenidos de violencia, nada ha cambiado al respecto. Los datos presentados sobre ello muestran que si ha habido algún cambio, éste es en el sentido de mayor violencia. Por tanto, en vez de resolverse, el problema de sus efectos sobre el auditorio continúa vigente y más bien aumenta en importancia.

Sin embargo, las afirmaciones en el sentido de que los altos niveles de violencia presentados en los medios masivos, sobre todo la televisión, sean los causantes principales de la violencia social constituyen perspectivas muy estrechas de un fenómeno complejo. Esta visión estrecha descuida elementos esenciales de ambos fenómenos: violencia y medios. Es probable que los modelos directos de violencia intrafamiliar y comunitaria originen más comporta-

mientos violentos que los modelos indirectos que presentan los medios.

Al enfocar el problema de la violencia en televisión no se debe minimizar la necesidad de abordarlo considerando su diversidad de causas, algunas tal vez más significativas: inadecuada distribución de la riqueza, desempleo, desintegración familiar y social, drogas, disponibilidad de armas, impunidad, corrupción, etc. Se necesita mucho más que satanizar a la televisión y tomar medidas correctivas en este contexto, para contender eficazmente con el problema de la creciente violencia en el mundo y particularmente en nuestro entorno nacional.

El problema no debe minimizarse, pero tampoco magnificarse. No podemos culpar a la televisión de los males sociales. Un problema multicausal como la violencia social se debe abordar por múltiples vías. No podemos evadir nuestra responsabilidad como sociedad. Si la violencia en la comunidad es el síntoma visible de desórdenes más profundos provocados por la pobreza, las políticas económicas internacionales, el desempleo estructural y la desorganización grupal, entonces es muy probable que la manera más eficaz de tratar con los síntomas sea ir directamente a las causas originales.

En términos específicos de la violencia urbana, y en particular de su magnitud absoluta, en la ciudad de México la violencia se percibe en medio de una elevada irritabilidad social, que genera a su vez un

clima propicio para que estallen conductas agresivas ante mínimas provocaciones, y aun en ausencia de ellas. Este clima de irritabilidad es provocado, entre otras cosas, por las condiciones de vida urbana en términos de hacinamiento, marginación, carencia de oportunidades, carencia de servicios básicos, elevada contaminación (ruido, polución, etc.), inadaptación de la población migrante de origen rural. Todos los anteriores son factores que generan estrés, frustración y depresión.

No sólo es incorrecto asignarle a la televisión el papel de causante principal de las influencias antisociales sobre la conducta, es igualmente inapropiado suponer que los mensajes antisociales difundidos por ésta sean por necesidad más fuertes que los prosociales. De hecho, es necesario considerar la posibilidad de que sea precisamente a la inversa. Si se fijara como meta, es factible que la televisión pudiera contribuir a acrecentar la toma de conciencia, a desarrollar el juicio crítico y a fomentar la elevación de los niveles culturales de la población. Tal vez suene utópico pero, como se sabe, las grandes utopías han sido sustento de grandes cambios.

Afirmar que los medios generan violencia es una aseveración difícil de demostrar. En el otro extremo, considerar que no tienen ningún efecto también es insostenible. Entre ambos extremos hay una gama de posibilidades por investigar y por enfrentar. Aunque los efectos del bombardeo de escenas

violentas que aparecen en el cine y la televisión tienen diversas consecuencias en los espectadores, en general dichos efectos no son directos, sino que se manifiestan mediatizados por múltiples factores y a largo plazo. Salvo casos excepcionales, la gente no imita las acciones de los personajes más violentos, y suele distinguir la violencia real de la ficticia.

La erradicación de la violencia explícita de los medios no puede llevar de manera directa a mejorar la convivencia social. Asimismo, tampoco puede pretenderse que represente una vía importante para erradicar la violencia del mundo real. En el remoto caso de que tal cosa fuera posible, equivaldría tan sólo al absurdo de tratar de tapar el sol con un dedo. No se puede transformar la realidad a partir de transmitir una idealización de ella en los medios. De este modo, la propuesta consiste más bien en promover una diversificación de los contenidos, pugnar por la objetividad y congruencia de las representaciones de la violencia y contrarrestar su peso con mensajes positivos. La transmisión informativa y bien intencionada de hechos violentos por televisión puede conducir a tomar conciencia de la realidad y motivar al cambio. Por el contrario, la censura suele acentuar el atractivo de lo prohibido.

Durante cerca de 50 años de abundante investigación sobre la violencia televisiva y sus efectos —tarea a la que las grandes potencias en particular han dedicado cuantiosas inversiones y amplia difusión y

penetración en áreas del poder político—, no ha habido, por alguna o por varias razones, ningún impacto sensible en los niveles de violencia de la programación.

De ahí la necesidad de intentar propuestas alternativas para utilizar los medios y contrarrestar sus posibles efectos nocivos. Más que considerar que los medios inducen directamente a la violencia, puede afirmarse que actúan a manera de catalizadores en la manifestación de conductas patológicas con bases preexistentes, las cuales terminarían manifestándose de una u otra manera. A la luz de ello, sería interesante desarrollar contenidos que propiciaran lo contrario.

Existen evidencias científicas de que los mensajes prosociales pueden ejercer tantos o más efectos que los antisociales sobre las actitudes y la conducta. Tales datos apoyan la idea de que los medios pueden desempeñar incluso un papel importante y positivo como apoyo para aliviar parte de la angustia de las víctimas de la violencia en la comunidad, como estímulo para reorientar el comportamiento de algunos agresores y como protección para los niños.

Aparte de las numerosas investigaciones en torno a la violencia en la televisión, también se han investigado otros aspectos de la misma. Existen muchas evidencias que fundamentan el papel educativo de la televisión con efectos importantes y positivos. Por lo mismo, ya no se puede considerar nada más a la

televisión como un elemento secundario e intrascendente, o como juguete electrónico destinado sólo a divertir o entretener. No es un entretenimiento inocuo. Es un elemento básico en los procesos actuales de aculturación y socialización.

Incluso desde el punto de vista más apocalíptico —que acusa a la televisión de alienar, manejar conductas, determinar creencias, dirigir opiniones y desinformar para uniformar la visión del mundo—, la propuesta es contrarrestar esa influencia mediante movimientos y articulaciones críticas de los grupos sociales a fin de nulificar la dictadura factual de la televisión sobre la conciencia colectiva.

Ante tal panorama, el modesto propósito que esperamos cumpla esta obra consiste en ofrecer un panorama integral sobre el tema y proponer algunas alternativas de acción. Como habrá resultado obvio, éstas no son originales, sino producto del trabajo y la reflexión de algunos de los especialistas citados. Todas ellas se han clasificado en términos de propuestas a los sectores más representativos de la sociedad.

SUGERENCIAS

A los padres

Recomendar que los padres vean la televisión junto con sus hijos puede ser poco viable. Sin embargo,

aunque la mayoría de los padres no dispone de tiempo suficiente para ello, sí sería recomendable que de vez en cuando observen los programas favoritos de sus hijos y que los comenten con ellos a fin de conocer su percepción y fomentar la recepción crítica. Se sugiere, asimismo, que los padres ofrezcan a sus hijos otras opciones de actividad recreativa.

De manera específica, las recomendaciones básicas son:

- Prestar atención a lo que ven sus hijos.
- Dialogar sobre los contenidos observados.
- Establecer límites al tiempo dedicado a la televisión.
- Promover actividades alternativas.

Las sugerencias anteriores pueden parecer utópicas frente a una realidad socioeconómica que obstaculiza seriamente las posibilidades de convivencia sana y formativa en la familia. La mayoría de padres y madres dedica al trabajo y al desplazamiento (en particular en la ciudad de México) muchas horas y enfrenta presiones demasiado graves para disponer del tiempo y la disposición necesarios para este tipo de formación.

En consecuencia, el uso de la televisión como “nana electrónica” no es fortuito, puede ser una necesidad fundamental para muchos. Sería conveniente contar con apoyos institucionales en esta lí-

nea, en términos de programas escolares de formación crítica, programas gubernamentales de promoción de actividades deportivas, sociales y recreativas, alternativas para uso del tiempo libre, programas eficientes y suficientes de guarderías y apoyo a madres (y en su caso, padres) trabajadores.

El objetivo, evidentemente, es el desarrollo de habilidades críticas en los receptores, tanto niños como jóvenes y adultos, y esto se logrará en mayor o menor medida en tanto se logre la participación de más elementos o sectores sociales con acciones concertadas en la misma dirección.

A los productores y escritores de programas

La recomendación básica no puede ser de ninguna manera excluir radicalmente la violencia de los programas; hacerlo sería absurdo, utópico e indeseable, porque alejaría a la televisión de la realidad. Las sugerencias van en el sentido de una actitud más responsable y comprometida por parte de los propietarios de los grandes medios, con base en un manejo responsable y ético respecto a la violencia.

Programas de diversos géneros pueden y deben contender con el tema de la violencia; la sugerencia es que éste se contextualice de manera apropiada. Las siguientes son algunas conclusiones sobre la manera responsable de abordar la violencia:

1. La violencia debe aparecer en forma realista, en términos de sus causas, efectos y contexto.
2. Los personajes que cometan actos violentos no deben hacerlo con excesiva facilidad o espontaneidad; además, es conveniente que se muestren las consecuencias de sus acciones.
3. Es recomendable mostrar opciones diversas a la violencia para resolver conflictos.
4. No siempre es necesario mostrar gráfica y detalladamente la violencia.
5. Los personajes violentos no deben mostrarse superficialmente. Es necesario ubicarlos y ofrecer antecedentes y posibles explicaciones de su conducta.
6. Es posible y deseable que se explore otro tipo de temáticas que puedan interesar a las grandes audiencias sin necesidad de explotar los contenidos violentos.

Asimismo, se requiere promover la creación de un código ético que no se centre sólo en los contenidos violentos o sexuales, sino en el sistema de valores que rige la programación.

Por otro lado, en muchos casos la violencia excesiva puede provenir de una escasez y pobreza de creatividad. Los buenos escritores debieran ser capaces de crear personajes multidimensionales cuyas motivaciones sean más importantes que las acciones violentas.

El reconocimiento de los riesgos que conlleva la exposición excesiva a la violencia debe motivar la búsqueda de alternativas a partir de elevar la calidad del contenido de la programación. La oportunidad podría aprovecharse como reto para desarrollar la creatividad y utilizar las habilidades de los mejores creativos. Se sugiere consideren que la calidad y el compromiso en términos de la promoción de valores y principios éticos no está reñida con el logro de objetivos económicos.

Los profesionales de la comunicación masiva deben tomar clara conciencia del impacto de su función, y asumir su responsabilidad individual respecto de los profundos efectos –positivos o negativos– que surte su trabajo en la sociedad. La televisión ha servido ya en diversas ocasiones para alimentar la violencia y la guerra. Es indispensable asumir una auténtica responsabilidad al respecto.

Al gobierno

Es indispensable que el gobierno defina su papel como regulador de la comunicación social, sin que ello implique que dicho papel se confunda con el de censor. Asimismo, es fundamental una actualización jurídica y normativa que rijan adecuadamente el funcionamiento de los sistemas de comunicación y sus medios.

Al sector educativo

Es importante que este sector se mantenga actualizado sobre la verdadera influencia que ejercen los medios en la vida y el desarrollo de los escolares a fin de trabajar con ellos para formar receptores críticos. Los maestros que tienden a satanizar a la televisión parten de un principio irreal y rompen la posibilidad de una comunicación positiva con los alumnos.

Salvo las escuelas superiores de comunicación, pocas instituciones educativas y excepcionalmente algunos maestros, incluyen en sus actividades académicas la utilización de la experiencia de sus alumnos con la programación televisiva como un elemento importante en términos de comentar, analizar, criticar y profundizar en sus contenidos, como base para una acción formadora. Muchos insisten en rivalizar con la televisión, pretendiendo que los alumnos la sustituyan por la lectura, ya sea de libros o periódicos. Intención loable pero raras veces exitosa. Sería importante considerar la posibilidad de discutir los programas y fomentar la creatividad de los alumnos a partir de los estímulos que reciben de los medios, generalmente comunes a la mayoría.

Asimismo, se sugiere considerar la posibilidad de incluir en los programas de estudio, en los niveles básico y medio, la relación con los medios de comu-

nicación como un tópico fundamental, a fin de sensibilizar a los alumnos a relacionarse con ellos de una forma más inteligente y crítica, comprendiendo los procesos psicológicos a través de los cuales los medios nos afectan.

A los investigadores

La mayor parte de la investigación reseñada en el libro en torno a esta temática se ajusta a los diversos enfoques que de una u otra forma definen el papel de la violencia en los medios en términos de disparos, sangre y muerte. Tales enfoques reducen el proceso comunicativo a sus funciones persuasivas o alienantes y a los medios a su carácter de aparatos omnipotentes y hegemónicos. Éste es el tipo de investigación y análisis en que se sustentan las posturas polarizadas a favor o en contra de los medios.

En este sentido, la propuesta es destacar la necesidad de desarrollar nuevas investigaciones contextualizadas en la situación nacional actual, bajo esquemas más amplios, plurales, interdisciplinarios, para lograr una aproximación a la violencia desde la cultura y, en consecuencia, desde las mediaciones que articula la cultura, desde los órdenes simbólicos y representaciones mentales por medio de las cuales diferentes sujetos de una sociedad le dan sentido a la existencia.

Al acercarse al fenómeno de la influencia de la violencia sobre los espectadores, se sugiere considerar algunos elementos de estudio importantes:

1. Examinar las experiencias infantiles con la violencia como un poderoso desorganizador del desarrollo en el curso del crecimiento psicológico.
2. Recopilar datos epidemiológicos de primera mano sobre la violencia en la comunidad.
3. Obtener un punto de vista claro sobre la "ecología de la violencia".
4. Aprender más sobre cómo actúan conjuntamente los medios masivos con factores individuales y situacionales que provocan la violencia.

A las organizaciones sociales

Como se ha planteado, la televisión constituye una empresa que vive del consumo de sus productos. Por tanto, la propuesta es similar a la desarrollada en otras áreas del consumo: combatir el consumismo indiscriminado mediante la participación activa de grupos orientados a la concientización del consumidor. Los organismos no gubernamentales, algunos de ellos, creados específicamente para este fin, pueden presionar y obligar a las empresas a alterar el contenido de su programación.

Somos lectores, radioescuchas y televidentes de los medios impresos y electrónicos y al mismo tiempo, somos consumidores de mensajes. Asumirnos como tales, no significa conformarnos ni subordinarnos a los medios masivos. Por el contrario, reconocernos como parte de un público muy diverso, pero que contribuimos a integrar y mantener, nos puede permitir reconocer, también, que tenemos derechos respecto de los medios.

Un derecho elemental, pero poco reivindicado, es el de protestar ante los medios. Otro, es el de discriminar entre uno y otro diario, o entre uno y otro canal o programa de televisión. Los grandes medios, con su enorme presencia y sus grandes atractivos, tienden a apabullarnos. Pero después de todo no serían nada si no contaran con lectores, televidentes o radioescuchas como nosotros. Somos nosotros quienes les damos sentido a ellos, aunque pocas veces nos demos cuenta.

Los medios son parte de la vida contemporánea, lo mismo en la cultura que en la economía y la política. Nos guste o no, los medios son elementos centrales en la construcción del tipo de país —y de mundo— al que podemos aspirar. La posibilidad de leer un diario o una revista, o de sintonizar una estación televisora, pero sobre todo la posibilidad de rechazar un artículo o un programa que no nos gusten o que consideremos mal hechos, o desagradables, o manipuladores, forma parte de nuestras opciones

como ciudadanos. En la medida en que seamos consumidores activos y reclamantes de los medios, estaremos ejerciendo uno de los derechos básicos de las democracias modernas, que es la capacidad de los lectores y espectadores para influir en la comunicación de masas. El público que se asuma como consumidor, como cliente que adquiere productos comunicativos, detenta el derecho de exigir mínimos de calidad. Se trata de reconocerse como actor y no sólo destinatario del proceso de comunicación masiva. Saber reclamar e interpretar los contenidos de los medios es parte del aprendizaje social que se requiere.

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abbagnano, N. (1974), *Diccionario de Filosofía*, 2a. ed., México, Fondo de Cultura Económica.
- Adoni, H., A. A. Cohen y S. Mane (1984), "Social reality and television news: Perceptual dimensions of social conflicts in selected life areas", *Journal of Broadcasting* 28(1):33-49.
- Ajzen, I. (1985), "From intentions to actions: a theory of planned behavior", en J. Kuhl y J. Beckmann (eds.), *Action-control: from cognition to behavior*, Heidelberg, Springer.
- _____, y M. Fishbein (1980), *Understanding attitudes and predicting social behavior*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall.
- Albarrán, G. (1996a), "Nishizawa, Premio de Artes: entre lo político y lo comercial, la televisión es un desperdicio", *Proceso* 1044:7.
- _____, (1996b), "Carballido, Premio de Literatura: Las dos televisoras combinan clasismo y racismo. Un bombardeo contra lo mexicano", *Proceso* 1044:8-9.
- Alder, C. (1992), "Violence, gender and social change", *International Social Science Journal* 132: 267-276.
- Allport, G. W. (1935), "Attitudes", en C. Murchinson (ed.), *Handbook of Social Psychology*, Worcester, Clark University Press.
- Alva de la Selva, A. R. (1988), "Radio: Punta de lanza del

- Consortio", en R. Trejo-Delarbre (coord.), *Las redes de Televisa*, México, Claves Latinoamericanas.
- American Psychological Association (1985), *Violence on TV: A Social Issue Release From the Board of Social and Ethical Responsibility for Psychology*, Washington, APA.
- Anderson, C. A. (1987), "Temperature and aggression: Effects on quarterly, yearly, and city rates of violent and nonviolent crime", *Journal of Personality and Social Psychology* 52:1161-1173.
- _____, K. B. Anderson y W. E. Deuser (1995), "Hot temperatures, hostile affect, hostile cognition, and arousal: Test of a general model of affective aggression", *Personality and Social Psychology Bulletin* 21:434-448.
- Anderson, J. A. (1983), "Television literacy and the critical viewer", en J. Bryant y D. Anderson (eds.), *Children's understanding of television: Research on attention and comprehension*, Nueva York, Academic Press.
- Andison, F. S. (1977), "TV violence and viewer aggression: A cumulation of study results 1956-1976", *Public Opinion Quarterly* 41:314-331.
- Archer, J. (1994), "Introduction. Male violence in perspective", en J. Archer (ed.), *Male violence*, Londres, Routledge, pp. 1-20.
- Armour, D. J. (1975), *Measuring the effects of television on aggressive behavior*, Santa Monica, CA, Rand.
- Arms, R. L., G. W. Russell y M. L. Sandilands (1979), "Effects on the hostility of spectators of viewing aggressive sports", *Social Psychology Quarterly* 42:275-279.
- Arredondo, P. (1989), "Presentación", en E. Sánchez-Ruiz (comp.), *Teledicción infantil ¿Mito o realidad?*, México, Universidad de Guadalajara.

- Atkin, C., B. Greenberg, F. Korzenny y S. McDermott (1979), "Selective exposure to televised violence", *Journal of Broadcasting* 23(1):5-13.
- Atkinson, R. L., R. C. Atkinson y E. R. Hilgard (1983), *Introduction to Psychology*, Nueva York, Harcourt Brace Javanovich.
- Bandura, A. (1965), "Influence of models' reinforcement contingencies on the acquisition of imitative responses", *Journal of Personality and Social Psychology* I: 589-595.
- ___ (1968), "What violence can do to your child", en O. N. Larsen (ed.), *Violence and the mass media*, Nueva York, Harper and Row, pp. 123-139.
- ___ (1973), *Aggression: A social learning analysis*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall.
- ___ (1978), "A social learning theory of aggression", *Journal of Communication* 28(3):12-29.
- ___, D. Ross y S. A. Ross (1961), "Transmission of aggression through imitation of aggressive models", *Journal of Abnormal & Social Psychology* 63:575-582.
- ___, ___ y ___ (1963a), "Imitation of film-mediated aggressive models", *Journal of Abnormal & Social Psychology* 66:3-11.
- ___, ___ y ___ (1963b), "Vicarious reinforcement and imitative learning", *Journal of Abnormal & Social Psychology* 67:601-607.
- ___, ___ y ___ (1977), *Social learning theory*, Englewood Cliffs, NJ, Prentice-Hall.
- ___, y R. H. Walters (1963c), *Social Learning and Personality Development*, Nueva York, Holt, Rinehart and Winston.

- Baron, R. A., y D. Byrne (1996), *Social Psychology*, 8a. ed., Boston, Mass., Allyn and Bacon.
- _____, y D. R. Richardson (1994), *Human aggression*, 2a. ed., Nueva York, Plenum Press.
- Baron, L., y M. A. Straus (1984), "Sexual stratification, pornography, and rape in the United States", en N. M. Malamuth y E. Donnerstein (eds.), *Pornography and Sexual Aggression*, Nueva York, Academic Press.
- _____, y _____ (1987), "Four theories of rape: A macro-social analysis", *Social Problems* 34:467-489.
- Barthes, R. (1976), "La semiología", *Revista Comunicación* 4:12, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- Belson, W. (1978), *Television violence and the adolescent boy*, Hampshire, England, Saxon House.
- Berelson, B. (1948), "Communications and Public Opinion", en W. Schramm (comp.), *Communications in Modern Society*, Urbana, Univ. of Illinois Press.
- Berkowitz, L. (1962), *Aggression: A social-psychological analysis*, Nueva York, McGraw-Hill.
- ____ (1964), "The effects of observing violence", *Scientific American* 210(2):36-41.
- ____ (1969), "The frustration aggression hypothesis revisited", en L. Berkowitz (ed.), *Roots of aggression*, Nueva York, Atherton Press, pp. 1-28.
- ____ (1974), "Some determinants of impulsive aggression: The role of mediated associations with reinforcements for aggression", *Psychological Review* 81:165-176.
- ____ (1984), "Some effects of thoughts on anti- and pro-social influences of media events: A cognitive neo-association analysis", *Psychological Bulletin* 95:410-427.
- ____ (1989), "Frustration-aggression hypothesis: Exami-

- nation and reformulation", *Psychological Bulletin* 106: 59-73.
- Berkowitz, L. (1997), "On the determinants and regulation of impulsive aggression", en S. Feshbach y J. Zagrodzka. (eds.), *Agresión. Biológica, desarrollada, and social perspectives*, Nueva York, Plenum Press, pp. 187-211.
- _____, y E. Rawlings (1963), "Effects of film violence on inhibitions against subsequent aggression", *Journal of Abnormal and Social Psychology* 66:405-412.
- Berlo, D. K. (1977), *El proceso de la comunicación*, Buenos Aires, Ateneo.
- Bisbal, M. (1996), "Violencia y televisión o el discurso de la conmoción social", en G. Orozco-Gómez (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- Bohmann, K. (1989), *Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México*, México, Patria.
- Bonilla, J. I. (1995), *Violencia, Medios y Comunicación. Otras pistas en la investigación*, México, Trillas.
- Borges, G., H. Rosovsky y C. J. Cherpitel (1996), "Male drinking and violence injury in and emergency room", *Alcoholism: Clinical and Experimental Research* 20(2): 97A-97A.
- _____, _____, E. Rodríguez y E. K. López (1990), "Alcohol consumption and its impact in Mexico, 1970-1983. Mortality and crime", *New Trends in Experimental and Clinical Psychiatry* 6(3):117-126.
- Bryant, J., R. Corveth y Brown (1981), "Television viewing and anxiety: An experimental examination", *Journal of Communication* 31(1):106-119.
- Burkle, M. (1994), "La comunicación: constitutivo esen-

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

- cial de la sociedad”, en G. Orozco-Gómez (coord.), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 6, México, Universidad Iberoamericana.
- Bushman, B. J. (1995), “Moderating role of trait aggressiveness in the effects of violent media on aggression”, *Journal of Personality and Social Psychology* 69(5):950-960.
- _____, y H. M. Cooper (1990), “Effects of alcohol on human aggression: An integrative research review”, *Psychological Bulletin* 107:341-354.
- Buss, A. H. (1961), *The psychology of aggression*, Nueva York, Wiley.
- Cadavid, A. (1989), *Para un estudio sobre medios de comunicación y violencia hoy en Colombia*, Signo y Pensamiento 15, Bogotá, Pontificia Universidad Javeriana, citado en J. I. Bonilla (1995).
- Camacho, A. (1994), *Las dimensiones de la democracia y la violencia en las Américas. Conferencia Interamericana sobre sociedad, violencia y salud*, Washington, D. C., Organización Panamericana de la Salud.
- Canadian Broadcasting Corporation (1975), *Dimensions of audience response to television programs in Canada*, citado por L. Vilches (1996), *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- Cantor, J. (1996), “Television and children’s fear”, en T. M. MacBeth (ed.), *Tuning in to young viewers. Social science perspectives on television*, Thousand Oaks, CA, Sage, pp.87-115.
- _____, M. L. Mares y M. B. Oliver (1993), “Parent’s and

- children's emotional reactions to TV coverage of the Gulf War", en B. S. Greenberg y W. Grantz (eds.), *Desert Storm and the mass media*, Creeskill, NJ, Hampton Press, pp. 325-340.
- Cantor, J., y A. I. Nathanson (1996), "Children's fright reactions to television news", *Journal of Communication* 46(4):139-152.
- _____, y M. B. Oliver (1996), "Developmental differences in responses to horror", en J. B. Weaver y R. Tamborini (eds.), *Horror films: Research on audience preference and reactions*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum, pp. 63-80.
- Caprara, G. V., P. Renzi, P. Amolini, G. D'Imperio y G. Travaglia (1984), "The eliciting cue value of aggressive slides reconsidered in a personal logical perspective: The weapons effect and irritability", *European Journal of Social Psychology* 14:313-322.
- Cárdenas, J. (1990), "Identidad nacional y medios de comunicación colectiva", en F. Prieto (comp.), *Diagnóstico de la Comunicación Social en México*, México, Premia.
- Carlson, J. M. (1983), "Crime show viewing by pre-adults; the impact on attitudes toward civil liberties", *Communication Research* 10(4).
- Carro, N. (1997), "De Película", *Tiempo Libre*, 906, 18-24 de septiembre, 10.
- Casas, M. L. (1995), "Los otros actores de la TV", en C. Gómez-Mont (coord.), *La metamorfosis de la televisión*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 8, México, Universidad Iberoamericana.
- Castilla del Pino, C. (1970), *La incomunicación*, Barcelona, Ediciones Península.

- Cauchy, V. (1992), "Modern societies and innate violence", *International Social Science Journal* 132:209-216.
- Cazeneuve, J. (1967), *Sociología de la radio-televisión*, Buenos Aires, Paidós.
- (1977), *El hombre telespectador*, Barcelona, Gustavo Gili.
- CEMPAE (1976), *La televisión y el niño de 3 a 6 años de edad*, México.
- Centerwall, B. S. (1989a), "Exposure to television as a cause of violence", en G. Comstock (ed.), *Public Communication and Behavior*, San Diego, Academic Press.
- (1989b), "Exposure to television as a risk factor for violence", *American Journal of Epidemiology* 129: 643-652.
- CIESPAL (1969), *Proceso y efectos de la comunicación colectiva*, Quito.
- Clemente, M., y M. A. Vidal (1996), *Violencia y televisión*, Madrid, Noesis.
- Cline, V. B., R. G. Croft y S. Courier (1973), "Desensitization of Children to Television Violence", *Journal of Personality and Social Psychology* 27:360-365.
- Cohen, A. A., y H. Adoni (1980), "Children's fear responses to real-life violence on television: The case of the 1973 Middle East War", *International Journal of Communication Research* 6:81-94.
- Cohen-Scat, G., y P. Fougeyrollas (1967), *La influencia del cine y la televisión*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Coleman, C. (1993), "The influence of mass media and interpersonal communication on societal and personal risk judgments", *Communication Research* 20(4): 611-628.
- Comstock, G. (1981), "New emphases in research on the

- effects of television and film violence”, en E. L. Palmer y A. Dorr (eds.), *Children and the faces of television: Teaching, violence, selling*, Nueva York, Academic Press.
- Comstock, G., y H. Paik (1991), *Television and the American Child*, Nueva York, Academic Press.
- Consejo Nacional de Población (1980), *La televisión y los niños*, México.
- Cook, T. D., D. A. Kendziersky y S. V. Thomas (1983), “The implicit assumptions of television research. An Analysis of the 1982 NIMH Report on Television and Behavior”, *Public Opinion Quarterly* 47:161-201.
- Corder-Bolz, C.R. (1982), “Television literacy and critical television viewing skills”, en D. Pearl, L. Bouthilet y J. Lazar (eds.), *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties*. Vol. 2. *Technical Reviews*, Washington, NIMH.
- Corona, S. (1989), *Televisión y juego infantil. Un encuentro cercano*, México, Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.
- Corsi, J. (1994), *Violencia familiar: Una mirada interdisciplinaria sobre un grave problema social*, Buenos Aires, Paidós, pp. 15-63.
- Cremoux, R. (1991), *Comunicación en cautiverio*, México, Planeta.
- Crovi, D. M. (1990), *La televisión por cable: el caso mexicano*, Cuaderno de Ciencias de la Comunicación núm. 1, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Cumberbatch, G., M. Lee y G. Hardy (1987), *Portrayal of violence on British Television*, Londres, British Broadcasting Corp.
- Charles, M. (1996), “Educación para la televisión en Amé-

- rica Latina: un recorrido permeado de esperanza”, en G. Orozco-Gómez (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- Cherpitel, C. J., A. Parés, J. Rodés y H. Rosovsky (1993), “Drinking in the injury event: A comparison of emergency room populations in the United States, Mexico and Spain”, *International Journal of Addictions* 28(10): 931-945.
- Cheung, C., y C. Chan (1996), “Television viewing and mean world value in Hong Kong’s adolescents”, *Social Behavior and Personality* 24(4):351-364.
- Chiland, C. (1994), “Human violence”, en E. Chiland y J. G. Young (eds.), *Children and violence*, Pennsylvania, Jason Aronson Inc., pp. 3-12.
- Chomsky, N., y E. S. Herman (1988), *Manufacturing Consent, The Political Economy of the Mass Media*, Nueva York, Phanteon Books.
- De Fleur, M. L. (1970), *Teorías de la comunicación masiva*, Buenos Aires, Paidós.
- De la Fuente, R., y M. E. Medina-Mora (1987), “Las adicciones en México. Vol. I. El abuso del alcohol y los problemas relacionados”, *Salud Mental* 10(2):3-13.
- ____ (1987), “El alcoholismo y el abuso del alcohol: Visión de conjunto”, *Salud Mental* 10(4):45-51.
- ____ (1977), “La salud mental en México”, *Salud Mental* 1(1):4-13.
- Delgado (1996), “Nuevos episodios de la guerra por el rating: el descuentón de Rocha y la paz unilateral de Azcárraga”, *Proceso* 1044:15.
- De Ridder, R. (1991), “Una concepción psicosocial acer-

- ca de la agresión", *Revista de Psicología Social y Personalidad* 7(1):81-92.
- Desjarlais, R., L. Esisenber, B. Good y A. Kleinman (1995), *World mental health. Problems and priorities in low-income countries*, Oxford University Press, Nueva York.
- DiLalla, L. F., e I. I. Gottesman (1991), "Biological and genetic contributors to violence-Widom's untold tale", *Psychological Bulletin* 109:125-129.
- Dollard, J., L. Doob, N. Miller, O. H. Mowrer y R. R. Sears (1939), *Frustration and aggression*, New Haven, CT, Yale University Press.
- Dominick, J. R., y B. S. Greenberg (1972), "Attitudes toward violence: The interaction of television exposure, family attitudes, and social class", en G. A. Comstock y E. A. Rubinstein (eds.), *Television and social behavior: Reports and content papers*. Vol. 3. *Television and adolescent aggressiveness*, Washington, U. S. Government Printing Office.
- Donnerstein, E., y L. Berkowitz (1981), "Victim reactions in aggressive erotic films as a factor in violence against women", *Journal of Personality and Social Psychology* 41:710-724.
- , D. Linz y S. Penrod (1987), *The question of pornography*, Londres, Free Press.
- Doob, A. N., y G. E. MacDonald (1979), "Television viewing and fear of victimization: Is the relationship causal?", *Journal of Personality and Social Psychology* 37(2): 170-179.
- Dorfman, A., y A. Mattelart (1974), *Para leer al pato Donald. Comunicación de Masa y Colonialismo*, 7a. ed., México, Siglo XXI Editores.

- Dorfman, A., y M. Jofre (1974), *Supermán y sus amigos del alma*, Buenos Aires, Galerna.
- Dorr, A., S. B. Graves y E. Phelps (1980), "Television literacy for young children", *Journal of Communication*, verano, pp. 71-83.
- , y P. Kovaric (1981), "Some of the people some of the time— but which people? Televised violence and its effects", en E.L. Palmer y A. Dorr (eds.), *Children and the faces of television: Teaching, violence, selling*, Nueva York, Academic Press.
- (1982), "Television and affective development and functioning", en D. Pearl, L. Bouthilet y J. Lazar (eds.), *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties*. Vol. 2. *Technical Reviews*, Washington, NIMH.
- Drabman, R., y M. Thomas (1974a), "Does media violence increase children's toleration of real life aggression?", *Developmental Psychology* 10(3):419-421.
- , y — (1974b), "Exposure to filmed violence and children's toleration of real life aggression?", *Personality and Social Psychology Bulletin* 1:198-199.
- , y — (1976), "Does watching violence on television cause apathy?", *Pediatrics* 57:329-331.
- Eagly, A. H. (1987), *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*, Hillsdale, N.J., Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Ebbesen, E. B., B. Duncan y V. J. Konecni (1975), "Effects of content of verbal aggression on future verbal aggression: A field experiment", *Journal of Experimental Social Psychology* 11:192-204.
- El Pequeño Larousse Ilustrado* (1996), Estados Unidos, Larousse.

- Emery, E., y H. L. Smith (1966), *El periodismo en los Estados Unidos*, México, Trillas.
- Erausquin, M. A., M. Vázquez y L. Matilla (1988), *Los Teleniños*, México, Fontamara.
- Eron, L. D. (1963), "Relationship of TV viewing habits and aggressive behavior in children", *Journal of Abnormal and Social Psychology* 67(2):193-196.
- ____ (1980), "Prescription for reduction of aggression", *American Psychologist* 35:244-252.
- ____ (1982), "Parent-child interaction, television violence, and aggression in children", *American Psychologist* 37:197-211.
- ____ , y L. R. Huesmann (1980), "Adolescent Aggression and Television", *Annals of the Nueva York Academy of Sciences* 347:319-331.
- ____ , _____ , P. Brice, P. Fischer y R. Mermelstein (1983), "Age trends in the development of aggression, sex typing, and related television habits", *Developmental Psychology* 19:71-77.
- ____ , _____ , M. M. Lefkowitz y L. O. Walder (1972), "Does television violence cause aggression?", *American Psychologist* 27:253-263.
- ____ , L. O. Walder y M. M. Lefkowitz (1971), *Learning of Aggression*, Boston, Little Brown.
- Esparza, L. (1984), *La política cultural del Estado mexicano y el desarrollo de la TV*, México, TICOM/UAM-X.
- Evans, E. D., y B. R. McCandless (1978), *Children and Youth*, Nueva York, Holt, Rinehart and Winston.
- Fenigstein, A. (1979), "Does aggression cause a preference for viewing media violence?", *Journal of Personality and Social Psychology* 37(12):2307-2317.

- Fernández-Christlieb, F. (1996), "Los Medios: De la docilidad al contrapoder ético?", *Nexos* 221, mayo, pp. 147-150.
- Feshbach, S. (1961), "The stimulating vs. Cathartic effects of a vicarious aggressive experience", *Journal of Abnormal and Social Psychology* 63:381-385.
- ____ (1976), "The role of fantasy in the response to television", *Journal of Social Issues* 32(4):71-85.
- ____ (1980), "Child abuse and the dynamics of human aggression and violence", en J. Gerbner, C. J. Ross y E. Zigler (eds.), *Child abuse: An agenda for action*, Nueva York, Oxford University Press.
- ____ (1997), "The psychology of aggression: Insights and Issues", en S. Feshbach y J. Zagrodzka. (eds.), *Aggression; biological, developmental, and social perspectives*, Nueva York, Plenum Press, pp. 213-235.
- ____, y R. D. Singer (1971), *Television and aggression: An experimental field study*, San Francisco, Jossey-Bass.
- Fishbein, M., e I. Ajzen (1975), *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Estados Unidos, Addison-Wesley.
- Freedman, J. L. (1984), "Effect of television violence on aggressiveness", *Psychological Bulletin* 96(2):227-246.
- ____ (1986), "Television violence and aggression: A rejoinder", *Psychological Bulletin* 100(3):372-378.
- ____ (1988), "Television violence and aggression: What the evidence shows", en S. Oskamp (ed.), *Applied Social Psychology Annual: Television as a Social Issue*, Newbury Park, CA, Sage.
- Friedlander, B. Z. (1993), "Community violence, children's development, and mass media: In pursuit of

- new insights, new goals, and new strategies", *Psychiatry* 56, febrero, pp. 66-81.
- Friedman, H. L., y R. L. Johnson (1972), "Mass media use and aggression: A pilot study", en G. A. Comstock y E. A. Rubinstein (eds.), *Television and social behavior: Reports and content papers*. Vol. 3. *Television and adolescent aggressiveness*, Washington, U. S. Government Printing Office.
- Friedrich-Cofer, L., y A. C. Huston (1986), "Television violence and aggression: The debate continues", *Psychological Bulletin* 100(3):364-371.
- Frijda, N. H., y B. Mesquita (1994), "The social roles and functions of emotions", en S. Kitayama y H.R. Markus (eds.), *Emotion and culture. Empirical studies of mutual influence*, Washington, D. C., American Psychological Association, pp. 51-87.
- Fuentes, R. (1986), "Enseñanza e investigación de la comunicación para el cambio social, algunas implicaciones de las condiciones actuales", en *Perspectivas sobre la investigación de la comunicación en México*, núm. 40, México, TICOM/UAM-X.
- (1990), "La formación universitaria de comunicadores en México. Una revisión general", en F. Prieto (comp.), *Diagnóstico de la Comunicación Social en México*, México, Premia.
- Fuenzalida, V. (s. f.), *La influencia cultural de la televisión*, Chile, CENECA.
- Gadow, K. D., y J. Sprafkin (1987), "Effects of viewing high versus low aggression cartoons on emotionally disturbed children", *Journal of Pediatric Psychology* 12:413-427.

- Gadow, K. D., J. Sprafkin y T. J. Ficarrotto (1987), "Effects of viewing aggression-laden cartoons on preschool-aged emotionally disturbed children", *Child Psychiatry and Human Development* 17:257-273.
- Geen, R. G. (1981), "Behavioral and physiological reactions to observed violence: Effects of prior exposure to aggressive stimuli", *Journal of Personality and Social Psychology* 40:868-875.
- ____ (1994), "Television and Aggression: Recent developments in research and theory", en D. Zillmann, J. Bryant y A. C. Huston (eds.), *Media, children and the family*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum.
- ____, y M. B. Quanty (1977), "The catharsis of aggression: An evaluation of a hypothesis", en L. Berkowitz (ed.), *Advances in experimental social psychology*, vol. 10, Nueva York, Academic Press.
- Genovés, S. (1993), *Sexo y violencia: Un acercamiento lento y distinto*, México, Instituto de Investigaciones Antropológicas.
- Gerbner, G. (1972), "Violence in television drama: Trends and symbolic functions", en G. A. Comstock y E. A. Rubinstein (eds.), *Television and social behavior: Reports and content papers*. Vol. 1. *Media content and control*, Washington, U. S. Government Printing Office.
- ____ (1977), "The real threat of television violence", en J. Fireman (ed.), *TV Book: The ultimate television book*, Nueva York, Workman Publishing Co., pp. 358-359.
- ____, y L. Gross (1976), "Living with television: the violence profile", *Journal of Communication* 26(2):172-199.
- ____, _____, M. Morgan y N. Signorielli (1980), "The mainstreaming of America: Violence Profile, núm. 11", *Journal of Communication* 30:10-29.

- Gerbner, G., L. Gross, N. Signorielli, M. Morgan y N. Jackson-Beeck (1979), "The demonstration of power: Violence Profile, núm. 10", *Journal of Communication* 29(3):177-196.
- _____, _____ y _____ (1986), "Television's mean world: Violence Profile, núms. 14-15. (University of Pennsylvania, Annenberg School of Communication)", en R. M. Liebert y J. Sprafkin, *The Early Window: Effects of television on children and youth*, Nueva York, Pergamon Press.
- _____, y N. Signorielli (1988), *Violence and terror in the mass media*, París, UNESCO.
- Gilligan, J. (1997), *Violence: Reflections on a National Epidemic*, Nueva York, Random House Inc.
- Goldstein, J. H., y R. L. Arms (1971), "Effects of observing athletic contests on hostility", *Sociometry* 34:83-90.
- Gómez de Silva, G. (1988), *Breve diccionario etimológico de la lengua española*, México, Fondo de Cultura Económica
- Gómez-Mont, C. (1990), "Nuevas tecnologías de Información. Análisis y prospectiva en México", en F. Prieto (comp.), *Diagnóstico de la Comunicación Social en México*, México, Premia.
- _____(coord.) (1995a), *La metamorfosis de la televisión*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 8, México, Universidad Iberoamericana.
- _____(1995b), "Art, technology and society: parameters for a non-explored field of communications research", *Mexican Journal of Communication* 2:41-54.
- Gomme, I. M. (1986), "Fear of crime among Canadians: A multi-variate analysis", *Journal of Criminal Justice* 14(3): 249-258.
- González-Alonso, C. (1989), *Principios Básicos de Comunicación*, México, Trillas.

- González, J. (1990), "Las vetas del encanto: Por los venenos de la producción mexicana de telenovelas", en F. Prieto (comp.), *Diagnóstico de la Comunicación Social en México*, México, Premia.
- Greenberg, B. S. (1975), "British Children and televised violence", *Public Opinion Quarterly* 38:531-547.
- Grijalbo (1986), *Diccionario Enciclopédico*, Barcelona.
- Guinsberg, E. (1991a), "Recuperar el estudio del receptor. Dialéctica subjetivo-social en los medios masivos", *Revista Telos* 25:23-37, Madrid, Fundesco.
- (1991b), "Medios masivos, salud mental y derechos humanos", ponencia presentada en Reunión Plenaria de la III Conferencia Internacional "Salud, Represión Política y Derechos Humanos", Santiago de Chile, 24-29 de noviembre.
- (1992), "Los medios masivos y la construcción del modelo neoliberal de identidad", *Rev. de Psicología de El Salvador* XI(46):303-316.
- (1994), "Acerca de medios de comunicación y construcción de la realidad", ponencia presentada en el XI Congreso Latinoamericano de Psicoterapia Analítica de Grupo, Buenos Aires, 17-19 de noviembre de 1994.
- Gunter, B. (1987), *Television and the fear of crime*, Londres, John Libbey & Company.
- , y A. Furnham (1983), "Personality and the perception of TV violence", *Journal of Personality and Individual Differences* 4(3):315-321.
- , y M. Wober (1983), "Television viewing and public perceptions of hazards to life", *Journal of Environmental Psychology* 3:325-335.
- (1988), "The perceptive audience", en J. Anderson

- (comp.), *Communication Yearbook*, vol. II, Newbury Park, Sage.
- Gutiérrez, J. L. (1988), "La industrialización del melodrama (Historia y estructura de la telenovela mexicana)", en R. Trejo-Delarbre (coord.), *Las redes de Televisa*, México, Claves Latinoamericanas.
- _____, F. Avilés y M. P. Lobato (1988), "Imevisión y Televisa: dos proyectos estratégicos", en R. Trejo-Delarbre (coord.), *Las redes de Televisa*, México, Claves Latinoamericanas.
- Halloran, J. D. (1970), *The effects of television*, Londres, Panther Books Limited.
- Haney, C., y J. Manzolatí (1980), "Television criminology: Network illusions of criminal justice realities", en E. Aronson (ed.), *Readings about the social animal*, San Francisco, W.H. Freeman.
- Hansen, C. H. (1989), "Priming sex-role stereotypic event schemas with rock music videos: Effects on impression favorability, trait inferences, and recall of a subsequent male-female interaction", *Basic and Applied Social Psychology* 10:371-391.
- _____, y R. D. Hansen (1988), "Priming stereotypic appraisal of social interactions: How rock music videos can change what's seen when boy meets girl", *Sex Roles* 19:287-316.
- _____, y _____ (1990), "Rock music videos and antisocial behavior", *Basic and Applied Social Psychology* 11:357-369.
- Harris, M. B. (1992), "Television viewing, aggression, and ethnicity", *Psychological Reports* 70:137-138.
- Hartnagel, T. F., J. J. Teevan y J. J. McIntyre (1975), "Te-

- levision violence and violent behavior", *Social Forces* 54:341-351.
- Hawkins, R. P., y S. Pingree (1981), "Uniform content and habitual viewing: Unnecessary assumptions in social reality effects", *Human Communication Research* 7 (4): 291-301.
- , y — (1982), "Television's influence on social reality", en D. Pearl, L. Bouthilet y J. Lazar (eds.), *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties*. Vol. 2. *Technical Reviews*, Washington, NIMH.
- Head, S. W. (1954), "Content analysis of television drama programmes", *Quarterly of Film, Radio and Television* 9:175-194.
- Hearold, S. (1986), "A synthesis of 1043 effects of television on social behavior", en G. Comstock (ed.), *Public Communication and Behavior*, San Diego, Academic Press.
- Heath, L., y K. Gilbert (1996), "Mass media and fear of crime", *American Behavioral Scientist* 39(4):379-386.
- Heider, F. (1946), "Attitudes and Cognitive organization", *Journal of Psychology* 21:107-112.
- Hennigan, K. M., M. L. del Rosario, L. Heath, T. D. Cook, J. D. Wharton y B. J. Calder (1982), "Impact of the introduction of television on crime in the United States: Empirical findings and theoretical implications", *Journal of Personality and Social Psychology* 42:461-477.
- Herrán, C. (1994), "Un salto no dado: de las mediaciones al sentido", en G. Orozco-Gómez (coord.), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 6, México, Universidad Iberoamericana.

- Hicks, D. J. (1968), "Effects of co-observer's sanctions and adult presence on imitative aggression", *Child Development* 38:303-309.
- Himmelweit, H., A. N. Oppenheim y P. Vince (1958), *Television and the Child*, Londres, Oxford University Press.
- Hokanson, J. E., y M. Burgess (1962a), "The effects of frustration and anxiety on overt aggression", *Journal of Abnormal and Social Psychology* 65:232-237.
- , y — (1962b), "The effects of three types of aggression on vascular processes", *Journal of Abnormal and Social Psychology* 64:446-449.
- , y R. Edelman (1966), "Effects of three social responses on vascular processes", *Journal of Personality and Social Psychology* 3:442-447.
- , y S. Shetler (1961), "The effect of overt aggression on physiological arousal", *Journal of Abnormal and Social Psychology* 63:446-448.
- Hornik, R. C. (1978), "Television access and the slowing of cognitive growth", *American Educational Research Journal* 15(1):1-15.
- Horton, R. W., y D. A. Santogrossi (1978), "The effect of adult commentary on reducing the influence of televised violence", *Personality and Social Psychology Bulletin* 4:37-40.
- Hovland, C. I., I. L. Janis y H. H. Kelley (1961), *Communication and Persuasion*, New Haven, Yale University Press.
- Huesmann, L. R. (1982), "Television violence and aggressive behavior", en D. Pearl, L. Bouthilet y J. Lazar (eds.), *Television and behavior: Ten years of scientific pro-*

- gress and implications for the eighties*. Vol. 2. *Technical Reviews*, Washington, NIMH.
- Huesmann, L. R. (1988), "An information processing model for the development of aggression", *Aggressive Behavior* 14:13-24.
- _____, y L. D. Eron (1986), *Television and the aggressive child: A cross-national comparison*, Hillsdale, L. Erlbaum.
- _____, _____, R. Klein, P. Brice y P. Fischer (1983), "Mitigating the imitation of aggressive behaviors by changing children's attitudes about media violence", *Journal of Personality and Social Psychology* 44(5):899-910.
- _____, _____, M. M. Lefkowitz y L. O. Walder (1984), "The stability of aggression over time and generations", *Developmental Psychology* 20:1120-1134.
- Hughes, M. (1980), "The fruits of cultivation analysis: A reexamination of some effects of television watching", *Public Opinion Quarterly* 44:287-302.
- Imbert, G. (1992), *Los escenarios de la violencia*, Barcelona, Icaria.
- Iwao, S., I. de Sola-Pool y S. Hagiwara (1981), "Japanese and U. S. media: some cross-cultural insights into TV violence", *Journal of Communication Disorders* 31(2): 28-36.
- Jacks, N. (1996), "Televisión, recepción, identidad: cuestiones e imbricaciones", en G. Orozco-Gómez (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- Jacobs, P. A., M. Brunton y M. M. Melville (1965), "Aggressive behavior, mental subnormality, and the XYY male", *Nature* 208:1351-1352.
- Janowitz, M. (1968), "The study of mass communication",

- en *International Encyclopedia of the social sciences*, Nueva York, Macmillan and Free Press, vol. 3, pp. 41-53.
- Jensen, K. B. (1992), "La política del multisignificado. Noticias en la televisión, conciencia cotidiana y acción política", en G. Orozco-Gómez (comp.), *Hablan los televidentes. Estudios de recepción en varios países*, México, Universidad Iberoamericana.
- Johnson, E. J., y A. Tversky (1983), "Affect, generalization, an perception of risk", *Journal of Personality and Social Psychology* 45:20-31.
- Johnston, W. M., y C. L. Davey (1997), "The psychological impact of negative TV news bulletins: The catastrophizing of personal worries", *British Journal of Psychology* 88:85-91.
- Kaplan, R. M., y R. D. Singer (1976), "Television Violence and Viewer Aggression: A re-examination of the evidence", *Journal of Social Issues* 32:35-70.
- Kaplún, M. (1973), *La comunicación de masas en América Latina*, Bogotá, Asociación de Publicaciones Educativas.
- (1996), "Ni impuesta ni amada: la recepción televisiva y sus tierras incógnitas", en G. Orozco-Gómez (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- Karli, P. (1997), "Conceptual and ethical problems raised by the study of brain behavior relationships underlying aggression", en S. Feshbach y J. Zagrodzka (eds.), *Aggression. Biological, developmental, and social perspectives*, Nueva York, Plenum Press, pp. 3-14.
- Katz, E. (1957), "The two-step flow of communication:

- An up-to-date report on a hypothesis", *Public Opinion Quarterly* 21(1):61-78.
- Katz, E., y M. Peled (1974), *Media functions in wartime: The Israeli home front in October 1973*, citado por L. Vilches (1996), *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- Kelly, L. (1988), *Surviving sexual violence*, Minneapolis. University of Minnesota Press.
- Kippax, S., y J. P. Murray (1980), *Using the mass media: need gratifications and perceived utility*, citado por L. Vilches (1996), *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- Klapper, J. T. (1972), "Los efectos sociales de la comunicación de masas", en W. Schramm (comp.), *La ciencia de la comunicación humana*, México, Roble.
- (1974), *Efectos de las comunicaciones de masas*, Madrid, Aguilar.
- Koop, C. E. (1987), "Report of the Surgeon General's workshop on pornography and public health", *American Psychologist* 42:944-945.
- Lagarde, M. (1996), *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*, Madrid, Horas y horas.
- Landi, O. (1996), "Pantallas, cultura y política", en G. Orozco-Gómez (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- Langham, J., y W. Stewart (1981), "Television viewing habits and other aggressive characteristics of normally aggressive and non-aggressive children", *Australian Psychologist* 16(1):123-133.
- Laplanche, J., y J.-B. Pontalis (1983), *Diccionario de Psicoanálisis*, 2a. ed. rev., Barcelona, Labor.

- Lasswell, H. D. (1927), *Propaganda Technique in the World War*, Nueva York, Alfred. A. Knopf.
- Lasswell, H. D. (1949), *Estructura y función de la comunicación en la sociedad. De Moragas M.: Sociología de la Comunicación de Masas*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Lazarsfeld, P. (1948), *Mass communication, popular taste and organized social action*, citado en W. Schramm (1960), *Mass Communications*, Urbana, University of Illinois Press.
- Lefkowitz, M. M., L. D. Eron, L. O. Walker y L. R. Huesmann (1977), *Growing up to be violent: A longitudinal study of the development of aggression*, Nueva York, Pergamon Press.
- , y L. R. Huesmann (1981), "Concomitants of television violence viewing in children", en E. L. Palmer y A. Dorr (eds.), *Children and the faces of television: Teaching, violence, selling*, Nueva York, Academic Press.
- Leifer, A., y D. Roberts (1972), "Children's response to television violence", en J. Murray, E. Rubinstein y G. Comstock (eds.), *Television and Social Behavior*, vol. 2, Washington, Government Printing Office.
- León-Portilla, M. (1998), "Enseñando a matar", *La Jornada*, 4 de abril, p. 58.
- Levine, M. (1996), *Viewing violence. How media violence affects your child's and adolescent's development*, Nueva York, Doubleday.
- Leyens, J. P., R. D. Parke, L. Camino y L. Berkowitz (1975), "Effects of movie violence on aggression in a field setting as a function of group dominance and cohesion", *Journal of Personality and Social Psychology* 32: 346-360.

- Leyens, J. P., G. Herman y M. Dunand (1982), "The influence of an audience upon the reactions to filmed violence", *European Journal of Social Psychology* 12:131-142.
- Liebert, R. M., y R. A. Baron (1972), "Some immediate effects of televised violence on children's behavior", *Developmental Psychology* 6:469-475.
- ____ (1986), "Effects of television on children and adolescents", *Developmental and Behavioral Pediatrics* 7:43-48.
- ____, y J. Sprafkin (1988), *The early window: Effects of television on children and youth*, Nueva York, Pergamon Press.
- Linz, D., E. Donnerstein y S. Penrod (1984), "The effects of multiple exposures to filmed violence against women", *Journal of Communication* 34:130-147.
- ____, ____ y S. M. Adams (1989), "Physiological desensitization and judgements about female victims of violence", *Human Communication Research* 15:509-522.
- ____, ____ y S. Penrod (1988), "Effects of long-term exposure to violent and sexually degrading depictions of women", *Journal of Personality and Social Psychology* 55:758-768.
- Litke, R. (1992), "Violencia y poder", *International Social Science Journal* 132:161-172.
- Lochard, G., y J. C. Soulages (1995), "Los imaginarios de la palabra televisual", en C. Gómez-Mont (coord.), *La metamorfosis de la televisión*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 8, México, Universidad Iberoamericana.
- Lolas, F. (1991), "Sobre la violencia: formas y justificaciones", *Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina* 3:205-209.

- Lorenz, K. (1966), *On aggression*, Nueva York, Bantam.
- Loye, D., R. Gorney y G. Steele (1977), "An experimental field study", *Journal of Communication* 27:206-216.
- Lull, J. (1980), "The social uses of television", *Human Communication Research* 6:197-209.
- ____ (1985), "Ethnographic studies of broadcast media audiences", en J. Dominick y J. Fletcher (comps.), *Broadcasting Research Methods*, Boston, Allyn and Bacon.
- ____ (1988), *World families watch television*, Newbury Park, Sage.
- ____ (1990), *Inside family viewing*, Londres y Nueva York, Routledge.
- Maccoby, E. E. (1972), "Los efectos de la televisión sobre los niños", en W. Schramm (comp.), *La ciencia de la comunicación humana*, México, Roble.
- Malamuth, N. M. (1986), "Predictors of naturalistic sexual aggression", *Journal of Personality and Social Psychology* 50:953-962.
- ____, y J. V. P. Check (1981), "The effects of media exposure on acceptance of violence against women: A field experiment", *Journal of Research in Personality* 15: 436-446.
- Mander, J. (1988), *Cuatro buenas razones para eliminar la televisión*, México, Gedisa.
- Marcuse, H. (1968), *El hombre unidimensional*, México, Joaquín Mortiz.
- Markus, H. R., y S. Kitayama (1994), "The cultural construction of self and emotion: Implications for social behavior", en S. Kitayama y H. R. Markus (eds.), *Emotion and culture. Empirical studies of mutual influence*,

- Washington, D. C., American Psychological Association, pp. 89-130.
- Marshall, W. L. (1989), "Pornography and sex offenders", en D. Zillmann y J. Bryant (eds.), *Pornography: Research Advances and Policy Considerations*, Hillsdale, Erlbaum.
- Martín-Barbero, J. (1987), *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*, México, G. Gili.
- _____, (1996), "Prólogo", en G. Orozco-Gómez (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- Martín-Serrano, M. (1985), *La producción de comunicación social*, Cuadernos del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, México, CONEICC.
- Mattelart, A. (1973), "La industria sésamo", *Revista Mexicana de Ciencia Política* 37-53, México, UNAM.
- _____, y M. Mattelart (1981), *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*, México, Siglo XXI Editores.
- Mattelart, M., y A. Mattelart (1987), *El carnaval de las imágenes. La ficción brasileña*, Madrid, Akal Comunicación.
- McCarthy, E. D., T. S. Langner, J. C. Gerstein, J. G. Eisenberg y L. Orzeck (1975), "Violence and Behavior Disorders", *Journal of Communication* 25:71-85.
- McGuire, W. J. (1986), "The myth of massive media impact: Savagings and salvagings", en G. A. Comstock (ed.), *Public Communication and Behavior*, San Diego, Academic Press.
- McIntyre, J. J., J. J. Teevan y T. Hartnagel (1972), "Television violence and deviant behavior", en G. A. Comstock y E. A. Rubinstein (eds.), *Television and social be-*

- havior: Reports and content papers*. Vol. 3. *Television and adolescent aggressiveness*, Washington, U. S. Government Printing Office.
- McLeod, J. M., C. K. Atkin y S. H. Chaffee (1972a), "Adolescents, parents and television use: Adolescent self-report measures from Maryland and Wisconsin samples", en G. A. Comstock y E. A. Rubinstein (eds.), *Television and social behavior: Reports and content papers*. Vol. 3, *Television and adolescent aggressiveness*, Washington, U. S. Government Printing Office.
- _____, ____ y ____ (1972b), "Adolescents, parents and television use: Self-report and other measures from the Wisconsin sample", en G. A. Comstock y E. A. Rubinstein (eds.), *Television and social behavior: Reports and content papers*. Vol. 3. *Television and adolescent aggressiveness*, Washington, U. S. Government Printing Office.
- McLuhan, M. (1969), *La comprensión de los medios como extensiones del hombre*, México, Diana.
- McQuail, D. (1969), *Sociología de los medios masivos de comunicación*, Buenos Aires, Paidós.
- ____ (1985), *Teoría de la comunicación masiva*, Buenos Aires, Paidós.
- Medina-Mora, M. E., M. C. Mariño y E. K. López (1993), "Situación epidemiológica en el hemisferio: México y Centroamérica", en *Las Adicciones: Hacia un enfoque multidisciplinario*, México, CONADIC.
- Mednick, S. A. (1981), "The learning of morality: Biosocial bases", en D. O. Lewis (ed.), *Vulnerabilities to delinquency*, Nueva York, SP Medical and Scientific Books, pp. 187-204.

- Mejía-Barquera (1995), "Echoes of Mexican media in 1993", *Mexican Journal of Communication* 2:71-91.
- Menéndez, A. (1969), *Comunicación-Desarrollo*, México, Asociación Nacional de la Publicidad, A. C.
- Meyer-Bahlburg, H. F. L. (1981), "Androgens and human aggression", en P. F. Brain y D. Benton (eds.), *The biology of aggression*, Rockville, MD, Sijthoff & Noordhoff, pp. 263-290.
- Michel, M. (1994), *Una nueva cultura de la imagen. Ensayos sobre cine y televisión*, México, Juan Pablos Editor.
- Milavsky, J. R., H. H. Stipp, R. C. Kessler y W. S. Rubens (1982), *Television and Aggression: A panel study*, Nueva York, Academic Press.
- Milgram, S., y R. L. Shotland (1973), *Television and Anti-social behavior: Field experiments*, Nueva York, Academic Press.
- Miller, J. (1972), *McLuhan*, Barcelona, Grijalbo.
- Mills, C. W. (1963), *La élite del poder*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Molitor, F., y K. W. Hirsch (1994), "Children's toleration of real-life aggression after exposure to media violence: A replication of the Drabman and Thomas studies", *Child Study Journal* 24(3):191-207.
- Monsiváis, C. (1996), "Y pues que paga el vulgo", *Proceso* 1044:40-42.
- ____ (1997), "No les des el gusto de que nomás te asesinen", *La Jornada Semanal* 145:4-5.
- Montagne, E. (1994), "Odiar sin culpa: Una reflexión psicoanalítica sobre los afectos y su relación con la violencia", en M. Lemlji (ed.), *Reflexiones sobre la violencia*, Perú, Biblioteca Peruana de Psicoanálisis, pp. 154-164.

- Moreno, A. (1977), "Medios de Comunicación: Incomunicación y Violencia", *El viejo Topo* 4:20.
- Morison, P., H. Kelly y H. Gardner (1981), "Reasoning about the realities on television: A developmental study", *Journal of Broadcasting* 26:229-242.
- Mullin, C. R., y D. Linz (1995), "Desensitization to violence against women: effects of exposure to sexually violent films on judgments of domestic violence victims", *Journal of Personality and Social Psychology* 69(3): 449-459.
- Murray, J. (1976), "Television and Violence: Implications of the Surgeon General's research program", en R. Brown (ed.), *Children and Television*, California, Sage Publications.
- Myers, D. G. (1995), *Psicología Social*, México, McGraw-Hill.
- National Coalition on Television Violence (1989), "TV Monitoring Results", *NCTV News* 10 (7-8):8-9.
- National Commission on the Causes and Prevention of Violence (1969), *To establish justice, to ensure domestic tranquility*, Washington, U. S. Government Printing Office.
- National Institute of Mental Health (NIMH Report) (1982), "Television and behavior: Ten years of Scientific Progress and Implications for the Eighties", en D. Pearl, L. Bouthilet y J. Lazar (eds.), Washington, U. S. Government Printing Office.
- Nicholson, J. (1984), *Men and Women. How different are they?*, Oxford, Oxford University Press.
- Nielsen and Company (1986), *Nielsen Report on television*, Nueva York.

- Ogles, R. M., y C. Hoffner (1987), "Film violence and perceptions of crime: The cultivation effect", en M. L. McLaughlin (ed.), *Communication year-book*, vol. 10, Newbury Park, CA, Sage, pp. 384-394.
- Ontario Psychological Association (1976), *Report of the Royal Commission on Violence in the Communication Industry*. Vol. I. *Approaches, conclusions and recommendations*, Toronto, Ontario, Ministry of Government Services.
- Orozco-Gómez, G. (coord.) (1994), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 6, México, Universidad Iberoamericana.
- (coord.) (1996a), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- (1996b), "La TV a fin de milenio: un medio poderoso, cuyo límite es la audiencia", en G. Orozco (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- (1996c), "El rescate televisivo, un desafío cultural de la audiencia", en G. Orozco-Gómez (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- Ortega, C. P. (1988), "Televisa: cine y video", en R. Trejo-Delarbre (coord.), *Las redes de Televisa*, México, Claves Latinoamericanas.
- Packard, V. (1957), *Las formas ocultas de la propaganda*, Buenos Aires, Sudamericana.
- Paik, H., y G. Comstock (1994), "The effects of television

- violence on antisocial behavior: A meta-analysis", *Communication Research* 21(4):516-546.
- Paoli, J. A. (1979), *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*, México, Trillas.
- Parke, R. D., L. Berkowitz, J. P. Leyens, S. West y R. J. Sebastian (1977), "Some effects of violent and nonviolent movies on the behavior of juvenile delinquents", en L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, Nueva York, Academic Press.
- Pérez, G. J. (1996), "Ética y televisión: Cuestionamientos, reflexiones y propuestas", en G. Orozco-Gómez (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- Phillips, D. P. (1983), "The impact of mass media on U. S. homicides", *American Sociological Review* 48:560-568.
- Piccini, M. (s. f.), "Notas sobre violencia y cultura", documento presentado en el II Foro Internacional de Comunicación, Perú, septiembre de 1987.
- Pictila, V. (1976), *Some Notes about violence in our mass media, specially in fictitious TV programmes*, citado por L. Vilches (1996), *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- Piscitelli, A. (1995), "Paleo-, Neo- y Post-Televisión. Del contrato pedagógico a la interactividad generalizada", en C. Gómez-Mont (coord.), *La metamorfosis de la TV*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 8, México, Universidad Iberoamericana.
- Pitkanen, L. (1979), "Self-control as a prerequisite for constructive behavior", en S. Feshbach y A. Fraczek (eds.), *Aggression and behavior change*, Nueva York, Praeger.

- Potter, W. J., y W. Ware (1987), "An analysis of the context of antisocial acts on prime-time television", *Communication Research* 14:664-686.
- ____ (1991), "Examining cultivation from a psychological perspective", *Communication Research* 18:77-102.
- ____ (1993), "Cultivation theory and research: A conceptual critique", *Human Communication Research* 19:564-601.
- Prieto, F. (1990a), *Cultura y Comunicación*, México, Premia.
- ____ (1990b), "Violencia y TV", en F. Prieto (comp.), *Diagnóstico de la Comunicación Social en México*, México, Premia.
- Prix-Jeneusse (1976), *Television and Socialization process in the family*, citado por L. Vilches (1996), *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- Radford, J. (1992), "Introduction", en J. Radford y D. E. H. Russell (eds.), *Femicide. The politics of woman killing*, Nueva York, Twayne Publishers.
- Renfrew, J. W. (1997), *Aggression and its causes. A biopsychosocial approach*, Nueva York, Oxford University Press.
- Roberts, D. F., P. Christenson, W. A. Gibson, L. Mooser y M. E. Goldberg (1980), "Developing discriminating consumers", *Journal of Communication*, verano, pp. 94-105.
- ____, y Maccoby N. (1985), "Effects of mass communication", en G. Lindzey y E. Aronson (eds.), *Handbook of Social Psychology*, Nueva York, Random House.

- Robina, S. (1995), "The hemispheric village: the case of Televisa", *Mexican Journal of Communication* 2:71-91.
- Robinson, J. P., y J. G. Bachman (1972), "Television viewing habits and aggression", en G. A. Comstock y E. A. Rubinstein (eds.), *Television and social behavior: Reports and content papers*. Vol. 3. *Television and adolescent aggressiveness*, Washington, U. S. Government Printing Office.
- Robinson, T. S. (1972), *Toward defining the functions of television*, citado por L. Vilches (1996), *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- Rodríguez, C., J. Esteban, M. Takeuchi, T. Clausen y R. Scott (1995), "Televised violence: A Japanese, Spanish, and American comparison", *Psychological Reports* (77):995-1000.
- Rosovsky, H. (1996), "Accidentes y conducta violenta asociados a la ingesta de alcohol en la ciudad de México: hacia una estrategia preventiva", en O. Rivero y G. Ponciano (eds.), *Riesgos Ambientales para la Salud en la Ciudad de México*, México, Programa Universitario de Medio Ambiente.
- _____, L. Casanova, R. A. Gutiérrez y L. González (1994), "Los accidentes y la violencia en México: el consumo de alcohol como factor de riesgo", en Instituto Mexicano de Psiquiatría (ed.), *Anales*, Reseña de la IX Reunión de Investigación, México, IMP.
- _____ (1993), "Prevención de accidentes y violencias: el consumo de alcohol como factor de riesgo", *Psicología y Salud*, enero-junio, pp. 47-53.
- _____, A. Narváez, G. Borges y L. González (1992), "Evo-

- lución del consumo *per capita* de alcohol en México”, *Salud Mental* 15(1):35-41.
- Rosovsky, H., y J. L. López (1986), “Violencia y accidentes relacionados con el consumo de alcohol en la población registrada en una agencia investigadora del ministerio público del D. F.”, *Salud Mental* 9(3):72-76.
- Rowland, W., Jr. (1982), “The symbolic uses of effects: Notes on the TV violence inquiries and the legitimation of Mass Communications Research”, *Communication Yearbook* 5:399-401, Estados Unidos, Transaction Books.
- Rowland, W. D. (1983), *The politics of the TV violence*, Beverly Hills, Sage.
- Rubin, A., E. Perse y D. Taylor (1988), “A methodological examination of cultivation”, *Communication Research* 15(2):107-134.
- Ruiz, A. (1996), “Televisa o TV Azteca ofrecen lo mismo: lo morboso, lo violento, lo imbécil: Pablo Latapí”, *Proceso* 1044:6-11.
- Rule, B. G., y T. J. Ferguson (1986), “The effect of media violence on attitudes, emotions and cognitions”, *Journal of Social Issues* 42:29-50.
- , y A. R. Nesdale (1976), “Emotional arousal and aggressive behavior”, *Psychological Bulletin* 83:851-863.
- Sánchez, E. (1996), “El nuevo carácter de la dependencia: la globalización y el espacio audiovisual”, en G. Orozco-Gómez (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión*, Ensayos del PROICOM/2, México, Universidad Iberoamericana.
- Santa Bárbara, J. (1994), *Towards a non-violent society*. Pre-

- sented at "Creating the future: Alternatives to Violence", in Madison, Wisconsin, publicado en internet.
- Saussure, F. (1967), *Lingüística General*, Buenos Aires, Losada.
- Schneider, H. J. (1989), "La criminalidad en los medios de comunicación de masas. Derecho Penal y Criminología", *Revista del Instituto de Ciencias Penales y Criminológicas* XI(37), enero-abril.
- Schorr, L. B. (1989), *Within our Reach: Breaking the cycle of Disadvantage*, Anchor.
- Schramm, W., J. Lyle y E. Parker (1961), *Television in the Lives of Our Children*, Stanford, Stanford University Press.
- ____ (1971), *The process and effects of mass communication*, Urbana, University of Illinois Press.
- Schramm, W. (1972), *La ciencia de la comunicación humana*, México, Roble.
- Scott-Andison, F. (1977), "TV, Violence and Aggression", *Public Opinion Quarterly*, otoño, pp. 315-319.
- Shannon y Weaver (1949), *The Mathematical Theory of Communication*.
- Shrum, L. J. (1995), "Assesing the social influence of television: A social cognition perspective on cultivation effects", *Communication Research* 22(4):402-429.
- ____, y T. C. O'Guinn (1993), "Processes and effects in the construction of social reality: Construct accessibility as an explanatory variable", *Communication Research* 20:436-471.
- Siegel, A. (1958), "The influence of violence in the mass media upon children's role expectations", *Child Development* 29:36-56.

- Signorelli, N. (1990), "Television's mean and dangerous world", en *Cultivation Analysis*, Newbury Park, Londres, Sage.
- _____, G. Gerbner y M. Morgan (1995), "Violence on Television: The Cultural Indicators Project", *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 39:278-283.
- Singer, D. G., D. M. Zuckerman y J. L. Singer (1980), "Helping elementary school children learn about TV", *Journal of Communication*, verano, pp. 85-93.
- Singer, J. L. (1971), "The influence of violence portrayed in television or motion pictures upon overt aggressive behavior", en L. J. Singer (comp.), *The control of aggression and violence*, Nueva York, Academic Press.
- _____, y D. G. Singer (1980), *Television, Imagination and Aggression: A Study of Preschooler's Play*, Hillsdale, NJ, Erlbaum.
- _____, _____ y W. Rapaczynsky (1984a), "Family patterns and television-viewing as predictors of children's beliefs and aggression", *Journal of Communication* 34(2): 73-89.
- _____, _____ y _____ (1984b), "Family patterns and television-viewing: A longitudinal study", *Genetic Psychology Monographs* 110:43-69.
- Sprafkin, J., K. D. Gadow y P. Grayson (1987), "Effects of viewing aggressive cartoons on the behavior of learning disabled children", *Journal of Child Psychiatry* 28: 387-398.
- _____, _____ y _____ (1988), "Effects of cartoons on emotionally disturbed children's social behavior in school settings", *Journal of Child Psychology* 29:91-99.
- St. Lawrence, J. S., y D. J. Joyner (1991), "The effects of

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

- sexually violent rock music on males' acceptance of violence against women", *Psychology of Women Quarterly* 15:49-63.
- Steinberg, C. S., y A. W. Bluem (1972), *Medios de Comunicación Social*, México, Roble.
- Stephens, C. J., A. Parés, J. Rodés y H. Rosovsky (1992), "Validity of self-reported alcohol consumption in the emergency room: Data from the United States, Mexico and Spain", *Journal of Studies on Alcohol* 53(3): 203-207.
- Surgeon General's Scientific Advisory Committee on Television and Social Behavior (1972), *Television and Growing up: The impact of televised violence*, Washington, D. C., Government Printing Office.
- Tannenbaum, P. (1980), *The entertainment Functions of Television*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum Associates.
- Tannenbaum, P. H., y D. Zillmann (1975), "Emotional arousal in the facilitation of aggression through communication", en L. Berkowitz (ed.), *Advances in Experimental Social Psychology*, vol. 8, Nueva York, Academic Press, pp. 149-192.
- Taylor, M. C., y E. Saarinen (1994), *Imagologies: media philosophy*, Londres, Nueva York, Routledge.
- Thomas, M. H., R. W. Horton, E. C. Lippincott y R. S. Drabman (1977), "Desensitization to portrayal of real-life aggression as a function of exposure to television violence", *Journal of Personality and Social Psychology* 35:450-458.
- Timmer, S. G., J. Eccles y K. O'Brien (1985), "How children use time", en F. T. Juster y F. P. Stafford (eds.), *Time, goods, and well-being*, Ann Arbor, Institute for Social Research, Univ. of Michigan.

- Toussaint, F. (1989), *Crítica de la información de masas*, México, Trillas.
- (1997), “Medios en disputa”, *Proceso* 1082:65, 27 de julio de 1997.
- Trejo-Delarbre, R. (coord.) (1988), *Las redes de Televisa*, México, Claves Latinoamericanas.
- (1991), *Ver, pero también leer. Televisión y Prensa. Del consumo, a la democracia*, México, INCO y Gernika.
- (1997), *Volver a los medios. De la crítica a la ética*, México, Ediciones Cal y Arena.
- Tuan, Y.-F. (1979), *Landscapes of fear*, Pantheon Books.
- Turner, A. K. (1994), “Genetic and hormonal influences on male violence”, en J. Archer (ed.), *Male violence*, Londres, Routledge, pp. 233-252.
- Turner, C. W., y L. Berkowitz (1972), “Identification with film aggressor (covert role taking) and reactions to film violence”, *Journal of Personality and Social Psychology* 21:256-264.
- Tyler, T. (1980), “The impact of directly and indirectly experienced events. The origins of crime-related judgements and behaviors”, *Journal of Personality and Social Psychology* 39:13-28.
- , y F. Cook (1984), “The mass media and judgement of risk. Distinguishing impact on personal and societal level judgements”, *Journal of Personality and Social Psychology* 47:693-708.
- UCLA (1997), *Television violence monitoring Project. Los Angeles, Cal.*, UCLA Center for Communication Policy, (<http://www.ucla.edu/current/hotline/violence/toc.htm>).
- Van Soest, D. (1997), *The global crisis of violence. Common*

- problems, universal causes, shared solutions*, Washington, D. C., National Association of Social Workers.
- Varela, J., y F. Álvarez-Uría (1989), *Sujetos frágiles. Ensayos de sociología de la desviación*, Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- Viemero, V., y S. Paajanen (1992), "The role of fantasies and dreams in the TV viewing-aggression relationship", *Aggressive Behavior* 18(2):109-116.
- Vilches, L. (1996), *La televisión. Los efectos del bien y del mal*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- Volkow, N. D., y L. Tancredi (1987), "Neural substrates of violent behaviors: A preliminary study with positron emission tomography", *British Journal of Psychiatry* 151:668-673.
- Vooijs, M. W., y T. H. A. van der Voort (1990), "Teaching television: The effects of critical television viewing curricula", *International Journal of Educational Research* 14:543-552.
- Vooijs, M. W., y T. H. A. van der Voort (1993), "Learning about television violence: The impact of critical viewing curriculum on children's attitudinal judgements of crime series", *Journal of Research and Development in Education* 26(3):133-142.
- Walters, R., y D. Willow (1968), "Imitative behavior of disturbed and nondisturbed children following exposure to aggressive and nonaggressive models", *Child Development* 39:79-89.
- Warren, H. C. (ed.) (1948), *Diccionario de psicología*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Widom, C. S. (1989), "Does violence beget violence? A

- critical examination of the literature", *Psychological Bulletin* 106:3-28.
- Widom, C. S. (1991), "A tail and untold tale: Response to "Biological and genetic contributors to violence-Widom's untold tale", *Psychological Bulletin* 109:130-132.
- Williams, K. R. (1984), "Economic sources of homicide: Reestimating the effects of poverty and inequality", *American Sociological Review* 49:283-289.
- Williams, T. M., M. L. Zabrack y A. J. Lesley (1982), "The portrayal of aggression on North American television", *Journal of Applied Social Psychology* 12:360-380.
- Wober, M., y B. Gunter (1982), "Television and personal threat: Fact or artifact? A British survey", *British Journal of Social Psychology* 21:239-247.
- Wolf, M. (1987), *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*, Barcelona, Paidós.
- _____ (1994), *Los efectos sociales de los media*, Barcelona, Paidós.
- Wood, W., F. Y. Wong y J. G. Chachere (1991), "Effects of media violence on viewers' aggression in unconstrained social interaction", *Psychological Bulletin* 109(3): 371-383.
- Wright, C. R. (1969), *La Comunicación de Masa*, México, Paidós.
- Young, J. G., J. R. Brasic, B. Sheitman y M. Studnick (1994), "Brain mechanisms mediating aggression and violence", en E. Chiland y J. G. Young (eds.), *Children and violence*, Pennsylvania, Jason Aronson Inc., pp. 3-12.
- Zillmann, D. (1980), "Anatomy of suspense", en P. H.

Tannenbaum (ed.), *The entertainment functions of television*, Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum.

Zillmann, D. (1982), "Television viewing and arousal", en D. Pearl, L. Bouthilet y J. Lazar (eds.), *Television and social behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties*. Vol. 2. *Technical reports*, Rockville, MD, National Institute of Mental Health, pp. 53-67.

_____, yJ. Wakshlag (1985), "Fear of victimization and the appeal of crime drama", en D. Zillmann y J. Bryant (eds.), *Selective exposure to communication*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum.

_____ (1989), "Effects of prolonged consumption of pornography", en D. Zillmann y J. Bryant (eds.), *Pornography: Research advances and policy considerations*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum.

P S I K O L I B R O

ÍNDICE

<i>Agradecimientos</i>	7
<i>Prólogo</i>	9
<i>Introducción</i>	13
I. <i>Violencia, definiciones y teorías</i>	21
Una introducción necesaria	22
Agresividad, agresión y violencia	24
Agresividad, 24; Agresión, 25; Violencia, 28	
¿Por qué la violencia?	35
Mecanismos biológicos asociados con la agresión humana	37
La herencia de la conducta agresiva, 37; Estu- dios de familia, 38; Estudios con gemelos, 39; Estudios con hijos adoptados, 39; Estudios con seres humanos con anormalidades genéticas, 41; Las hormonas y la conducta agresiva, 44; La conducta agresiva y el cerebro, 45	
La agresión como conducta instintiva	50
El psicoanálisis, 51; Las perspectivas evolucion- istas, 53; La etología, 53	
La agresión como impulso provocado	54
Hipótesis de frustración-agresión, 54	

PSIKOLIBRO

Procesos emocionales y cognitivos en la agresión	56
La agresión como conducta aprendida	59
Aprendizaje social, 59	
Transmisión intergeneracional de la violencia	61
Diferencias en la agresión y la violencia de hombres y mujeres	62
Aceptación y legitimación de la violencia	67
Pobreza y desigualdad como determinantes de la violencia	70
Comentario final	74
II. <i>La comunicación masiva y sus medios</i>	77
Cómo funciona la comunicación	80
Medios masivos y sociedad de masas	87
Clasificación y niveles de penetración	92
La prensa, 93; El cinematógrafo, 96; La radio, 97; La televisión, 99; Los nuevos medios, 101; El video, 102; Los videojuegos, 104; La televisión por cable, 104	
Comparación entre los principales medios	105
Televisión y telespectadores	109
Teleadicción	113
III. <i>Abordaje científico de la comunicación masiva</i>	116
Funcionalismo	119
Estructuralismo	125

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

Materialismo histórico	134
Psicoanálisis	144
Usos y gratificaciones	148
Nuevas corrientes	154
Televisión e ideología	168
Construcción social de la realidad	176
IV. <i>Efectos de los medios</i>	184
La aguja hipodérmica	190
Aprendizaje social	195
Actitudes y opiniones	196
Cultivo	197
Catarsis	200
Efectos principales	201
Imitación, 203; Identificación, 204; Persuasión, 205; Motivación, 205; Manipulación, 206; Acti- vación, 206; Catarsis, 206; Evasión, 207; Efec- to narcotizante, 207; Desensibilización, 208	
Síntesis	209
V. <i>Medios de comunicación y violencia</i>	218
Violencia en los medios impresos	220
Violencia en el cine	222
Violencia en la televisión	225
Teorías estudiadas	231
Teoría de los efectos generalizados del estímulo, 232; Teoría de los efectos limitados, 234; Teoría del aprendizaje observacional, 236; Teo- ría de la exposición selectiva, 237; Teorías del	

cambio de actitudes, 238; Teoría del refuerzo, 240; Teoría del cultivo, 241; Teoría de la desensibilización, 242; Teoría de la catarsis, 243

Investigaciones realizadas 245

Análisis de contenido, 246; Encuestas de población, 256; Estudios experimentales de casos, 273

Acuerdos y desacuerdos 289

VI. *Violencia a domicilio: El enfoque crítico* . . . 307

El debate desde la cultura 324

¿Por qué hay cada vez más violencia en la televisión? 326

La violencia como espectáculo 331

Violencia sexual 336

Las otras violencias 339

Publicidad y frustración 344

La cuestión ética 351

VII. *Televisión y miedo al crimen* 360

Introducción 360

Los efectos de la televisión 364

Algunas explicaciones a estos efectos . . . 366

Teoría del cultivo, 366; Críticas a la teoría del cultivo, 371

Violencia televisiva, emociones y procesamiento de información 373

La violencia televisiva y el miedo en los niños 377

Dificultades en la investigación sobre televisión y miedo al crimen	383
La fascinación por la violencia presentada en televisión	385
Comentarios finales	389
VIII. <i>El caso de México</i>	391
Surgimiento y desarrollo de la televisión	392
Televisión y poder	399
La reglamentación nacional	403
Contenidos violentos en la programación nacional	411
Situación actual	420
Perspectivas alentadoras	435
Recepción crítica de los medios	439
IX. <i>Conclusiones</i>	446
Sugerencias	459
A los padres, 459; A los productores y escritores de programas, 461; Al gobierno, 463; Al sector educativo, 464; A los investigadores, 465; A las organizaciones sociales, 466	
<i>Referencias bibliográficas</i>	469

P
S
I
K
O
L
I
B
R
O

P S I K O L I B R O

Este libro se terminó de imprimir y encuadernar en el mes de septiembre de 2000 en Impresora y Encuadernadora Progreso, S. A. de C. V. (IEPSA), Calz. de San Lorenzo, 244; 09830 México, D. F. Se tiraron 2 000 ejemplares.

Sarah García Silberman • Luciana Ramos Lira
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y VIOLENCIA

Este libro ofrece al lector una visión amplia y actualizada sobre un tema que ha preocupado durante varias décadas a la sociedad: la violencia en los medios de comunicación. El tema ha sido motivo de encendidos debates y numerosas declaraciones provenientes de los más diversos sectores sociales en México, sobre todo en fechas recientes, a partir del manifiesto incremento de los niveles de violencia en todos los ámbitos de la vida cotidiana, y del simultáneo aumento de los contenidos violentos en los medios masivos de difusión, sobre todo en la programación televisiva.

El texto revisa la compleja y prolongada relación que ha existido entre los medios y la violencia y analiza las diversas interpretaciones que se han dado a éste fenómeno. Ofrece además la posibilidad de tener una mejor comprensión del mismo, tras conocer los principales enfoques científicos que han abordado su estudio y las conclusiones a las que han llegado algunos expertos destacados en el campo de la investigación sobre la comunicación de masas y sus efectos; en consecuencia, permite concebir acciones viables para establecer una relación más saludable entre los medios y su público.

La doctora Sarah García Silberman es investigadora de la División de Investigaciones Epidemiológicas y Sociales del Instituto Mexicano de Psiquiatría y jefa del Centro de Información en Salud Mental y Adicciones de la misma institución.

La doctora Luciana Ramos Lira es investigadora titular de la División de Investigaciones Epidemiológicas y Sociales del Instituto Mexicano de Psiquiatría y maestra de la División de Estudios de Posgrado de la Facultad de Psicología de la UNAM.



COLECCIÓN POPULAR
INSTITUTO MEXICANO DE PSIQUIATRÍA
FONDO DE CULTURA ECONÓMICA
MÉXICO

www.fce.com.mx 00100



9 789681 656539