

MEDIOS DE COMUNICACIÓN ELECTRÓNICOS Y VIOLENCIA

Sarah GARCÍA-SÍLBERMAN
Alberto JIMÉNEZ TAPIA*

SUMARIO: I. *Introducción*. II. *La televisión en México*.
III. *Televisión y violencia*. IV. *Las otras violencias*.
V. *La reglamentación nacional*. VI. *La cuestión ética*.
VII. *Perspectivas alentadoras*. VIII. *Conclusiones*.
IX. *Sugerencias*. X. *Bibliografía*.

I. INTRODUCCIÓN

Discutir sobre el problema de la violencia en los medios de comunicación implica el riesgo de caer en lugares comunes, en la repetición de argumentos gastados y muy expresados en los escenarios más diversos.

A medio siglo de la existencia de la televisión, la preocupación por sus efectos sobre la sociedad ha sido igualmente intensa y creciente. Desde la década de los cincuenta, especialistas provenientes de diversas disciplinas empezaron a investigar la influencia ejercida por la exposición a este medio. El cúmulo de investigaciones publicadas al respecto alcanza actualmente cifras de cuatro dígitos, por lo que resulta muy difícil sistematizar e integrar sus resultados, los cuales han sido muy diversos, según el

* Investigadores de la División de Investigaciones Epidemiológicas y Sociales del Instituto Nacional de Psiquiatría "Ramón de la Fuente".

enfoque teórico seguido, la metodología utilizada y los objetivos perseguidos, llegando incluso a ser contradictorios.

Este debate generó dos posturas fundamentales que apuntan en direcciones opuestas: la de los efectos negativos o dañinos y la de los efectos benéficos o positivos. El único punto de acuerdo es que los medios sí ejercen un impacto sobre el auditorio. Con excepción de él, hay discrepancias respecto del tipo de influencia generada y del proceso seguido.

La postura que sostiene que la televisión tiene efectos positivos menciona que ésta constituye:

- Un poderoso factor de acercamiento entre las clases sociales y las naciones.
- Un medio para expandir la cultura.
- Un elemento de participación universal en los valores fundamentales de la civilización.
- Un entretenimiento inofensivo.
- Un medio de información eficiente.
- E incluso un apoyo de tipo catártico que permite eliminar tensiones perjudiciales.

En el otro extremo está la tendencia a responsabilizarla de múltiples efectos negativos, como:

- Reducir el nivel de los gustos culturales de la audiencia.
- Contribuir a un deterioro moral general.
- Inducir a la superficialidad.
- Suprimir la creatividad.
- Aumentar la tasa de delincuencia.
- Desarrollar en los espectadores la tendencia a la conducta violenta.
- Desensibilizar a la gente ante el sufrimiento de otros.

Por supuesto que no se descarta el hecho de que ambas perspectivas tienen ciertos elementos de verdad, sin embargo, en un punto intermedio, se plantea que la televisión no es en sí un fac-

tor de transformación decisiva en un sentido u otro, sino que sólo 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.

Ante este panorama general, sería ingenuo pretender que la televisión sirve sólo para informar y entretener. Los programas que se transmiten, al margen de su género, proyectan una noción determinada de la realidad. Asimismo, presentan modelos a seguir 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.

En las últimas décadas, el mundo ha sido víctima de un número creciente de eventos violentos de todo tipo, que abarcan desde la violencia doméstica y la delincuencia común, hasta conflictos internacionales de gran magnitud. En México estamos viviendo una etapa particularmente difícil en torno al incremento en los índices de violencia e inseguridad, con la variante de que en los últimos tiempos todas estas formas de violencia se pueden presenciar en la pantalla del televisor dentro de los hogares.

Es bastante claro que los contenidos de la programación televisiva se han modificado, tanto en cantidad como en calidad, con un marcado aumento de contenidos de violencia. El mensaje predominante es que ésta constituye el principal medio para resolver problemas y lograr objetivos. Ello ha llevado con frecuencia a considerar que existe una relación entre la agresividad y la televisión, culpando a esta última de ser un factor determinante en el aumento de los índices de violencia social.

El argumento principal en este sentido plantea que este tipo de programación constituye un incentivo o disparador de conductas violentas, que fomenta la agresividad, que sirve como modelo para la imitación de acciones delictivas o riesgosas y que incrementa los niveles de ansiedad y angustia.

Aunque la violencia ha estado presente en los medios de comunicación desde que éstos existen, hoy se ha convertido en un espectáculo. Ello ha dado lugar a un fuerte debate entre quienes

sostienen que la televisión es una escuela de violencia y quienes piensan que lo único que hace es reflejar la violencia existente en la sociedad. Ninguna de las múltiples investigaciones realizadas al respecto ofrece elementos suficientes que avalen de modo definitivo una u otra de estas posturas.

Entre ambos extremos, una aproximación más acertada a la relación televisión-violencia requiere ubicarla dentro de la complejidad de los procesos sociales, en los que intervienen diferentes instituciones políticas, educativas, religiosas y laborales, así como las relaciones familiares y sociales y las experiencias colectivas.

II. LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

La televisión en México, como en cualquier otro país, forma parte de un sistema político, económico y social, y está determinada por él. Su historia se caracteriza por la relación que ha existido entre el sector gubernamental y el grupo privado que aprovechó las primeras concesiones para crear una importante empresa de comunicación. La situación actual es consecuencia del uso que se le ha dado a lo largo de su desarrollo, con un carácter primordial y profundamente comercial, que ha inclinado su papel hacia una fuente inagotable de beneficios propios.

En nuestro país existen dos grandes consorcios privados que dominan el panorama de la televisión nacional, dos canales estatales, otro canal cultural privado, y algunos canales locales en los estados de la República. La enorme influencia de la televisión privada, en términos de poderío económico, alcance, capacidad de producción y penetración en la sociedad, opaca casi por completo los intentos de los demás.

Ante la tendencia hacia la globalización, un efecto fundamental es la homogeneización de la cultura, lo cual permite mantener y reproducir el orden social mediante la imposición de modos de vivir, trabajar, consumir e incluso de pensar y actuar. El me-

dio de mayor influencia para lograrlo es la televisión. En este 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 predominante, lo que modifica radicalmente la dinámica de la convivencia social, incluso en el núcleo básico de la familia.

La televisión es el medio de entretenimiento por excelencia. En México es difícil encontrar un hogar que carezca de televisor. Es una forma de diversión económica y de gran aceptación, 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. Una visión optimista podría haber supuesto que en la era de la posmodernidad y el desarrollo tecnológico, ante la cada vez más amplia gama de opciones en términos de canales de televisión y al permitirse una competencia más equilibrada por el mercado, la calidad en formas y contenido de la programación debiera elevarse. Sin embargo, ello no ha ocurrido así.

III. TELEVISIÓN Y VIOLENCIA

La enorme competencia que existe entre las empresas ha vuelto prioritario atraer al espectador con imágenes cada vez más explícitas y llamativas, la mayoría de las cuales se enmarcan en una tradición comercial de violencia y sexo. La televisión en México está condicionada, como muchos otros aspectos, por la influencia de los modelos norteamericanos. 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, la demanda se mide por medio de *ratings* y al público suele gustarle ver violencia por televisión.

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), “el público se ha convertido en el gran rehén y el *rating* en la madre de todas las pruebas”.

En México, los canales de alcance nacional programan en conjunto, según datos de Prieto (1990), 60% de programas nacionales y 40% de extranjeros; de éstos, el 90% proviene de los Estados Unidos y 85% presenta contenidos con violencia explícita (asaltos, homicidios, persecuciones, choques, etc.). Por otro lado, es sabido que la transmisión televisiva por cable y antena parabólica adquiere cada vez mayor importancia, al igual que la difusión de películas en videocasete, el uso de juegos electrónicos y otras vías de exposición a contenidos violentos por medios electrónicos.

Los programas de contenido violento abarcan una gran cantidad de géneros y temáticas. Un caso especial ha sido el de los noticiarios amarillistas, los cuales son muestra evidente de que el objetivo, antes que informar a nivel cognitivo, es excitar en el plano afectivo. Se trata de una de las principales manifestaciones de la tendencia de los medios en cuanto a mostrar las emociones humanas en toda su crudeza —agresividad, angustia, desesperación, soledad e insatisfacción— mediante la espectacularización del dolor y la tragedia humanos.

Con el surgimiento de éste tipo de programas, el debate sobre la violencia en televisión se reactivó públicamente. Diversas voces se elevaron en contra de este tipo de transmisiones que hacen gala de hechos y escenas violentas. Criticados por amplios sectores de la sociedad, incluidos legisladores y el propio presidente de la República, algunos noticiarios de nota roja dejaron de transmitirse. Se ha insistido en que el bombardeo que se hace a los televidentes puede ocasionar actitudes de miedo, pasividad o agresión, y que incluso pueden servir como justificación para aplicar mano dura en el combate al crimen.

IV. LAS OTRAS VIOLENCIAS

Buena parte de lo que se ha escrito sobre la relación entre violencia y televisión resulta insuficiente en razón de un análisis limitado a lo que se puede observar en el nivel más obvio de las imágenes y los relatos, al limitarse a considerar que la única violencia presente en la televisión corresponde a los crímenes, atracos y vejaciones realizados por los delincuentes y algunas acciones policíacas. Ello se debe a que es difícil medir la presencia y los efectos de la violencia que ejerce la valoración positiva de las tecnologías de guerra o del autoritarismo, la desvalorización de los grupos indígenas o minoritarios, la humillación de la mujer, la burla de los homosexuales, la utilización publicitaria de las mujeres y niños y el desconocimiento y descalificación de lo diferente.

De esta manera, la violencia se observa ya no como tema, sino en su constitución dentro de los órdenes simbólicos y el imaginario colectivo. Se trata de la violencia que impera en el orden social donde las mujeres, los niños, los ancianos, los homosexuales, los indígenas y todos aquellos considerados diferentes o inferiores son discriminados y marginados. De la violencia que se filtra en los discursos autoritarios que justifican que ésta se extermine con otra mayor, es decir, la violencia que en sí constituye el orden social vigente.

1. *Violencia sexual*

Entre los tipos de violencia que aparecen en las pantallas, destaca la de tipo sexual, incluida en diversos géneros cinematográficos y televisivos, y especialmente en los de tipo pornográfico, que aparecen cada vez con más frecuencia, intensidad y accesibilidad.

De acuerdo con algunas investigaciones, la exposición repetida a películas pornográficas podría reducir la atracción hacia la pareja, aumentar la aceptación del sexo fuera del matrimonio y la sumisión sexual de las mujeres a los hombres (Zillmann, 1989). Otros

estudios han destacado que las imágenes de videos musicales de rock que presentan a hombres con actitudes “machistas” y a mujeres sexualmente “condescendientes”, pueden afectar las percepciones de los espectadores. Aparentemente este tipo de escenas reforzaría el mito de que las mujeres, al menos algunas, se alegrarían de ser víctimas de un asalto sexual. En este sentido, la investigación ha revelado (Koop, 1987) 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”. Desde luego que los estudios realizados no prueban una relación causal entre pornografía y violación, pero si son indicadores de importancia en el sentido de que la pornografía violenta puede ser un factor, entre muchos otros, relacionado con la violencia sexual. A partir de este panorama, antes que abogar por la censura, se sugiere promover el entrenamiento crítico frente a los medios.

2. *Publicidad y frustración*

Otro tipo de violencia es aquella que se ejerce a través de la publicidad, al promover imágenes y estereotipos de personas y estilos de vida totalmente inaccesibles para la mayoría, que al confrontar su realidad experimenta 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, si no posees tal tipo de mujer, no eres nadie, no vales, no tienes acceso a la felicidad”.

Hay investigadores (Vilches, 1996) que destacan que los programas y la publicidad pueden aumentar las expectativas irreales, agravar los problemas existentes y contribuir a la frustración y, probablemente, a la violencia y la agresión. Desde una perspectiva particular, el país ciertamente ha ingresado al primer mundo, pero se trata de la perspectiva de quienes tienen acceso a la tecnología de punta: el disco compacto, la videograbadora, el disco

láser, la antena parabólica, el teléfono celular, el fax, la computadora personal, el Internet, etcétera.

En este caso se está hablando de un tipo de violencia simbólica que pasa desapercibida como tal, ya que no utiliza armas o fuerza física ni deja efectos visibles a corto plazo. Incluso, se le puede considerar subliminal dado que recurre a mecanismos inconscientes de interiorización. Es la violencia que ejercen los medios al imponer modelos de vida, valores y premisas establecidas por quienes los controlan.

A pesar de la crisis económica que enfrentamos, los medios han conservado un patrón de comportamiento peculiar: generar bienes accesibles sólo para 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.

V. LA REGLAMENTACIÓN NACIONAL

Frente a esta problemática, la normatividad que existe en México está retrasada tanto política como tecnológicamente. La Ley de Imprenta vigente, que data de 1917, está impregnada de aspectos tan descontextualizados en la actualidad, que de cumplirse a cabalidad, implicaría que centenares de revistas y periódicos no podrían circular. Por su parte, la Ley Federal de Radio y Televisión que rige la actividad comunicativa de la televisión en México, fue expedida en 1960. Esta ley establece los derechos y obligaciones de los concesionarios y del Estado, destacando la función social de la radio y la televisión.

En 1991, un grupo de directivos de medios y académicos e investigadores de la comunicación plantearon una iniciativa para

desarrollar un Código Federal de Comunicación Social. El propósito de éste 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 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. Por su parte, la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía del Congreso se propuso revisar, discutir y actualizar el marco jurídico de la comunicación social. Hasta la fecha, la Comisión ha recibido ocho iniciativas, sin que se haya aprobado ninguna.

VI. LA CUESTIÓN ÉTICA

En diversos países, a la vez que se revisan y actualizan los reglamentos, se han generado códigos de ética y mecanismos de autocontrol. Ejemplos de esta tendencia existen en Alemania, Italia, España, la Unión Europea, Canadá y Japón. Por desgracia, la experiencia en algunos países ha mostrado que este tipo de códigos es, con frecuencia, pasado por alto en la práctica.

Por otra parte, en ciertos países empiezan a surgir agrupaciones para defender a los espectadores frente 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”.

En México, la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión presentó en 1995 las Normas de Ética de las Estaciones de Radio y Televisión, basadas en propuestas relacionadas con el

lenguaje, la familia, la sociedad, la convivencia humana, la religión, los programas infantiles, las noticias, la salud, la ecología y la publicidad. Aunque se han divulgado poco y aplicado menos, constituyen un primer paso en este camino. Asimismo, existen otros intentos y propuestas alternas para desarrollar códigos de ética, éstas plantean una ética de la recepción televisiva, lo que podría servir como base para elaborar políticas de televisión con otro tipo de orientación.

VII. PERSPECTIVAS ALENTADORAS

Por fortuna, actualmente la televisión nacional está en una situación de transición. Los medios de comunicación en México ya no padecen las viejas riendas y reglas, pero en la búsqueda de nuevas pautas experimentan una confusión inédita. Simultáneamente, aunque con lentitud, el teleauditorio mexicano ha crecido, principalmente en número, pero también en madurez. El momento actual puede ser determinante para la creación de una nueva cultura en los espectadores, que genere una presión significativa en términos de la exigencia de productos comunicativos de mayor calidad.

La sustitución paulatina del monopolio 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 cuadros 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.

Ante la situación privilegiada, en términos de poder e influencia, que ocupa la televisión respecto de otras instituciones sociales, destaca la propuesta (Orozco, 1994) 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, así como 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 docentes. Tomarla en serio significa también que los distintos sectores conviertan la televisión en tema permanente de análisis y propuestas.

En esta línea, otra propuesta (Charles, 1996) plantea “superar las actitudes denunciatorias y críticas del sistema de televisión, para llegar a las de reflexión, análisis y creación cultural, enfatizando la creación de medios alternativos que respondan a los intereses y necesidades de los grupos sociales.” Es indispensable una educación para aprender a usar los medios, y concretamente la televisión. En la tarea deben participar los diversos actores sociales 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, insertada dentro del 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.

VIII. CONCLUSIONES

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. No se puede transformar la realidad a partir de una idealización de ella en los medios. La propuesta consiste más bien en promover una diversi-

ficación de los contenidos, pugnando por la objetividad y congruencia en las representaciones de la violencia. La transmisión informativa acerca 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.

La propuesta que se presenta destaca la necesidad de desarrollar esfuerzos conjuntos a partir de diversos sectores sociales, tendientes a revivir la cuestión de la responsabilidad social de los medios. Al respecto, una televisión socialmente responsable será 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 entretenga con un nivel de tratamiento de los temas que esté 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.

IX. SUGERENCIAS

Con este propósito se presentan algunas propuestas que ayudarían a modificar la situación prevaleciente, mediante la participación de los diversos sectores sociales involucrados e interesados en el asunto, desde los padres y madres de familia, las organizaciones sociales y los investigadores, hasta los productores y escritores de programas, los agentes educativos y el sector gubernamental.

A los padres se sugiere que vean los programas favoritos de sus hijos y los comenten con ellos a fin de conocer su percepción y fomentar la recepción crítica. Asimismo, que establezcan límites al tiempo dedicado a la televisión y ofrezcan a sus hijos otras opciones de actividad recreativa.

Esto puede parecer utópico dada una realidad socioeconómica que obstaculiza seriamente las posibilidades de convivencia sana

y formativa en la familia. En consecuencia, el uso de la televisión como “nana electrónica” no es fortuito, puede ser una necesidad fundamental para muchos, por lo que sería conveniente contar con apoyos institucionales en esta línea, 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 padres trabajadores.

A las organizaciones sociales se les propondría combatir el consumismo indiscriminado mediante la participación activa de grupos orientados a la educación del consumidor. Los organismos no gubernamentales pueden presionar y obligar a las empresas a alterar el contenido de su programación. Como lectores, radioescuchas y televidentes, somos consumidores de mensajes. Asumirnos como tales no significa subordinarnos, sino reconocer que tenemos derechos frente a los medios. 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 espectadores para influir en la comunicación de masas.

Por otro lado, hay que plantear ante los investigadores la necesidad de desarrollar nuevas investigaciones contextualizadas en la situación nacional actual, bajo esquemas amplios, plurales e interdisciplinarios, para lograr una aproximación a la violencia y al papel de la mujer en los medios desde la cultura, considerando entre otros elementos el estudio del papel de los medios masivos en el desarrollo y preservación de roles de género obsoletos e inequitativos, así como su participación conjunta con los factores individuales y situacionales que provocan la violencia.

A los productores y escritores de programas no se les puede pedir que excluyan radicalmente la violencia de los programas; hacerlo sería absurdo, utópico e indeseable, porque alejaría a la televisión de la realidad. Las sugerencias buscan una actitud más responsable y comprometida, con base en un manejo reflexivo y ético de la violencia. Asimismo, se requiere promover la creación

y aplicación de códigos éticos que no se centren sólo en los contenidos violentos o sexuales, sino en el sistema de valores que rige la programación. Por otro lado, en muchos casos los estereotipos de género y la violencia excesiva suelen provenir de una escasez y pobreza de creatividad. La oportunidad podría aprovecharse como reto para utilizar las habilidades de los mejores creativos, considerando que la calidad y la promoción de valores y principios éticos no están reñidas con el logro de beneficios económicos.

Por lo que se refiere al sector educativo, es importante que 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; 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. Asimismo, se sugiere considerar la inclusión de los medios de comunicación como tema fundamental en los programas de estudio, a fin de capacitar a los alumnos para relacionarse con ellos de una forma más inteligente y crítica, comprendiendo los procesos psicológicos a través de los cuales los medios nos afectan.

Finalmente, la propuesta dirigida al sector gubernamental, considerando tanto al poder ejecutivo como al legislativo, plantea

la urgente necesidad de que se defina su papel como regulador de la comunicación social, sin que ello implique que éste se confunda con el de censor. En este contexto resulta fundamental tanto una actualización jurídica y normativa que rija adecuadamente el funcionamiento de los sistemas de comunicación y sus medios, como la implementación de medidas eficientes que aseguren el cumplimiento de dicha legislación.

X. BIBLIOGRAFÍA

- CHARLES, M., "Educación para la televisión en América Latina: un recorrido permeado de esperanza", en OROZCO-GÓMEZ, G. (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión. Ensayos del PROIICOM/2*, México, Universidad Iberoamericana, 1996.
- GARCÍA-SÍLBERMAN S. y RAMOS, L., *Medios de comunicación y violencia*, México, Fondo de Cultura Económica, 1998.
- KOOP, C. E., "Report of the Surgeon General's Workshop on pornography and Public Health", *American Psychologist*, 1987, 42, pp. 944-945.
- MALAMUTH, N. M. y CHECK, J. V. P., "The Effects of Media Exposure on Acceptance of Violence Against Women: A Field Experiment", *Journal of Research in Personality*, 1981, 15, pp. 436-446.
- OROZCO-GÓMEZ G. (coord.), *Televidencia. Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*, México, Universidad Iberoamericana, 1994, colección Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 6.
- PÉREZ, G. J., "Ética y televisión: Cuestionamientos, reflexiones y propuestas", en OROZCO-GÓMEZ G. (coord.), *Miradas latinoamericanas a la televisión. Ensayos del PROIICOM/2*, México, Universidad Iberoamericana, 1996.
- PRIETO, F., "Violencia y T.V", *Diagnóstico de la comunicación social en México*, México, Premia Editora de Libros, S. A., 1990.

- TOUSSAINT, F., “Medios en disputa”, *Proceso*, 1082, 65, 27 de julio de 1997.
- TREJO-DELARBRE, R., *Volver a los medios. De la crítica a la ética*, México, Ediciones Cal y Arena, 1997.
- VILCHES, L., *La Televisión. Los Efectos del Bien y del Mal*, Barcelona, Paidós Comunicación, 1996.
- ZILLMANN, D., “Effects of Prolonged Consumption of Pornography”, en ZILLMANN, D. y Bryant, J. (eds.), *Pornography: Research Advances and Policy Considerations*, Hillsdale, Lawrence Erlbaum, 1989.