

Percepciones y realidades de la violencia en la televisión

Olga Beatriz Ávila Fuenmayor
Roberto Briceño- León

Resumen

El artículo presenta la percepción que tienen los entrevistados sobre la violencia transmitida por la televisión y su relación con la violencia vivida en el mundo real, a partir de los planteamientos teóricos y hallazgos de datos disponibles sobre el uso de medios de comunicación y violencia, del proyecto de investigación multicéntrico ACTIVA que se llevó a cabo en ocho ciudades metropolitanas de América Latina y España. Los resultados muestran que en las ciudades consideradas como menos violentas se percibe mayor violencia en la televisión, y existe una percepción generalizada de más de la mitad de los entrevistados de que la televisión muestra más violencia de la que se ve en la vida real.

Descriptor: Televisión/Violencia/Público/Investigación empírica

Abstract

The article presents the interviewees' perception of violence shown on television and its relation to violence seen in the real world from a theoretic posing and the discovery of available information on usage, communications means, and violence, from the multicentered research project ACTIVA held in eight metropolitan cities in Latin America and Spain. The results show that cities considered as less violent perceive more violence on television, and there is a general perception of more than a half of those interviewed that television shows more violence than it actually happens in the real life.

Descriptors: Television/Violence/Public/Empirical research

Résumé

L'article présente le point de vue de personnes interrogées sur la violence transmise à la télévision et sa relation avec la violence dans le monde réel. Ces personnes ont été interrogées dans le cadre d'un projet de recherche multicentrique, ACTIVA, mené dans huit métropoles d'Amérique latine et d'Espagne, qui a permis de tirer des conclusions théoriques concernant les mass médias et la violence. Les résultats

montrent ainsi que dans les villes réputées moins violentes, la présence de la violence á la télévision est perçue comme plus forte. En outre , plus de la moitié des personnes interrogées pensent que la télévision transmet plus de violence que dans de monde réel.

Descripteurs: Télévision/Violence/Audience/Recherche empirique

I. Introducción

El presente artículo pretende presentar una caracterización de la percepción que se tiene sobre la violencia transmitida por la televisión y su relación con la violencia vivida en el mundo real, a partir de los planteamientos teóricos y hallazgos de los datos disponibles sobre de los uso medios de comunicación y la violencia en el marco del proyecto de investigación multicéntrico realizado en ocho ciudades de América Latina y España. Se busca establecer acercamientos sobre cómo los medios construyen o re-crean la violencia y cómo ésta es percibida por las personas en relación con su experiencia cotidiana.

Algunas de las preguntas obligadas a propósito de la discusión sobre la violencia son: ¿somos realmente una sociedad violenta?; ¿son responsables los medios de comunicación de la violencia que vivimos a diario?; ¿cómo influye la televisión en los valores de la sociedad actual y en las conductas violentas?.

De manera apresurada se suele afirmar que la influencia de los medios en la sociedad se expresa en la tendencia a los actos y conductas violentas en la población, pero este tipo de aseveraciones también tiende a ignorar la complejidad de la realidad social y la individualidad y personalidad de cada individuo. Los medios de comunicación son un factor condicionante en la cultura de la sociedad, dado que son un alimento cultural básico y fuente de saber y entretenimiento para la gente común y para académicos e intelectuales, pero las personas, de igual forma, se relacionan y tienen sus mecanismos para imitar y cambiar actitudes, y desarrollar habilidades para manejar conflictos.

La violencia es una forma de expresión de la conducta humana, pero lamentablemente en la forma como es presentada por lo medios, en especial por la televisión, se ha convertido en casi un valor para nuestra sociedad, al extremo de que el argumento de los propietarios de estos medios es que ellos sólo reflejan los valores de la sociedad, y con este razonamiento avalan la producción y transmisión de programas violentos realizados por una razón comercial y por una motivación de lucro (Montenegro, 1997).

Pero es importante destacar que lo que presentan los medios no es la realidad, es una construcción de ella; la violencia real se presenta en forma más compleja; lo que sí es posible afirmar es que existen conductas y actitudes violentas que pueden haber encontrado su fuente de inspiración en la televisión, pero no que la violencia que se vive en la vida real tiene su origen y causa en la televisión (Sanmartín, 1993).

II. La violencia en la televisión y el comportamiento

La experiencia generalizada muestra que mucha de la programación en los medios de comunicación audiovisuales, específicamente la televisión, son violentos. Esta violencia es transmitida de varias maneras: (Asociación Venezolana para el Avance de la Ciencia del Comportamiento, 1996).

- a.- Presentación de actos físicos de violencia;
- b.- Presentación de consecuencias, tales como la muerte producida por actos violentos;
- c.- Presentación de amenazas violentas tales como el asalto a mano armada

Con regularidad la programación de las cadenas televisivas incluyen espacios violentos que exhiben temas relativos a homicidios, robos, ultraje, entre otros, los cuales en un sistema de competencia entre ellas se convierte en lo más atractivo para los espectadores, haciendo cada vez más cotidiano lo que no debe ser, dando una visión catastrófica del mundo y confundiendo la percepción entre lo bueno y lo malo, lo cual es parte importante en la conformación de valores en la sociedad. La violencia se presenta en los medios en forma gratuita, emocionante y capaz de resolver cualquier tipo de problemas; en general se suelen aislar los hechos violentos de su contexto (Groebel, 1998).

Hearold (1986) (citado por Asociación Venezolana..., 1996) destaca en una investigación sobre comunicación y conducta, los siguientes efectos producidos por los medios en la conducta humana:

- 1.- Conductas antisociales: expresadas fundamentalmente en disminución de la comunicación familiar, ruptura de las normas sociales, actitud de daño y no de ayuda, pasividad, agresión verbal y física como forma de resolución de conflictos, aumento del miedo a ser víctima, imitación del uso de drogas, entre otras.
- 2.- Conductas sociales: autocontrol, conducta positiva hacia el trabajo, juegos sin agresión, cooperación y aceptación de los terceros sin estereotipos.

La expresión de estos efectos en la vida cotidiana no es elemento fácil de medir debido a la forma embellecida y depurada como son presentadas las escenas y hechos violentos, a la forma como los medios deforman la realidad para hacerla más atractiva a la audiencia, y a la particularidad de las personas para asimilar y percibir esos hechos violentos presentados por los medios.

Se tiende a acentuar los efectos negativos producidos por los medios, aquellos que tienen que ver con las formas más perfeccionadas de agresión, reforzamiento de conductas agresivas ya existentes, reducción de la sensibilidad social y emocional

hacia la violencia y debilitamiento de la capacidad de autocontrol de la ira, pero acompañado a este tipo de análisis y señalamiento se debe resaltar la importancia del papel activo que puede tener la población, mediante una actitud de cuestionamiento hacia los medios. Cuando se habla de un espectador pasivo ante los medios se hace referencia a aquel que al estar frente al televisor tiende a convertirse en un “hombre-masa”, vale decir, que se deja llevar por los hechos presentados, sin detenerse a pesar si lo que le están presentando es toda la verdad o una versión parcial y manipulada de ella, apareciendo progresivamente lo que algunos han denominado el fenómeno de la alienación, de la anulación de su identidad y su capacidad crítica. La televisión es una constante e insistente tentación, primero por la facilidad de tener al alcance diversión, películas, música, etc.; y segundo, porque es la excusa perfecta para pasar un rato de descanso del trabajo y de la vida agitada de todos los días. Pero ello no significa tampoco que todo espectador es un ente pasivo que se limita a absorber lo que los medios le presentan.

Una forma de asumir una actitud no pasiva ante la programación de los medios es a través de la selección de los programas, de acuerdo a los horarios cuando son ofrecidos y la calidad de sus contenidos, a fin de examinar qué tan bueno o malos son, o mejor aún, qué tan apropiados son.

¿Es posible pensar que la violencia en los medios es un reflejo de la realidad o éstos distorsionan y sobrerrepresentan esta realidad para hacerla más atractiva al espectador? Hay quienes afirman (Rodríguez, 1992) que el cuestionamiento de los medios de comunicación, en especial la televisión, es un asunto de grado y forma. De grado, por la cantidad de escenas violentas que se presentan, las cuales superan cualquier capacidad de asimilarlas; y de forma, porque esta expresión de violencia en los medios nos llega en forma gratuita.

La televisión, como medio de difusión, de “comunicación”, es un instrumento de la sociedad de consumo encargado, entre otras cosas, de magnificar la violencia como forma de vida y exaltar el sexo de manera exagerada, así como de algo que se ha venido acentuando que es la “vedetización”, es decir, la valoración exacerbada de las personas que figuran en estos medios, opacando la figuración de personas que realmente contribuyen con la sociedad.

Los valores que inculca la televisión se centran en promover todo aquello que capte la atención de la audiencia, independientemente de la ética y la calidad de lo que se produce: lo importante es aumentar cada vez más la audiencia. Los medios de comunicación, en especial la televisión, influyen en el desarrollo de orientaciones culturales, en la visión que se tiene del mundo y en las creencias. Numerosos estudios han establecido la relación entre la violencia en los medios y la violencia real, pero no se ha podido comprobar en forma convincente que los medios de comunicación fomenten más violencia (Rodríguez, 1992). La violencia televisiva puede contribuir al desarrollo de conductas y actitudes agresivas, es decir, a una cultura agresiva; y los individuos agresivos se valen de los medios para confirmar sus actitudes, que a su vez se refuerzan con lo que presentan los medios; esto se

convierte en un círculo vicioso, pero también es parte del proceso que explica la dinámica social.

Desde el punto de vista de Bandura (1976) una de las maneras de aprender el comportamiento es observándolo, bien desde modelos de la realidad o a través de imágenes, y una de las principales fuentes de imitación por medio de imágenes son los medios de comunicación, especialmente la televisión, por lo tanto es difícil sostener que estos medios no contribuyan a la aparición de efectos perjudiciales, tales como la imitación de comportamientos violentos, el aprendizaje de actitudes violentas y la demostración de insensibilidad ante los hechos reales de violencia, así como tampoco que la violencia en los medios sea determinante de la violencia en la realidad.

III. Metodología

Para contribuir con la profundización en las explicaciones sobre la violencia como fenómeno social y la participación o incidencia de los medios de difusión y comunicación social como posibles facilitadores e incentivadores de las conductas violentas, reportamos unos resultados sobre la percepción que tienen las personas de la violencia presentada por los medios y su relación con la violencia real. Los datos fueron recogidos en una investigación denominada “Conductas, actitudes y normas culturales relacionadas con la violencia en el Área Metropolitana de Caracas”, desarrollada por el Laboratorio de Ciencias Sociales (LACSO) en 1996 con financiamiento del CONICIT (LACSO, 1998), como parte de un proyecto multicéntrico realizado en ocho ciudades metropolitanas de América Latina y España, con el patrocinio de la Organización Panamericana de la Salud (Proyecto ACTIVA, 1996).

La población objetivo de la investigación fueron los habitantes del Área Metropolitana de Caracas (AMC), en edades comprendidas entre 18 y 70 años, durante el 30 de julio y el 15 de septiembre del 96.

El marco de muestreo para el diseño de la muestra estuvo constituido por los segmentos censales de la Muestra Maestra de Viviendas de Venezuela en el AMC de la Oficina Central de Estadística e Informática (OCEI). La muestra estuvo conformada por 1.560 hogares y contempló un margen de no respuesta y no cobertura del 30%, para obtener un tamaño efectivo de 1.200 hogares, lo cual aseguraba intervalos confidenciales para estimar proporciones poblacionales con error máximo admisible del 5% y nivel de confianza del 95%. Este cálculo tomó en cuenta un efecto de diseño igual a 3.

Se empleó un muestreo probabilístico, bifásico y tetraetápico, estratificado y por conglomerados en la segunda fase. En la primera fase, se seleccionaron segmentos con Probabilidad Proporcional al Número de Viviendas (PPS-V) en el censo. En la segunda fase, se seleccionaron de nuevo, en una primera etapa, segmentos con

PPS-V; luego en una segunda etapa, áreas de aproximadamente 50 viviendas con PPS-V, en la tercera etapa, viviendas dentro de cada área con probabilidad igual y finalmente un informante calificado en cada hogar seleccionado también con probabilidad igual dentro del hogar, a través del método Politz (Deming, 1960). El porcentaje de no respuesta fue de 18%. Finalmente la muestra estuvo conformada por 1.297 hogares.

El instrumento de recolección de datos utilizado fue una adaptación al fraseo local a partir del protocolo común diseñado por el equipo de investigadores del proyecto ACTIVA.

Los datos fueron procesados con el programa estadístico SPSS. Para el análisis estadístico de los datos, presentados en la primera parte de los resultados, se elaboraron distribuciones de frecuencias con valores absolutos y porcentuales para la caracterización general de la muestra y de la población en estudio tanto en las dimensiones socio-demográficas como de actitudes, normas y conductas relacionadas con la violencia. Posteriormente se realizó un análisis estadístico multivariante, utilizando la técnica de asociación entre dos variables mediante la dócima Chi-cuadrado, con ajuste log-lineal de independencia condicional para tres variables.

Los datos empíricos utilizados en el presente artículo refieren a las siguientes preguntas formuladas en el instrumento de recolección de información: ¿Cuántas horas de televisión ve usted durante un día de semana normal?; ¿Cuántas horas de televisión ve usted durante un día normal de fin de semana?; Pensando en la violencia que existe en la actualidad en su vecindario ¿cree usted que la televisión muestra más, igual o menos violencia de la que realmente existe?; ¿Está de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: “Casi siempre me gusta ver películas o programas de televisión que muestran golpes y balazos”. Las dos primeras preguntas no fueron comunes para todos los países, en consecuencia serán reportados los hallazgos obtenidos en Caracas, Venezuela. Las dos preguntas restantes serán comparadas de acuerdo a los resultados obtenidos en las siguientes ciudades que participaron en el estudio en cuestión: Bahía (1.348 entrevistados) y Río de Janeiro (1.106 entrevistados), Brasil; Cali (2.282 entrevistados), Colombia; Madrid (1.103, entrevistados) España; San José de Costa Rica (1.127 entrevistados); San Salvador (1.285 entrevistados), El Salvador; Santiago de Chile (1.178 entrevistados), Chile; y Caracas (1.297 entrevistados), Venezuela.

IV. Marco teórico de la violencia

Desde el punto de vista teórico, el estudio multicéntrico consideró como violencia “el uso de la fuerza física –o la amenaza creíble de tal fuerza- para hacer daño físico a una persona o un grupo” (Proyecto ACTIVA, 1996) y se tomaron como base los conceptos sobre el comportamiento humano de Bandura (1976; 1986;), para comprender los procesos que conducen a la violencia.

Dado que esta violencia puede manifestarse desde las formas pacíficas o violentas de resolver conflictos en la familia hasta el uso sistemático por parte de asesinos profesionales y en la guerra, se exploraron diversas formas de expresión de la violencia: violencia en el hogar, violencia entre jóvenes, violencia entre adultos, violencia colectiva, y dentro de este espectro de complejidades en las cuales se expresan las actitudes, conductas y aptitudes hacia la violencia, se analizó la influencia de factores ambientales, sin pretender menospreciar el papel de los factores sociocognoscitivos.

Entre los factores ambientales que facilitan, condicionan o determinan la violencia se consideraron: la disponibilidad de armas; la urbanización, en el sentido de la presencia de estructuras que aumentan o limitan la exposición al riesgo de ser víctima de un acto violento; las circunstancias económicas como elemento de desigualdades socioeconómicas entre los grupos sociales; la presencia de economías ocultas (mercado negro) para productos de gran demanda como: drogas, alcohol, tabaco, etc.; y la influencia de los medios de comunicación.

Concretamente, sobre la influencia que ejercen los medios de comunicación en las actitudes y conductas violentas, se parte del hecho de que las muestras de violencia que se presentan en los medios, aunque su intención sea la de evitación de hechos de violencia, también proporcionan modelos a imitar, bien sea en conflictos individuales o colectivos. En este sentido se mencionan los hallazgos de estudios realizados sobre contenidos de los medios, donde se han codificado y cuantificado los tipos y manifestaciones de la violencia y sus consecuencias, en comparaciones internacionales que evidencian diferencias entre países (Huesmann et al., 1984): el consumo de violencia en los medios de comunicación está relacionado con la inclinación de las personas hacia la misma, basada en los procesos de aprendizaje social (Huesmann y Eron, 1986; Bandura, 1973; Berkowitz, 1964; Wood et al., 1991; Berkowitz et al., 1974).

Dado que los países de las Américas son grandes consumidores de productos de diversión procedentes de los Estados Unidos, y que no se conocen estudios acerca de cuáles son las diferencias entre países en este aspecto, se plantea un estudio de esta magnitud a fin de establecer estas diferencias en los tipos de consumo de los medios, lo cual puede ayudar a explicar los factores diferenciales o coincidentes entre los países latinoamericanos en cuanto a la violencia.

V. La exposición a la violencia de la televisión

Del total de personas entrevistadas las respuestas obtenidas en el Área Metropolitana de Caracas en relación con el número de horas que la población

dedica a ver televisión entre semana, indican que el 80% lo hace entre 1 y 4 horas; el 14% lo hace entre 5 y 10 horas; el 1% ve televisión 12 horas y más y un 6% no ve televisión los días normales de semana.

Los fines de semana disminuye la audiencia en relación con el número de horas frente a la televisión, pero aumenta en cuanto al porcentaje de entrevistados que ven televisión más de 9 horas los fines de semana, es decir, del total de entrevistados el 53% ve televisión entre 1 y 4 horas; el 33% lo hace entre 5 y 10 horas; el 2% más de 9 horas; mientras que el 12% afirmó no hacerlo. (Ver Tabla I).

TABLA I

Porcentaje de la población por horas dedicadas a ver televisión en el Área Metropolitana de Caracas

	Entre semana	Fines de semana
1-4 horas	79.2	53.
5-10 horas	14.1	32.
Más de 10 horas	0.7	1.8
No ve TV	6.0	11.

Fuente: Recolección propia: LACSO Proyecto de Investigación SOC 96/001

Estos resultados no se diferencian de las expectativas que se tenían porque la televisión hoy día se ha convertido en casi un acompañante, “un miembro más de la familia”. Y si estos datos fueran tomados en niños y adolescentes con seguridad el tiempo de exposición a la televisión iría en aumento, ya que la televisión se constituye en un medio de entretenimiento, de “reposo”, a través de la cual se imponen modas y estilos de vida, siendo factible encontrar personas que organizan sus actividades en función de la programación o de los horarios de sus programas favoritos.

El tiempo de exposición a los medios es un elemento importante aunque no suficiente para explicar la dependencia de la televisión, que ya es considerada como un poder dentro de nuestra sociedad, y cuando se habla de televisión no nos referimos a un ente abstracto sino a todo un aparataje conformado por un grupo de personas con intereses comunes y concretos.

VI. Violencia real y violencia televisada

Se ha demostrado en diversos trabajos (ver Sanmartín, 1993; Donnerstein, 1994) que más del 50% de la programación de la televisión incluye contenidos y hechos

violentos; nos atreveríamos a decir que el porcentaje sería aún mayor, si consideramos los programas infantiles, sobre todo norteamericanos y japoneses, donde los comportamientos violentos se manejan con extrema naturalidad; en tal sentido cabe preguntarse cuál es el riesgo de percepción de mensajes y contenidos violentos en una persona que se expone a la televisión por más de dos horas diarias.

Sin embargo, como señalamos anteriormente no es correcto establecer causalidad directa entre violencia real y violencia exhibida en la televisión; es necesario considerar las subjetividades humanas, así como el contexto en el cual se presenta la violencia tanto en la TV como en la vida real, es decir entenderlo como un proceso social, en el cual se debe tomar en cuenta la capacidad de los medios como motores en la creación de actitudes y conductas, y de los espectadores en percibir e interpretar los mismos de acuerdo a su propio contexto y background cultural; de otra manera no se entendería porque unas personas son más susceptibles que otras en imitar y aprehender con mayor énfasis lo que ven en la televisión.

Para obtener la opinión de la población sobre la identificación que hace entre la violencia real y la violencia exhibida por la televisión, se les preguntó si pensaban que en *la televisión se mostraba más, igual o menos violencia de la que realmente existe*. En general, comparando los resultados de las ocho ciudades involucradas en el estudio encontramos que hay una percepción generalizada de más de la mitad de los entrevistados (58,3%) de que la televisión muestra más violencia de la que se ve en la vida real.

Los datos revelan que las personas de las ciudades consideradas como menos violentas perciben mayor violencia en la televisión que en su realidad, lo cual es comprensible siendo que en las comunidades donde residen, los hechos violentos son menos evidentes y manifiestos que los que presenta la televisión. Así encontramos que para el 67% de las personas entrevistadas en Madrid, 72% de los entrevistados en San José de Costa Rica y el 64% de Santiago de Chile, perciben mayor violencia en la televisión. No obstante, es importante apuntar que ciudades como Caracas, Bahía y Río, consideradas como ciudades relativamente violentas, la percepción es también alta con porcentajes de 66%, 40% y 48% respectivamente. De igual forma, en ciudades como San Salvador y Cali, las cuales se encuentran entre las más violentas de la región advierten mayor violencia en la televisión (Ver Tabla II).

TABLA II

**Comparación entre la violencia mostrada en la televisión
y la percibida en la realidad en ciudades de América y España**

	Bahía Brasil	Cali Colombia	Caracas Venezuela	Madrid España	Río de Janeiro Brasil	San José de Costa Costa Rica	San Salvador El Salvador
Más violencia	38.9	56.1	65.8	67.0	47.7	72.3	58.3
Igual violencia	30.9	31.2	25.5	24.9	32.2	20.8	31.5
Menos violencia	29.3	12.7	8.7	8.1	20.1	6.9	10.3

Fuente: Proyecto Activa

Estos resultados una vez más nos hacen pensar que los medios de comunicación, en especial la televisión, no crean la realidad, sino que toman las interpretaciones que de ella hacen y la re-crean, haciéndola atractiva al receptor, y éste en consecuencia se identifica y toma de esa representación lo que comparte (Mifsud, 1990). Esta reconstrucción de la realidad se hace, por supuesto, sin contextualizar los hechos que se presentan, de allí que cuando estos espacios son presentados en uno u otro país, es posible encontrar situaciones o hechos que para los espectadores son novedosos en términos de su correspondencia con su cotidianidad, y pueden en algún momento ser imitados o asumidos por la población como una posibilidad de actuar o a la cual puede estar expuesta.

Los medios no son un elemento único de generación de violencia porque como ya señalamos anteriormente existen otros factores como las condiciones sociopolíticas de un país determinado, las características sociales de las personas y la estructura misma de los medios que pueden impulsar a la exposición de la violencia en los medios y constituir, como tal, una fuente de agresividad para las personas en la vida real.

Pero estos resultados no significan necesariamente que exista en los espectadores un rechazo o no aceptación de la violencia presentada en la televisión, por cuanto así como la critican sienten fascinación por los programas que la muestran, y de eso

trata el juego de los medios, al poner al espectador en una contradicción entre aceptación y rechazo.

La percepción que tienen los entrevistados sobre la ocurrencia de más, igual o menos violencia entre la realidad y la televisión también es susceptible de ser analizada a partir de estos factores, dado que los datos referidos a la investigación señalan que el 28% del total de entrevistados en las ocho ciudades piensan que la violencia presentada en la televisión es igual a la que se vive en la realidad; los datos por países no reflejan mayores diferencias ya que los porcentajes oscilan entre 21% y 32%.

En términos de la existencia de menos violencia en la televisión de la que existe realmente, los datos comparados entre las ciudades muestran que las ciudades de Brasil, Río de Janeiro y Bahía, fueron las que presentaron los porcentajes más altos con 20% y 29% respectivamente, siendo ciudades con una violencia media en relación a las otras que intervinieron en el estudio. Los entrevistados de Cali y San Salvador, siendo las ciudades más violentas participantes en el estudio, consideraron en un 13% y 19% respectivamente que la violencia que se muestra en la televisión es menor que la que se vive en la vida real. Esto puede resultar sorprendente cuando uno piensa en muchos de los programas televisivos, pero buena parte de la explicación de estos porcentajes puede encontrarse en la segmentación de la muestra, es decir, que estos datos pueden corresponder a los sectores de la población que ciertamente viven en zonas muy violentas de las ciudades, algunas zonas de las periferias pobres, y que perciben una amenaza en su entorno muy superior a la televisada.

Grosso modo podemos afirmar que los datos del estudio en forma comparativa muestran la existencia de una visión general de que existe más violencia en la televisión de la que presenta la vida real. Sin embargo y aunque el porcentaje es inferior al 20%, no deja de sorprender que en algunas ciudades, donde la violencia es parte de la cotidianidad, un grupo de personas consideran que es menor en la televisión. En Caracas, por ejemplo, el 9% de los entrevistados respondieron que la violencia es menor en la televisión, es decir que uno de cada diez entrevistados consideran que el drama de homicidios, robos, hurtos, secuestros, es mayor en la vida real.

VII. El gusto por la televisión violenta

La exposición a la programación televisiva por parte del espectador no está condicionada sólo por el tipo de programación que les ofrecen las cadenas televisivas, sino también por las preferencias que ellos tienen y que le indican a estas empresas qué es lo que a las personas les gusta ver. En tal sentido, se preguntó a las personas si estaban de acuerdo o en desacuerdo con la siguiente afirmación: “*Casi siempre me gusta ver películas o programas de televisión que muestran golpes y balazos*”.

Los resultados agrupados entre todas estas ciudades muestran que, en general, hay una opinión de desacuerdo ante esta afirmación: 14% están algo en desacuerdo y 38% muy en desacuerdo, a diferencia del 17% que está algo de acuerdo y 29% muy de acuerdo. Desagregados y comparados los resultados entre las ciudades, encontramos que Caracas y Madrid fueron las ciudades cuyos entrevistados mostraron preferencia por programas violentos con porcentajes de 64% y 55% respectivamente. Llama la atención que siendo Madrid una de las ciudades con menos incidencia de hechos violentos, sea una entre las cuales a las personas les gustan los programas que muestran golpes y balazos, lo cual pone nuevamente a pensar sobre la influencia directa que se establece entre violencia real y violencia exhibida por la televisión. Con ello no pretendemos decir que este tipo de datos ponga en duda tal afirmación, pero creo que es importante establecer las mediaciones para entender estos procesos que no suceden simplemente como una relación causa-efecto.

La industria de los medios de comunicación está formada en la mayoría de los países de la región por monopolios político-económicos (Mifsud, 1990) que entran en el juego del poder, bien para la formación de consenso nacional, bien por la cuestión mercantil y comercial, lo cual hace posible la concentración y control de la información que se brinda a la personas, a través de la creación de “mitos” informativos y culturales que no se corresponden con la realidad, sino con lo que a la industria le interesa establecer como tal. De esta forma contribuyen a re-crear y reforzar los hechos violentos de la sociedad, presentándolos no como algo “anormal” e “ilegal” sino como algo normal y cotidiano en donde las personas se sienten a sí mismas y a su entorno representados.

En el caso de los adultos las preferencias por los programas de televisión se centran en aquellos que les resultan excitantes; en tal sentido podría decirse que no es la violencia lo que le gusta a la gente sino la forma como se presenta, carente de sufrimiento y de consecuencias, a diferencia de lo que sucede en la realidad; un ejemplo de ello son las telenovelas.

En términos de quienes se declararon en desacuerdo con la afirmación: “*Casi siempre me gusta ver películas o programas de televisión que muestran golpes y balazos*”, los resultados señalan que los entrevistados de Río de Janeiro (68%), San José de Costa Rica (55%) y Bahía (54%) fueron quienes se declararon muy en desacuerdo con esta afirmación. En el caso de Cali, por ejemplo, vale señalar que porcentajes similares entre sí mostraron estar muy de acuerdo (27%) y muy en desacuerdo (26%) con la afirmación (Ver Tabla III).

TABLA III

**Preferencia por películas o programas de televisión
que muestran violencia**

	Bahía Brasil	Cali Colombia	Caracas Venezuela	Madrid España	Río de Janeiro Brasil	San José de Costa Costa Rica	San Salvador El Salvador
Muy de acuerdo	22.7	26.9	64.3	54.6	10.9	13.7	23.3
Algo de acuerdo	12.8	24.5	16.8	19.4	11.5	13.8	15.7
No está seguro	1.7	4.4	0.6	3.2	0.6	4.8	5.0
Algo en desacuerdo	8.7	17.8	10.3	15.7	9.3	12.4	13.1
Muy en desacuerdo	54.2	26.4	8.0	7.2	67.6	55.4	43.0

Fuente: Proyecto Activa

Sin embargo, hay que considerar que aunque a las personas declaren no les gustan o están en desacuerdo con los programas violentos, no puede ignorarse el hecho de que para las cadenas televisivas éstos son los programas que se venden y consideran que le gustan al público. Basta ver las programaciones de cada canal para encontrar programas, en su mayoría importados, cuyo centro de acción y atención son las acciones de golpes, balazos, asesinatos, atropellos, etc., y en función de ello se mide la preferencia.

VIII. Reflexiones finales

En el conjunto de América Latina el número de televisores se cuadruplicó entre 1970 y 1997, las horas de programación aumentaron en forma geométrica de lustro en lustro y de igual modo las horas de consumo de televisión. Para comienzos de los años ochenta se tenía en la región un promedio de 98 televisores por cada mil habitantes; una década después había aumentado a 162 televisores por cada mil habitantes (Cepal, 2000).

Estos datos, unidos a los datos aquí presentados, no dejan lugar a dudas sobre el protagonismo que los medios de comunicación, en especial la televisión, tienen en la

vida de las personas. Y si se considera el tipo de programación que a diario se transmite, la cual está cada vez más impregnada de hechos violentos, no es posible pensar en la desvinculación entre la percepción de hechos violentos que a diario tiene el televidente y la violencia que vive en su comunidad.

Esto no implica una relación causal entre ambas situaciones. Hay posiciones en las cuales se pretende causalidad directa entre violencia en los medios y conductas violentas, pero también hemos encontrado resultados de estudios que reflejan la multidimensionalidad y complejidad de las expresiones de violencia en nuestra sociedad. Hay muchos otros factores que deben considerarse y que no son fáciles de medir en función de las causas, pero durante el mismo período en que aumentó el número de televisores ha disminuido el consumo promedio de la región en un 1,7 y el salario mínimo promedio de América Latina en 1998 estaba en un 28% por debajo de como era en 1980 (Cepal, 2000). Es decir, al lado del mensaje televisivo hay una circunstancia en la sociedad que puede estar incitando a la violencia por un choque fuerte entre el incremento de las expectativas y la cada vez menor capacidad real de satisfacerlas (Briceño-León, 1997).

Sin embargo, si bien es difícil poder establecer una relación de causalidad entre el comportamiento social y el mensaje televisivo, es igualmente cuesta arriba afirmar lo contrario, es decir, que la televisión no influye en las personas. Si esto último fuera cierto, ¿cuál sería el sentido de la publicidad?

El tiempo de exposición a los medios es una dimensión del análisis importante pero no suficiente para explicar las conductas violentas y la percepción que las personas tienen de la violencia real, dado que comparando los resultados de las ciudades que participaron en el estudio, en aquellas ciudades consideradas como menos violentas, así como las que se consideran como violentas, los entrevistados perciben, en general, más violencia en la TV que en los hechos reales, sin ignorar un 28% del total de entrevistados que piensan que es igual la violencia que se percibe en la TV y en la realidad.

En términos de preferencias, los datos indican que, en general, más de la mitad de los entrevistados se muestran en desacuerdo con la afirmación de que les gusta ver películas y programas que muestran hechos violentos, y porcentajes inferiores al 30% se declaran a gusto con este tipo de programas. Si más de la mitad de las personas dice que no le gustan estos programas, por qué se mantienen: ¿será que hay matices en lo que consideran violento estas personas o será que no hay opciones atractivas en los medios en cuanto a programas no violentos?

La función que actualmente tiene la televisión en la sociedad, la coloca como un factor incitante e influyente en los actos violentos, pero también un medio importante de expansión de acciones educativas, preventivas, de acuerdo al empleo y a los objetivos para los cuales se utilice. Se trata de dejar de ser un receptor pasivo para convertirse en uno responsable y crítico, a través del conocimiento y la comprensión, tal y como lo han comenzado a realizar sistemas como el de “Cablevisión Continental”, al brindar a las personas información que le permiten

saber que los medios tienen su punto de vista, el cual puede ser cuestionado; no presentan toda la vida real, entonces se puede identificar lo que no es real; son manipuladores, por lo tanto se pueden conocer sus técnicas; y son limitados, entonces hay que identificar lo que les falta (Seminario Internacional..., 1997).

Las salidas para intentar ser una sociedad menos violenta debe atacarse desde varios frentes (Seminario Internacional..., 1997). Por ser una situación de carácter social, no es suficiente con las acciones que en forma aislada puedan realizar los diferentes actores sociales, se precisa de la actuación, responsabilidad y compromiso de las empresas publicitarias, los políticos, los padres y educadores y de la sociedad en su conjunto.

Si bien la violencia está presente en películas, telenovelas y comiquitas, lo que realmente es un problema son sus excesos y predominio. Esta situación se agudiza aún más con la incorporación de los videojuegos, el multimedia y la realidad virtual en donde la representación de la violencia se confunde cada vez más con la realidad. En este sentido, creemos que no es suficiente la crítica y la censura, es necesaria la promoción de espectadores conscientes, el fomento de un debate entre los diferentes actores de la vida social, inmersos en el problema y orientados hacia la consecución de acuerdos que permitan desarrollar una educación sobre los medios de comunicación y propiciar códigos de conducta y de autocontrol social.

IX. Bibliografía

ASOCIACIÓN VENEZOLANA PARA EL AVANCE DE LA CIENCIA DEL COMPORTAMIENTO

1996 *La Televisión y los Medios: en el próximo milenio*, Boletín N° 2, abril.

BANDURA, A.

1976 *Modificación de conducta: análisis de la agresión y la delincuencia*, México, Editorial Trillas

1986 *Social foundations of thought and action. A social Cognitive theory*. New Jersey, Prentice Hall.

BERKOWITZ, L.

1964 *The effects of observing violence*. Scientific American 21:35-41.

1968 *The study of urban violence. Some implications of laboratory studies of frustration and aggression*. American Behavioral Scientists 2, 14-17.

BRICEÑO-LEÓN, R.

1997 "Buscando explicaciones a la violencia", *Espacio Abierto*, 6(1), enero-abril. pp. 45-69

CEPAL

2000 *La Brecha de la Equidad*, Santiago de Chile, Cepal,

DEMING, E.

1960 *Sampling Design in Business Research*, New York: John Wiley & Sons.

GROEBEL, J.

1998 “¡Cuidado los niños están viendo!”, Fuentes N° 102, junio, p-p 4-5.

HUESMANN, L.R. and ERON, L.D.

1984 “Cognitive processes and the persistence of aggressive behaviour”.
Aggressive Behaviour 10, 243-251.

LACSO

1998 Informe Final Proyecto de Investigación SOC 96/001 “Conductas, Actitudes y Normas Culturales relacionadas con la Violencia en el Área Metropolitana de Caracas”. Financiado por el CONICIT.

MIFSUD, T.

1990 “Los medios de comunicación (¿o conflicto?) social”; en: Felipe E. Mac Gregor, S.J. (Ed.). *Violencia en la Región Andina*,

MONTENEGRO A., H. y otros

1997 “Violencia y medios de comunicación”; en: *Violencia en sus distintos ámbitos de expresión*, Dolmen Ediciones, Chile.

PROYECTO ACTIVA

1986 Estudio Multicéntrico “Actitudes y normas culturales sobre la violencia en ciudades seleccionadas de la región de las Américas”, junio, (OMS/OPS).

RODRÍGUEZ, A. de Miguel

1992 “Conflicto social, violencia y medios de comunicación”. En revisión para publicación.

SANMARTÍN, J. y James S. GRISOLIA

1993 *Violencia, televisión y cine*, s/l, Ediciones Ariel.

SEMINARIO INTERNACIONAL VIOLENCIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

1997 “El cine y la televisión”. Valencia, España, 3-4 de noviembre, www.gva.es.