CAPÍTULO 5

LA VIOLENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

De la violencia se ha dicho mucho y no es materia de esta investigación realizar un análisis acerca de sus características, su visión psicológica o su origen. En este apartado se pretende hacer una reflexión acerca de este concepto y de cómo es representado y tratado particularmente en la televisión y prensa.

Es importante apuntar que no se realizará ningún tipo de análisis cuantitativo ni cualitativo acerca de la violencia en la televisión; sino que se basará en estudios ya realizados por diversos autores, y distintos enfoques, como Mallory Wober, Barrie Gunter y la American Psychological Association para así obtener amplitud de visiones en cuanto a lo que se busca en este apartado.

5.1 Concepto

En este estudio se pretende únicamente a hablar de la violencia en los medios de comunicación y tomarlo en cuenta como aquel acto, presentado y / o representado que atente contra la integridad física (violencia física y verbal) de cualquier persona, también abarcando la idea de la violencia psicológica o mental.

Es así que se cree necesario citar a algunos autores que han tenido la inquietud por definir este concepto de acuerdo a diferentes contextos.

La visión de Yves Michaud acerca de la violencia es “una acción directa o indirecta, concentrada o distribuida, destinada a hacer mal a una persona o a destruir ya sea su integridad física o psíquica, sus posesiones o sus participaciones simbólicas”. En cambio McKenzie la define como “el ejercicio de la fuerza física con la finalidad de hacer daño o de causar perjuicio a las persona o a la propiedad; acción o conducta caracterizada por tender a causar mal corporal o por coartar por la fuerza la libertad personal”. En cambio Lain Joxe tiene una visión, que para esta investigación es idónea: “la violencia tiene que ver con el intento de controlar a la sociedad mediante la centralización del saber”.

La reflexión de Lain Joxe se puede adaptar a una visión crítica ante la realidad dominante y controladora de los medios de comunicación, en especial de la televisión. Es así, que se puede interpretar como una crítica ante los contenidos de las programaciones de los sistemas de difusión televisiva así como un reflejo de lo que ocurre en la actualidad ante el acto de exposición y confrontación ser-televisión.

5.2 Violencia, Control Social y Televisión

Un grave problema que observan Mallory Wober y Barrie Gunter (1988), al igual que yo, es que el televidente crea imágenes reales aparentes a partir de la ficción presentada en la televisión, que a su vez hacen que exista una confusión lo que aparenta ser real y lo que no. Por otra parte mencionan, de acuerdo a sus investigaciones de

campo, que el televidente al exponerse a la violencia puede incrementar las tendencias agresivas de los adolescentes y de los adultos.

Wober y Gunter reflexionan acerca del impacto de la televisión en la sociedad, ya que no solamente el televidente puede incrementar sus tendencias agresivas, sino que también puede crear condiciones que provoquen: el miedo de ser víctimas a algún acto violento o a un crimen, desconfianza a la autoridad y disminución de actitudes positivas o expectativas hacia el futuro. También dichos autores mencionan que estos comportamientos o actitudes se pueden diferenciar entre culturas, ya sea por diferentes actitudes o por la diversidad de contextos sociales, asimilándose entonces el impacto a las condiciones particulares de cada situación cultural.

Existen tres riesgos importantes hacia los consumidores de los medios de comunicación, especialmente a la televisión de acuerdo con James T. Hamilton (2000). Existe un riesgo en todo aquel televidente que se expone a la violencia, es más, asegura que la programación violenta incrementa el comportamiento agresivo y/o la actividad criminal; desensibiliza; e incrementa la cultura del miedo en los espectadores. En relación al trabajo de los programadores de televisión dice que recurren constante e intencionadamente a contenidos violentos para atraer espectadores marginados, hambrientos de contenidos violentos: hombres entre 18 y 34 años, quienes son los mayores consumidores, seguidos por el sector femenino entre 18 y 34 años de edad. En cuanto al público infantil, hace mención que debido a que la exposición es más corta que los demás sectores, existe incremento a corto plazo en cuanto a reacciones violentas y

advierte que existe un incremento a largo plazo en cuanto a la empatía de la actividad criminal, que conlleva serias consecuencias que debieran ser tomadas con mayor seriedad. La violencia en la televisión, asevera Hamilton se ha convertido en un tema en el que es necesaria la intervención de políticas que moderen su divulgación.

Barbara J. Wilson, citada por J. Hamilton menciona que la "exposición a la violencia televisiva contribuye a los comportamientos antisociales y violentos en muchos de los televidentes" (p. 13). En gran medida ya hay suficientes investigaciones que demuestran estas hipótesis, es más existen diversos estudios a profundidad (sobre todo del American Psychological Association – APA -) que han revelado y que han comprobado el impacto de los medios de comunicación; además han alertado acerca de las consecuencias a la exposición de contenidos violentos. Es por esto que se encuentran ligeras variaciones entre cada una de las investigaciones, pero que se acercan a la misma conclusión.

Wilson también menciona que las variaciones entre investigaciones se dan por la diferencia de contextos sociales de los televidentes, así mismo en los contextos en que se analiza la violencia y sobre todo el contexto en que la violencia se da. De acuerdo con un estudio de la American Psychological Association, publicado en 1993 y mencionado por Wilson:

1. Cada 5 minutos un niño es arrestado por cometer, con violencia, un crimen.

2. Los actos violentos, relacionados con la portación de armas de fuego, quita la vida de un niño cada tres horas.
3. Cada día, cerca de 100,000 niños llevan armas a las escuelas.
4. En una encuesta realizada a niños de quinto grado de Nuevo Orleáns se reporta que más del 50% han sido victimas de algún acto violento y que el 70% han visto armas en uso.
5. El 24% del total de crímenes llevados al arresto han sido cometidos por adolescentes. Este porcentaje se incrementa para el grupo de edades entre 12 y 19 años, y disminuye para el grupo de mayores de 35 años.
6. Entre individuos entre 15 a 24 años de edad, el homicidio es la segunda causa de muerte, y para los niños afro americanos es la principal causa de muerte.
7. Un niño que vive en Chicago tiene 15 veces más probabilidad de ser asesinado que un niño que vive en Irlanda del Norte.

Tanto la APA como Wilson concluyen que sí existe una influencia de la televisión sobre los televidentes y que existen causas por las cuales la televisión puede llegar a manipular a las audiencias de manera inconsciente: aprendizaje e imitación. Sobre esto declara Wilson que existe evidencia para creer que “la activación de los pensamientos e ideas agresivas se dan a partir de la exposición a éstos en la televisión” (p. 20). Y claro, la televisión se convierte en un modelo social, de comportamiento, se vuelve un medio de poder y manipulación.

Para entender mejor esto, Wilson explica que la violencia que se da en televisión aumenta o disminuye su efecto de acuerdo al contexto en que se da: Naturaleza del perpetrador, naturaleza del objetivo, presencia de armas, extensión, que tan gráfica esté representada la violencia, realismo, recompensas y castigos, consecuencias de la violencia y humor. Siendo éstos determinantes para las conductas violentas, es decir, dependiendo de las condiciones en las que se dé una actitud violenta será el impacto que cause en el espectador. Siendo esto importante para la reflexión acerca de la recepción de la violencia.

Por otra parte Jib Fowles (1999) afirma que desde cierta perspectiva, no existen programas de televisión violentos. Además menciona que la violencia esta contenida, rectificada, detonada, tanto sea impulsada por el drama presentado en la televisión. La violencia es solo parte del esquema para contrastar el pensamiento americano de veracidad (lealtad, justicia y eficacia). Al reflexionar estas afirmaciones podemos creer que se trata más acerca interpretación de los actos que la televisión nos presenta, en lugar de los actos, como situaciones aisladas.

Fowles también apunta algo muy curioso acerca de los actos violentos presentados en la televisión: los incidentes violentos son presentados más allá de los actos violentos de la vida real; son situaciones estilizadas. También comenta que la mayoría de los crímenes que se cometen en las pantallas de televisión, son en contra de la gente, particularmente asesinatos, y que los crímenes que se cometen en la “realidad” en

Estados Unidos de América son allanamiento de morada, asaltos con violencia y robo de autos.

Es interesante observar que también este autor presenta una versión de la violencia en televisión poco usual, ya que refiere a que dichos actos se han convertido más en mitos que en situaciones que lleven al actuar violentamente. Ya que los mitos proveen una experiencia social colectiva, y la televisión se vuelve el vehículo de comunicación dominante, la representación de la violencia se convierte en un elemento de expresión mítico, un fenómeno cultural.

Por otra parte, Julie Firmstone (2002) menciona que la violencia presentada en la televisión, ya sea real (transmitida en noticieros) o sea ficticia, siempre podrá ser reconocible como tal. También menciona que es solamente a partir de análisis de contenido minuciosos que pueden arrojarse datos fidedignos que muestren el verdadero impacto de los medios de comunicación, es decir; la mayoría de los análisis de contenido acerca de la violencia siguen un sistema de codificación básico para la recolección de datos de acuerdo a cuántos y de qué tipo de actos violentos se presentan en un programa y poniendo menos énfasis en el contexto.

Firmstone pone de ejemplo la caricatura de *Tom y Jerry* que contiene una cantidad significante de actos violentos y que podrían ser clasificados como violentos en algunos análisis de contenido, pero no necesariamente es visto como un programa violento debido a su contexto fantasioso y de dibujos animados. Esta investigadora

afirma que deben de crearse sistemas más elaborados para los distintos tipos de interpretación existentes en los análisis de contenido.

Es de vital importancia que los estudios cuantitativos de comunicación se transformen para que sus análisis no se queden en un plano meramente superficial y exista una reflexión en ellos. Con esto no se pretende descalificar dichos estudios, ni mucho menos compararlos con los estudios cualitativos, pero si es necesario hacer un llamado de atención a que se estudien también los hechos desde su origen; es decir, desde los creadores de los productos de los medios masivos (programas), las inquietudes que conllevan la creación de dichos productos y por supuesto las transformaciones que se van dando al producto conforme a su difusión, distribución y consumo.

A partir de la reflexión que hace Firmstone acerca de los programas de dibujos animados también se cree importante precisar que en algunas ocasiones se generaliza acerca de los contenidos violentos de dichos programas, ya que si por ejemplo un programa contiene cerca de 50 ó 60 actos violentos y otro únicamente 3 no quiere decir que ambos afecten de la misma forma al espectador, lo que si pueden hacer estos programas es manejar de distintas formas dichos actos. Por tanto, no importa que tanto se presente la violencia, puede ser una sola vez o 50 veces, lo que importa es el sentido con el que sea presentada, es decir, el cómo es presentado dicho acto y cómo puede ser interpretado por el consumidor de aquel mensaje.

5.3 Exposición a la violencia

Existen infinidad de investigaciones que han estudiado el impacto de la violencia en los medios de comunicación, además también, sobre las posibles consecuencias de estos actos sobre los consumidores. De la misma manera existen diversas interpretaciones a dichos discursos que se presentan, por lo cual, el estudio de este fenómeno tiene diversas vertientes que deben ser analizadas desde diferentes posturas.

En la vida diaria, el exponerse a la televisión es una actividad habitual; se ha convertido en un hecho que sustituye a la experiencia de vida. Se cree de esta forma por que se ha convertido en un acto "programado", ya que si observamos a nuestro alrededor, la televisión esta presente, al igual que los otros medios de comunicación, en nuestra sociedad, en nuestra vida diaria, en todos nuestros actos. Con la ayuda de un control remoto nos conectamos al sistema, se entra en él, y comenzamos a absorber todo lo que se presenta en él.

Es indudable que los seres humanos somos todo lo que hacemos, lo que vemos, escuchamos, lo que percibimos y transmitimos a través de nuestros actos, a través de nuestras ideas y pensamientos. Por lo cual no podemos negar en que existe, de alguna u otra forma, algo que conservamos de todo aquello a lo que nos exponemos, porque se vuelve parte de nosotros, de nuestra vida cotidiana.

En el caso de la violencia, algunas investigaciones revelan que, al exponernos a estos actos nos podemos volver violentos, o podemos desarrollar más fácilmente esta característica que aquellos que no se exponen, o se exponen en menor proporción a la violencia. De acuerdo a una investigación publicada en 1994 del American Psychological Association publicada en su portal de Internet[1], los niños que se exponen a la violencia:

1. Se vuelven menos sensibles al dolor y sufrimiento de los demás
2. Desarrollan temor al mundo que los rodea
3. Pueden comportarse agresivamente o actuar con dolo hacia con los demás.

En este estudio se cita a la Dra. Aletha Huston de la Universidad de Kansas, quien menciona que los niños que observan los programas de televisión violentos, incluyendo a los dibujos animados, desarrollan más comportamientos agresivos en contra de sus padres, desobedecen en sus clases, dejan inconclusas sus tareas y se vuelven impacientes, intolerantes, en comparación con aquellos que no observan contenidos violentos en la televisión.

Por otra parte en otro estudio del American Psychological Association[2] se revela que la idea de, entre más violencia o más sexo se muestre en las pantallas de televisión más subirán las ventas de los productos que se anuncien durante esos periodos, es totalmente falsa; ya que, como mostró el estudio, la gente que observa este tipo de programas recuerda en un 60% menos la publicidad que se presenta en este tipo de

[1] http://www.apa.org/pubinfo/violence
[2] http://www.apa.org/monitor/oct02/sex.html

programas en comparación con los que ven programas con contenidos sin violencia o sexo.

De acuerdo con el Dr. Brad Bushman, en esta investigación, la gente que observa programas con contenidos violentos o sexuales no recuerda la publicidad y está más interesada en lo que ven en los programas. Se puede observar que dichos estudios muestran que la publicidad en los programas de contenidos violentos no vende. Podríamos entonces mencionar que lo que ofrecen estos programas es el contenido de los mismos y no el anuncio publicitario como se tiene pensado.

De acuerdo con Julie Firmstone (2002) la violencia que se muestra en dibujos animados y en programas de ciencia ficción no causa ningún efecto negativo en los espectadores, porque no representa ningún hecho violento real, ni se percibe como tal. Son dramatizaciones de posibles hechos y únicamente pueden causar algún impacto a aquellas audiencias que se sientan identificadas con lo que se proyecta. Creo que esto puede ser verdad, pero también considero importante creer que existe algún efecto ante la exposición, por mínima que parezca, a actos violentos televisados.

Existen innumerables versiones acerca de las consecuencias de la violencia transmitida a través de los medios de comunicación y su impacto en la sociedad; existen muchas inquietudes y especulaciones acerca de este tema. Por eso, de acuerdo con Firmstone (94), la American Psychological Association creó la Comisión sobre Juventud y Violencia que analizó de diversas formas el impacto de la violencia presentada y

representada en la televisión y su impacto en la sociedad, y arrojó tres conclusiones al estudio de este fenómeno que corroboran los estudios que con anterioridad se había tratado en este trabajo. La APA concluye que las personas desarrollan:

1. Temor o miedo al crimen: la violencia en televisión ha encausado a los espectadores a desarrollar conductas auto protectoras (a la defensiva) y ha aumentado la desconfianza hacia otras personas.
2. Desensibilización: los espectadores muestran una actitud pasiva hacia la violencia y no muestran interés por ayudar a victimas de actos violentos.
3. Apetito por la violencia: los espectadores muestran incremento en el deseo de estar implicados o exponerse a ellos mismos a actos violentos.