

TELEVISIÓN Y VIOLENCIA

Este artículo presenta una reflexión sobre los programas televisivos emitidos en Uruguay cuyas tramas contienen alguna forma de violencia en su desarrollo. El planteo pone en relación a empresas mediáticas y sus políticas de programación, contextos de consumo y comportamiento de audiencias. Presenta finalmente puntos a debatir sobre posibles estrategias a seguir para potenciar la calidad del flujo televisivo.

El análisis de las relaciones entre la violencia y la televisión tiene casi tantos años como la televisión perc ha cobrado enorme vigencia y tiene al menos tres justificaciones en el Uruguay de hoy:

- la irrupción de nuevos tipos de actos violentos que crecer en número y «creatividad» y que son protagonizados por actores cada vez más jóvenes;
- el alto rating del *snuff movie* género audiovisual que se erige como expresión paradigmática de «lo medial violento» superador del *reality show*;
- la creciente atribución de responsabilidades de que es objeto la televisión por parte de diversos sectores de la sociedad, y finalmente,
- el desconcierto generalizado para analizar este asunto tanto por el Estado, los políticos, la academia, como por la sociedad civil.

TELEVISIÓN & VIOLENCIA

Apuntes para el debate a partir de un diagnóstico de situación:

«...la tele enseña a matar», «se dan como en la tele», «... cuando no había tanta televisión había menos vandalismo...»

Son estos algunos lugares comunes cuando se intenta explicar un clima que, según se escucha cada vez más, se ha vuelto característico de nuestra época. Así, las complejas relaciones entre televisión y violencia aparecen como una dupla con que cualquier ciudadano interpreta de forma reduccionista y en términos de causas y efectos, males de una sociedad cuya hostilidad está presuntamente en alza¹.

Los propios medios son vehículos habituales de tales conclusiones relacionales. Prácticamente el cien por cien de lo publicado en diarios y revistas o tratado en radio y televisión sobre la violencia durante 1997 en Uruguay, hizo alguna referencia a los posibles efectos de la televisión respecto a la violencia en la sociedad.

Televisión y violencia social en general aparecerán una y otra vez en esta nota, pero queremos hacer constar nuestra preocupación particular por los hechos en que los niños aparecen en estosea como víctimas o como victimarios.

Strictu sensu no hay datos para cuantificar el supuesto aumento de conductas violentas de hoy respecto al pasado. Por un lado, no hay categorías analíticas estables² ni investigación acumulada, por otro, es seguro que hoy existen mecanismos y oportunidades que permiten que salgan a la superficie un número mayor de hechos.

Pero aun cuando tuviéramos datos históricos y constatáramos aumentos en los comportamientos violentos, estaríamos enfrentados al mismo problema de establecer determinismos relacionales. Una comparación de variables de estudios empíricos diversos como los hay, tampoco sería garantía para evitar las actuales tautologías populares.

Nos vamos a guiar por las cifras que indican que al menos en estos últimos cinco años el número de denuncias de hechos violentos ha experimentado aumento considerable³ y en las informaciones que cada vez con mayor frecuencia difunden hechos vandálicos en los que aparecen implicados niños cada vez de menos edad. Pero además, es fácilmente constatable que han aparecido nuevos tipos de actos violentos y que como preocupación, como asunto de actualidad, *la violencia/lo violento*, es tema que atraviesa el debate público buscando explicación y remedio.

Así, como estudiosos de la comunicación nos encontramos ante un escenario de alta sensibilidad por un espacio en que violencia real y violencia catódica se asemejan a tal punto que nos resulta difícil descartar, al menos como hipótesis, que las acciones violentas -reales y virtuales- se fabrican con los mismos moldes. Vamos a intentar, entonces, analizar desde dónde y a partir de qué opina la gente, repasando brevemente el protagonismo de la violencia en la televisión.

La banalización de la violencia

El objetivo primero de toda empresa mediática es captar, mantener y, en lo posible, incrementar sus públicos. El desarrollo de tecnologías de la comunicación, los satélites, los cableados cada vez más extendidos... multiplican una oferta cuyos límites son difíciles de predecir. Públicos sobreofrecidos, cada vez más caprichosos y exigentes hacen más compleja la carrera de las empresas por un punto de rating. Una lucha que se ha vuelto obsesiva en términos de estrategias de competencia y en ello -por algo que no trataremos aquí- se sabe que la violencia «vende». Todo parece valer. No hay «propuestas indecentes» si son capaces de elevar puntajes.

Últimamente han aparecido los *snuff movies*, a los que se clasifica como blandos o duros. Los primeros corresponden a la tendencia informativa que muestra de forma exacerbada la sangre y desgracia reales en telediarios y reportajes y los duros que son, ni más ni menos, secuestros, violaciones y asesinatos reales también, pero filmados para ser comercializados en circuitos por ahora- clandestinos.

Estimaremos las estrategias que apelan a la irracionalidad más ruda para la captación de audiencias, pero nuestro propósito es sólo indagar en las posibles relaciones entre los fluidos de las pantallas chicas y los actos de violencia real.

Con sus frecuentes tramas argumentales la televisión ha hecho de la violencia algo habitual, sin consecuencias dolorosas, (la mayoría de los muertos ni siquiera tienen velorio ni entierro) ..., y así ha integrado a nuestro entorno cotidiano. ¿Es posible que esa cotidianidad alimente en parte la impronta exterminadora de las «barras bravas» en los estadios de fútbol, la agresividad de los conductores, el vandalismo en las discotecas, el ánimo aniquilador de algunas peleas en las escuelas y hasta los sueños de los niños?... Es lícito al menos suponer que la banalización de la violencia puede volver insensibles a sus recursos, al tiempo que está haciendo cada vez más familiar un mundo que en la realidad no necesariamente se estructura sobre fobias y golpes.

Estadísticas

Valerse puramente de las cuantificaciones en los análisis comunicativos encierra riesgos importantes. Conduce con frecuencia a conclusiones equivocadas por exactas que sean. Son útiles sin embargo para describir escenarios sobre los cuales reflexionar. Una serie de números van a permitir aquí determinar de qué hablamos cuando nos referimos a violencia y televisión en el Uruguay.

Tomaremos de partida entonces, distintos datos 'exactos'. La primera cifra de interés es que en el 98% de los hogares uruguayos hay al menos un televisor, la segunda, es que el consumo de televisión promedio entre niños y jóvenes en nuestro país ronda las tres horas diarias³; el tercer dato significativo es que antes de cumplir los dos años, un niño es capaz de distinguir preferencias por un determinado programa y por tanto convertirse en «cliente» de un espacio de televisión⁵.

Si se toma el dato del tiempo de consumo en proyección se obtiene que la permanencia media de un niño ante el televisor es de unas 1,100 horas al año. Como información complementaria tenemos que el tiempo de permanencia en un aula de la escuela pública de un niño uruguayo es de aproximadamente 700 horas.

Al llegar a los doce años y tener concluido su ciclo primario de formación, habrá visto entonces alrededor de once mil horas de televisión, mientras que en la escuela habrá estado unas cinco mil horas, más o menos.

Esta comparación cuantitativa no presupone ni otorga un potencial pedagógico a la televisión equiparable al de la escuela. La calidad de las horas no habrá sido la misma y las condiciones, actitudes y predisposiciones para el aprendizaje habrán sido otras. Sin embargo, ello no obsta para afirmar que la televisión sea el medio a través del cual los niños reciben la mayor cantidad de información sobre su entorno⁶ y que a través de la misma «los niños logran un conocimiento sobre aspectos del mundo con el que no tienen un contacto directo» (Halloran, 1974). Pero no se trata de sustitución o yuxtaposición y complementariedad cognoscitiva⁷.

Interesa ahora imaginar un par de ejes de abscisas y coordenadas para cruzar los datos anteriores con perspectivas de otro estudio. Una investigación -también de corte cuantitativo- revela que en los programas infantiles se emiten un promedio de veinte escenas de violencia cada hora⁸.

Si concordamos esos datos con los porcentajes apuntados arriba tenemos que, en un año, un niño ve a través de la pantalla

chica más de veinte mil (21,840) escenas violentas. Esto es, más de doscientos mil hechos irascibles al acabar el periodo de escolarización primaria ... mucho más de lo que vio el más experimentado guerrero de toda la historia.

Un último dato cuantitativo que interesa señalar está referido a que, a pesar del peso específico de la televisión en la vida de los niños y jóvenes, más del 70% de ellos declara no haber tratado ni curricular ni sistemáticamente el tema en su centro de formación escolar⁹.

Hasta aquí cifras. Ahora es necesario preguntarse ¿qué ocurre, cómo actúa aquella experiencia en las formas de pensar, sentir y actuar de cualquier muchacho?

Lo primero a señalar es que la influencia de la exposición a los medios no tiene en todos idéntica repercusión. Cualquier efecto varía según las condiciones y ámbitos de recepción, cambia según las personas, las culturas, de un barrio a otro, etc. La televisión se ve desde un contexto que actúa sobre las maneras de percibir, de generar emoción, de sentir, de creer... lo cual produce diferentes impactos.

Acaso los efectos deben relacionarse siempre a factores sociales, culturales, políticos y económicos particulares. Hay circunstancias en que el ambiente es más propicio que otro para que la violencia pueda ser vista, por ejemplo, como un mecanismo válido para la resolución de conflictos o logro de objetivos. Hay variables múltiples que inciden en eso: hogares con necesidades básicas insatisfechas; según las segmentaciones etáreas; según la solidez de los sistemas de valores, etc.

En un proceso comunicativo mediatizado por la televisión, la diversidad de códigos, la verosimilitud de las representaciones, la apelación a las emociones más que a las lógicas... favorecen la confusión de fronteras entre textos y contextos. El inconveniente de eso es que se conoce el mundo a través de realidades construidas, de tercera mano, pero se actúa sobre el mundo de los hechos, donde los simulacros cobran vida. Entonces ¿cómo opera la virtualidad de la pantalla en el mundo no virtual? si se consume tanta violencia ¿qué consecuencias son posibles?

Las teorías de los efectos

Existe un debate consuetudinario en torno a los efectos de los medios en relación a la violencia. Hay quienes defienden su inocuidad sobre actitudes u opiniones, e incluso encuentran resultados terapéuticos en el visionado de violencia, y quienes por un amplio espectro de razones hablan de sus «probados» perjuicios.

Buena parte del primer grupo de teóricos suscribe en líneas generales la perspectiva que da cuerpo a la *teoría de la catarsis*. El núcleo de estos postulados radica en la idea de que las personas generan y acumulan en su vida cotidiana diversas frustraciones que, por mecanismos indirectos, se transforman en conductas violentas. Así, mediante un proceso de participación por delegación en la agresividad de otros, la catarsis operaría como mecanismo de alivio de aquellas frustraciones. De esta manera las «tendencias belicosas» de cualquier individuo se verían aplacadas o neutralizadas por mecanismos psicológicos y sociales en una experiencia de proyección o delegación. El visionado de violencia según esta corriente traería aparejada una disminución o anulación de la necesidad de incurrir en acciones violentas. De ahí su acción terapéutica.

En la acera de enfrente se sitúan quienes piensan que el visionado de violencia tiende a generar conductas violentas. Aquí hay matices. Se ha afirmado -DeFleur y Ball-Rokeach¹⁰, entre una gran diversidad de autores- que la exposición a la violencia aumenta la susceptibilidad de la gente para la excitación fisiológica y emocional, y ello incrementa la posibilidad de efectuar acciones agresivas en lo que se conoce como *teoría de los efectos de estímulo*.

Por otro lado se ha hecho hincapié en los *efectos cognitivos de los medios*, (Saperas, 1987). Esto es, que las personas aprenden -entre otras cosas- conductas violentas, no sólo por las formas concretas en que la violencia es percibida, reconocida e integrada, sino por la identificación con los protagonistas violentos que actúan como modelo para un buen porcentaje de espectadores.

Otro supuesto, el de la *teoría del refuerzo*, sostiene que el visionado de violencia da vigor a pautas de conducta violenta que los espectadores ya poseen al exponerse a los medios. Así, estos últimos no aumentarían las cotas de agresividad de los espectadores sino que las validaría en el caso de que existieran y acaso, excepcionalmente, apoyaría las actitudes violentas en aquellos individuos faltos de estabilidad personal y social, fundamentalmente niños y adolescentes.

Existe también la llamada *teoría del cultivo*, cuya idea central es que el universo simbólico de los mass media cultiva las concepciones que sobre la realidad poseen las audiencias. En la perspectiva de esta tesis está encerrada la idea de que la televisión, más que una «ventana al mundo» o un «espejo de la realidad», constituye un elemento de primer orden en la construcción de la realidad.

Más que espectadores violentos, se estarían generando espectadores con determinado tipo de emociones -miedos, ansiedades...- que confundirán el mundo real con el simbólico representado por los medios de comunicación. Así, tenderán a confundir el espacio de lo vivo con el de los escenarios ficcionales.

Este sumario breve nos sitúa fundamentalmente ante dos posiciones marco que, como señalo más arriba, se han enfrentado en un debate ya clásico. Una única afirmación válida sobre los efectos es que deberían atenuarse las expectativas concluyentes y ponderarse mucho más el terreno de las hipótesis.

Además, las distintas perspectivas no son excluyentes y pueden aparecer mezcladas y en todos los casos es preciso tener presente-como anotamos al principio- las condiciones particulares de cada contexto desde donde se decodifican los textos. Las sociedades, los grupos humanos, tienen sus sistemas de valores y creencias con los que construyen sus propias realidades, desde donde observan el mundo. No existe un mundo objetivo desde donde generalizar, existe más bien un «complejo de significados subjetivos» como proponen Berger y Luckmann, mediante el cual se realizan interpretaciones (Berger y Luckman, 1994).

Así, los resultados terminantes, categóricos o irrefutables de efectos tanto cognitivos, como emotivos o conductuales -por las dificultades que encierran- son aún y lo serán por mucho tiempo, una asignatura pendiente de las ciencias sociales.

Sin embargo, lo probado permite conclusiones que son *per se* suficientes como para generar preocupación: con la exposición a productos televisivos y como consecuencia de un visionado sostenido se generan efectos cognitivos; con un impacto emotivo del tipo que produce la televisión se pueden producir percepciones del entorno que pueden diferir del real y que ello, a su vez, posibilita conductas aberrantes; dichas conductas pueden emerger en cualquier momento, ante cualquier situación, aunque racionalmente se expresen opiniones contrarias.

Así, la televisión, puede ser fuente (no necesariamente ni suficiente pero coadyuvante) para lograr comportamientos, enseñar valores y formar o reforzar mitos y estereotipos negativos. De allí que muchas conductas violentas pueden ser aprendidas a través de la televisión. Entonces, a juzgar por el contenido de la programación y considerando particularmente lo que ven los niños, estamos ante una dificultad seria a solucionar.

¿Desde dónde pensar el problema?

Nos situamos de partida ante una ecuación que interrelaciona políticas comunicacionales, empresas productoras, empresas emisoras y públicos. Allí se entrecruzan intereses del más variopinto espectro cuya complejidad impide pensar en resultados exhaustivos, mucho menos inmediatos. ¿Es un problema político? ¿cultural?, ¿a quién compete? Por otro lado, ¿es un problema de cada país? En fin, las interrogantes pueden prolongarse *ad infinitum*.

Es preciso situarse ante nuestro escenario finisecular con su complejo y exhaustivo proceso de transformaciones. Cualquier discurso que intente mínimas pinceladas sobre el momento actual aparecerá teñido por una idea dominante: la globalización. Esta implica todos los ámbitos, incluido el de la comunicación. La globalización genera una lógica que parece si no querer aniquilar, al menos disminuir cualquier posibilidad de determinación autonómica, en claves de predominio de una dimensión económica transnacional.

Sin embargo hay otros discursos: el de quienes sostienen que se puede y se debe ser impermeable al proceso anterior y propugnan paradigmas anti-globales, basándose en enfoques fuertemente ideologizados que otorgan a lo local todos los atributos positivos amenazados por la globalización. Una tercera vía para situarse ante el problema planteado, es la que articula las tensiones de la antinomia global-local expresándose en términos de oportunidades y desafíos al interior de una consideración compleja de la sociedad actual (Arocena, 1996).

Toda respuesta al problema del estado actual de la emisión-recepción televisiva debe dar cuenta del escenario descrito. No es propósito de esta nota proponer alternativas, pero desde la responsabilidad que nos compete como teóricos de la comunicación, podemos quizá intentar simplificar algunos apuntes para el debate.

Hay medidas a tomar tanto a nivel privado como público. A pesar de que la televisión sea después del sueño la actividad que más tiempo recibe por parte de los niños (la sexta parte del total de sus horas libres) (Vilches, 1993), no es objeto de tratamiento sistemático. A nivel de lo privado, entendemos que es preciso proponer una pedagogía para el consumo de la televisión. Es necesario que *se enseñe a ver la televisión*¹¹.

Son auspiciosas las iniciativas de algunas escuelas en las que el tema como fenómeno de nuestra cultura- se ha incorporado en sus estructuras curriculares.

A nivel de estrategias sociales más amplias la cuestión es más compleja. ¿Cómo hacer para que la televisión mengüe su contenido de violencia? Lo primero es evitar el irracional simplismo de la censura. Pero más allá de ese dilate, no ausente del discurso de algún jurista sensibilizado en el asunto ¿sería posible pensar en políticas restrictivas en las estaciones emisoras nacionales bajo un espacio cada vez más satelizado? De suyo el asunto es supranacional, pero primero depende de cada país. Políticas nacionales articuladas con una política global. Toda propuesta propenderá mecanismos de regulación que tengan origen en las propias fuentes emisoras y no intentar limitar el derecho de los ciudadanos a elegir lo que quieran ver.

Existe la tecnología necesaria de uso discrecional que permite bloquear horarios, canales, programas, etc. La injerencia de una política pública podría buscar subvencionar o facilitar la difusión de ese tipo de tecnología. Por otro lado, apoyar la producción de programas alternativos. Las ideas aquí son, con lo primero posibilitar la selección de lo que cada uno crea oportuno y con lo segundo, intentar que con productos de buena factura, el público acabe modificando sus actitudes de consumo.

Hoy que el Estado deja su antigua omnipresencia, que privatiza parte de sus servicios tradicionales, y que existe un proceso creciente de protagonismo de la sociedad civil organizada, es posible pensar en una asociación de consumidores de medios que articule con el Estado acciones de interés recíproco. De esa forma Estado y sociedad civil compartirían el desafío de desarrollar la conciencia de que en la televisión, como en cualquier otro servicio público, los ciudadanos tienen derecho a incidir para lograr su excelencia.

Resta agregar la visión de los psicólogos que afirman que la televisión propende al aislamiento de las personas, que genera actitudes individualistas, que quita espacio a la lectura u otras formas de recreación o entretenimiento y que distorsiona las relaciones familiares..., entonces el dibujo que se hace de un precioso medio parece definitivamente oscuro.

1. Nos centraremos en este artículo en los tipos de violencia de corte microsociedad, individual o grupal, dejando de lado lo que tiene lugar en escalas mayores como las luchas étnicas, identitarias, las guerras modernas y demás fenómenos colectivos. Así, nos referiremos más a hechos de violencia no instrumental, gratuita y sin motivos aparentes, que invade nuestra cotidianidad: violencia familiar, a los nuevos tipos delictivos, actos violentos infantiles, a lo que ocurre en los estadios de fútbol, en el tránsito, en las discotecas, etc. y no a asuntos vinculados con fenómenos sociopolíticos o ideológicos, aunque presenten pautas de acción inéditas, dignos de estudios particulares.
2. Acaso hay una gran diversidad de estudios que han abordado el tema desde perspectivas múltiples, y ello ha impedido una acumulación lógica que permita hoy análisis comparativos coherentes. Cincuenta años de historia no han permitido consolidar una teoría madura desde la cual poder obtener conclusiones contundentes.
3. Según estadísticas hechas públicas por el Ministerio de Interior uruguayo en abril de 1998.
4. Según datos de Equipos Consultores de 1996.
5. Neil Postman, *La desaparición de la infancia*, Barcelona, 1995.
6. Y ello no involucra únicamente a la violencia, refiere a asuntos tan variados como la forma en que, por ejemplo, se muestran los roles de la mujer, los valores éticos que aparecen muchas veces solapados en los filmes, los roles de las minorías, el papel de las culturas no occidentales, el desempeño de los latinos en las series norteamericanas...
7. Hace cien años los niños se formaban fundamentalmente en el seno de las familias, hace cincuenta, sin duda era la escuela la que jugaba en ello un papel central, hoy son los medios quienes posibilitan el mayor caudal de información a las nuevas generaciones.
8. Según investigación realizada en las universidades de Quilmes y Belgrano de la ciudad de Buenos Aires, sobre una programación similar a la emitida por la televisión uruguayo. El estudio discriminó cuatro categorías de escenas violentas: «mayor», violencia física seguida de muerte o hechos de sangre; «media», actos violentos sin muerte; «menor», peleas, empujones, cachetadas y patadas; y una cuarta categoría que incluía agresividad verbal sin violencia física. El análisis se realizó sobre 534 emisiones correspondientes a 47 programas de televisión abierta y de cable, entre abril y setiembre de 1994. Revista *La Maga*, n° 192, setiembre de 1995.
9. Datos de encuesta publicada en el suplemento D+ del diario *El País*, Montevideo, n° 23, junio de 1995.
10. Estos autores plantean sintéticamente pero con precisión algunas de las teorías más conocidas en relación a los efectos de la violencia televisiva. Su esquema de resumen es válido para repasar aquí las referidas líneas teóricas. DeFleur y Ball-Rokeach, *Teorías de la comunicación de masas*. Paidós Comunicación, Barcelona 1982.

11. En el seminario «Medios de comunicación y prevención de violencia doméstica», llevado a cabo en mayo de 1997 en el Ministerio de Educación y Cultura del Uruguay se recomendaba entre otras cosas: «... en cada hogar pueden seleccionarse horarios; programas, aportarse, en clave lúdica, visiones críticas de los programas; ayudarse a deconstruir historias; intentar que se relaten verbalmente las historias consumidas, mostrar cómo los textos televisivos son construcciones y no realidades... A la vez, no debe perderse de vista que -aunque no siempre son las más cómodas- existen alternativas a la televisión para el entretenimiento infantil.

BIBLIOGRAFÍA

- Arocena, J. Globalización, integración y desarrollo local. Universidad Católica del Uruguay-Claeh. Montevideo 1996.
Halloran, J. Los efectos de la televisión. Ed. Nacional. Madrid, 1970.
Vilches, L. La televisión. Los efectos del bien y del mal. Ed. Paidós Comunicación. Barcelona, 1993.
Saperas, E. Los efectos cognitivos de la comunicación de masas. Ed. Ariel Comunicación. Barcelona, 1987.
Berger, P. y Luckmann, T. La construcción de la realidad. Amorrortu editores. Buenos Aires 1994.