



Junio - Julio 2002

40 años de investigación de los efectos de la violencia en prensa y televisión

Número Actual

Número Actual

Números Anteriores

Editorial

Sitios de Interés

Libros

Ediciones Especiales



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de
Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52) 58 64 56 13
Fax. (52) 58 64 56 13

Por Manuel Garrido Lora
Número 27

Con la apertura del nuevo siglo, se cumplen cuatro décadas de estudios de los efectos mentales en los públicos de la violencia representada en los medios de comunicación. Aunque existen precedentes, puede decirse que es a partir de 1960 cuando comienzan a analizarse sistemáticamente los contenidos de los medios de comunicación, investigando la capacidad de estos para generar efectos mentales en los públicos. Nacidos en la cultura anglosajona, este tipo de estudios se han popularizado por todo el mundo conforme los medios de comunicación -principalmente la televisión- se han considerado de algún modo determinantes de algunos de los más detestables comportamientos humanos, especialmente en el caso de la violencia intraespecífica. Este artículo pretende mostrar de manera sintética y necesariamente con trazo grueso algunos elementos fundamentales en la evolución de estos estudios.

Los orígenes de los estudios sistemáticos con la irrupción de la televisión

Los primeros estudios sobre el posible efecto pernicioso de la televisión sobre la conducta agresiva humana se originan en Estados Unidos a mediados del siglo XX, más concretamente a comienzos de la década de los sesenta. Esta convulsa época de la sociedad norteamericana propició una profunda crisis del *american way of life*, caracterizado -entre otras cosas- por la convivencia pacífica. En apenas una década, los Estados Unidos incrementaron espectacularmente sus conflictos sociales y sus tasas de delincuencia. Debido al desarrollo que en la misma década tuvo la televisión, muchos políticos y analistas sociales adjudicaron una parte importante de la culpa de dicha situación al medio audiovisual, que estaba ocupando ya un lugar preferente en los hogares norteamericanos.

... medicina... todos parecen estar interesados desde entonces en investigar la relación entre el consumo televisivo y la propensión a la violencia en los humanos. El asesinato del presidente John F. Kennedy en noviembre de 1963 sería el detonante: "unos días después del asesinato [...], el diario New York Times publicó el siguiente comentario editorial: El asesinato a tiros del presidente Kennedy fue el método normal de tratar con el adversario, como nos enseñan incontables programas de televisión. Esta tragedia es una de las consecuencias de la corrupción de la mente y los corazonces de la gente, a causa de la violencia televisiva. Esto no puede continuar" (Rojas Marcos 1996: 179).

Casi de inmediato se realizaron estudios comparativos entre países para analizar la relación existente entre la introducción de la televisión y el incremento de la tasa de homicidios. En Estados Unidos y Canadá, ya en el año 1945, tras quince años de televisión, se duplicaron los homicidios. Un caso particular es Sudáfrica, donde la televisión estuvo prohibida hasta 1975. Desde entonces hasta 1990, es decir, en quince años, la tasa de homicidios pasó de 2,5 a 5,8 asesinatos al año por cada cien mil habitantes (p. 184). No obstante, no deben minusvalorarse otros factores sociales que han crecido en paralelo a la difusión del

medio televisivo en estos países, como es la drogadicción, el acceso a las armas, la desmembración familiar, la crisis del sistema educativo, los conflictos raciales y de clase, etc.

Estados Unidos y Gran Bretaña, ésta última en menor medida y con menores recursos financieros, van a tomar la iniciativa en los estudios sobre la interrelación entre el consumo televisivo y la conducta violenta. Desde los años sesenta no han perdido ese protagonismo. La primera gran investigación de este tipo en Gran Bretaña data de 1963. Allí se creó el *Television Research Committee*, con el objetivo de investigar la influencia de la televisión sobre las conductas sociales, especialmente en el caso de los jóvenes. Tras la realización de múltiples investigaciones, este comité concluye que no existe una relación lineal entre el consumo de imágenes violentas y el ulterior comportamiento agresivo. De hecho, el organismo se autodisuelve cinco años más tarde, considerando que la relación en el consumo excesivo de programación violenta en televisión y la inducción a la violencia era mínima (Quesada 1998: 72-73).

Dos años antes, sin el presupuesto del que pudo disponer el *Television Research Committee*, Schramm y sus colaboradores (1965) estudiaron el influjo de la televisión sobre la bondad o maldad de los niños, llegando también a la conclusión de que el espectador, sea adulto o niño, es un sujeto activo en la recepción, teniendo más importancia en la configuración de la personalidad agresiva otros factores ambientales distintos al excesivo consumo de escenas de corte violento en la pantalla. Ese mismo año se lleva a cabo en España una pequeña investigación promovida por el Servicio de Formación de Radio Televisión Española, concluyendo que al menos un 25 por ciento de la programación de entonces presentaba escenas claramente violentas.

Durante toda la década se siguieron haciendo estudios en norteamérica. Especialmente reseñado, por su incidencia social, es la investigación realizada por la *National Commission on the Causes and Prevention of Violence*, cuyas conclusiones fueron presentadas en 1969. De nuevo, se llega a la conclusión de que es imposible establecer una relación lineal entre ambos fenómenos: el consumo excesivo de violencia televisiva y la violencia real en la vida de los telespectadores. En cualquier caso, previene de la existencia de algún tipo de relación, no de causa-efecto, pero sí con capacidad para influir en un grado imposible de determinar.

Ahora bien, el Manifiesto de esta comisión norteamericana, hecho público el 23 de septiembre de 1969, recogía unas palabras que no pueden pasarse por alto: "Cada año los publicistas gastan billones de dólares porque creen que la televisión puede influir sobre la conducta humana. La industria de la televisión coincide entusiasmada con ellos, pero sin embargo mantiene que los programas sobre violencia no producen tal efecto. La investigación disponible a tenor de las pruebas encontradas sugiere, sin embargo, que la violencia de los programas de televisión puede tener y tiene efectos adversos sobre sus audiencias" (Berkowitz 1996: 218). En definitiva, las primeras conclusiones fruto de la investigación científica alertan sobre la existencia de una influencia, indeterminable en su grado, pero no de una relación lineal causal.

En los años siguientes se conocen más informes similares: las *Comparecencias Pastore* (1970), *el Informe de cirugía general* (1972), *los sucesivos estudios del NIMH (National Institute for Mental Health)*, etc. (Huesmann 1998: 89-90). *El Informe de cirugía general* de 1972 es quizá el que más impacto social causó, ya que algunos de sus ponentes llegaron a observar la existencia de una relación causal entre la violencia televisada y la ulterior conducta antisocial. De hecho, el oficial médico superior del Gobierno Federal de entonces, Jesse Steinfeld, consideraba suficientes las pruebas para que las administraciones iniciaran acciones vinculantes para la industria audiovisual. Incluso el

presidente de la *American Broadcasting Company* prometió la reforma de la industria televisiva al contar "con una razonable certeza de que la violencia televisada puede aumentar las tendencias agresivas de algunos niños" (Berkowitz 1996: 219). La importancia de la palabra "algunos" en dicha frase es fundamental, al tratarse de niños o adolescentes que por sus especiales circunstancias sociales desarrollarían conductas violentas independientemente de la visión de actos agresivos en la televisión. Desde los años setenta, los estudios han procurado introducir estos factores sociológicos en las investigaciones que han intentado descubrir la interrelación entre la violencia vista y la realmente vivida, como ejecutor o como víctima.

Los efectos de la difusión de noticias violentas

En muchas ocasiones surge el debate acerca de la oportunidad de difundir de manera destacada, o bien soslayada, la información sobre acontecimientos agresivos. Los profesionales de la información periodística, en general, prefieren emplear criterios objetivos diferentes a la oportunidad de la emisión o publicación de este tipo de noticias, al considerarse una limitación del derecho a la información. En cualquier caso, desde los orígenes de la investigación sociológica se sabe que ciertos comportamientos agresivos de los que dan noticia los medios podrían ser imitados por sujetos especialmente predispuestos. De este modo, ya a finales del siglo XIX se llegó a comprobar el incremento de los asaltos violentos los días siguientes a la difusión de alguna noticia que diera cuenta de un homicidio.

Con los años, esta contrastación se ha reforzado. Jacqueline Macaulay y Leonard Berkowitz, tras el asesinato de Kennedy en 1963, observaron -con los datos del FBI en la mano- que la sobredifusión de las imágenes del asesinato correlacionó con el incremento desacomodado en el número de homicidios en cuarenta ciudades norteamericanas. David Phillips (1979), de la universidad de California en San Diego, también concluye que "los informativos relativos a hechos reales así como las películas y programas de televisión pueden producir efectos socialmente desafortunados sobre las personas de la audiencia, que estas consecuencias pueden ser relativamente temporales y no se deben necesariamente al aprendizaje de formas de conducta duraderas y que tanto los adultos como los niños pueden estar influidos por los medios de comunicación de masas" (p. 223). Phillips contrastó esta hipótesis con dos estudios principales (p. 226). En el primero de ellos, analizó la influencia del suicidio de Marilyn Monroe en agosto de 1962 sobre la tasa de suicidios norteamericana, concluyendo que dicho aumento fue un 12 por ciento superior a lo esperado en Estados Unidos (y un 10 por ciento en Gran Bretaña). Es más, llegó a observar que los accidentes de tráfico y aviación se incrementaban hasta un 30 por ciento después de la difusión masiva por los medios de un suicidio, lo que parecía demostrar -según Phillips- que muchos de esos accidentes podrían haber sido buscados por las víctimas. En segundo lugar, investigó entre 1973 y 1978 la influencia de la difusión de los campeonatos de lucha de pesos pesados, descubriendo también un pequeño pero significativo efecto sobre los niveles de agresividad social. Según sus datos, cada combate determinaba doce homicidios más de los esperados en los tres días siguientes a la emisión.

En España, Imbert (1992) llevó a cabo un seguimiento de la representación de las informaciones de contenidos violentos en el diario *El País* durante el año 1987. Seleccionó este año porque a pesar de que habían descendido notablemente los índices reales de criminalidad, parecía que los medios de comunicación continuaban con el tono alarmista. El contexto de la investigación estuvo dominado por la crisis de ideología del gobierno socialista, los asuntos escabrosos en torno al Ministerio del Interior, las manifestaciones estudiantiles, el repunte de los atentados terroristas o la difícil entrada en la Comunidad Europea -hoy Unión Europea-. Seleccionó *El País* por su capacidad para crear opinión pública, especialmente como referencia dominante para las clases dirigentes. El autor llega a una clara conclusión: el

diario ofrece en sus artículos editoriales un discurso racional y objetivo en el tratamiento del conflicto social y la violencia; sin embargo, la forma de presentar la información (especialmente en el caso de las portadas), así como la selección y tratamiento de las imágenes fotográficas implican una visión polémica y dramatizada de los asuntos.

En las imágenes, la pasión se desata y la violencia se convierte en espectáculo. De este modo, "emerge un discurso sobre la violencia, centrado en la violencia social que invade las páginas de información (y de manera espectacular la primera plana) y hasta los editoriales y que cultiva una *imaginaria del miedo y de la inseguridad*, con imágenes que hacen hincapié en el hacer vindicativo de los actores sociales (sindicales principalmente) y en las manifestaciones agresivas, violentas de los mismos (hacer destructivo)" (p. 53). Esta visión también afecta a los fenómenos violentos no sociales, es decir, aquellos de carácter natural o tecnológico. De este modo, la muerte tiene un tratamiento espectacular, como ocurre con los titulares sobre los accidentes de tráfico: "Muertes en fiestas" (29/3/86), "Muertes en el paso a nivel" (23/3/88), "Homicidas al volante" (5/4/88), etc.

Ahora bien, donde realmente se lleva a cabo la espectacularización de la violencia es en lo que Imbert denomina los *derrapes*, entendidos como recursos formales que enfatizan los hechos y que revelan la *violencia del medio*. Junto a la propia violencia de los hechos informados, hay también violencia en la forma de contarlos. Ese espectáculo de la violencia genera un escenario que incide directamente en la percepción de la realidad por parte de los ciudadanos.

Esto puede verse más claramente a través de un ejemplo, a saber, el tratamiento que los medios dan a la delincuencia vinculada con el consumo y tráfico de drogas (la que es cuantitativamente más importante en España en las últimas décadas). El estudio detallado que lleva a cabo Imbert de la información periodística sobre drogadicción y criminalidad (pp. 84-85) le lleva a tres conclusiones fundamentales: primera, existe violencia formal por parte del medio desde el momento que la construcción de la noticia suele emplear una fuente única fuente informativa, la policía, que relaciona directamente la drogadicción con el crimen; segunda, la violencia se incorpora a la agenda informativa del medio como un elemento más, se *tematiza* mediante un tratamiento muy homogéneo y simplificado; y, tercera, los sucesos se *categorizan* atendiendo casi exclusivamente a su vertiente penal.

Al igual que Clemente (1988), Imbert concluye que la violencia formal del medio deja a la sociedad sin ninguna posibilidad de desarrollar iniciativas o reflexionar sobre el asunto. El ciudadano se ve reflejado como una víctima impotente que sufre los azotes de la criminalidad originada por la droga, y salvada en última instancia por la violencia legítima institucionalizada. En muy pocas ocasiones se da noticia de los aspectos sociológicos que rodean los hechos, o bien se revelan fracasos en la lucha institucional contra dicho problema social. En el relato periodístico, lo normal es que la ley y el orden triunfen -en términos mediáticos- sobre el crimen y la drogadicción. Justificándose entonces dicha violencia institucional como el recurso más oportuno para solucionar el asunto.

En el ámbito deportivo, Eric Dunning (1988: 225-249), sociólogo, llama la atención sobre la importancia que los medios de comunicación tuvieron en el desarrollo de los *hooligans*. Según este autor, el origen histórico de este fenómeno sociológico se encuentra en los preparativos de la celebración de la final del Campeonato del Mundo de Fútbol en 1966 en Inglaterra. La popularización de la televisión en los hogares del mundo desarrollado hizo que aquellos campeonatos tuvieran una repercusión social inaudita. El público inglés tenía una imagen muy correcta para los aficionados de todo el mundo, se le consideraba muy civilizado. De hecho, era tenido por la prensa

británica como el ejemplo a seguir en todo el mundo. Sin embargo, los preparativos del Mundial de Fútbol habían generado un gran debate social sobre el vandalismo en el fútbol y la importancia de la difusión de dichas imágenes a través de la televisión. Las miradas de todo el mundo se iban a clavar en las gradas británicas y se pretendía dar una imagen que mantuviera el prestigio internacional del país.

Los diarios más sensacionalistas empezaron, desde 1965, a cuestionar fuertemente que se fuera a dar una imagen positiva, habida cuenta que ese mismo año un hinchas de Milwall arrojó una granada de mano -desactivada- al campo de fútbol durante un *derby* contra el Brentford. Al día siguiente, el 8 de noviembre de 1965, el diario *The Sun* editorializó sobre el asunto con las siguientes palabras: "El fútbol se va a la guerra: La Asociación de fútbol ha actuado para terminar con la creciente violencia dentro de las cuarenta y ocho horas que siguieron al día más negro del fútbol británico, el día de la granada, que demostró que los seguidores británicos pueden rivalizar con cualquier cosa que hagan los sudamericanos. El Campeonato del Mundo está a menos de nueve meses de distancia. Ése es todo el tiempo que nos queda para tratar de restaurar el que una vez fue buen nombre deportivo de este país. En este momento el fútbol está enfermo. O mejor dicho, su público parece haber contraído una enfermedad que hace que su furia estalle" (p. 244). Desde ese momento, los medios se obsesionaron por relatar acciones violentas acaecidas en los partidos de fútbol británicos, prestándosele idéntica o más atención a este aspecto que al desarrollo de los partidos. Las imágenes de los vándalos ocupaban las portadas de los diarios y los mejores minutos de la parrilla televisiva.

Puede decirse que no había más violencia en las gradas, o al menos no había crecido de manera desproporcionada, sino que los medios comenzaron a difundir de forma sobredimensionada informaciones sobre hechos que antes pasaban mayoritariamente desapercibidos. La retórica militar se hizo dueña de la información deportiva y del comportamiento de los seguidores. Ciertamente también se vendían más periódicos y subía la audiencia televisiva cuando se insertaba información de este tipo.

Como consecuencia de todo esto, muchos espectadores - especialmente los más jóvenes- se sintieron parte del espectáculo y desarrollaron toda una estética y una conducta de grupo que los aglutinaba. A modo de profecía autocumplida, la difusión de noticias acabó por crearlas. Desde entonces, todos los equipos de fútbol de todo el mundo tienen un grupo de seguidores (*ultras*, en la terminología española) que se caracterizan por su radicalidad en la grada y por estar asociados con la delincuencia dentro y fuera de los recintos deportivos. El crecimiento desatado de dichos grupos se vio frenado en parte por los acontecimientos acaecidos en la final de Fútbol UEFA de Bruselas en 1985, donde participaba el Liverpool. En aquella ocasión, el comportamiento vandálico de los seguidores británicos generó un balance final de treinta y nueve espectadores muertos, la mayoría aplastados y asfixiados como consecuencia del pánico desatado por los *hooligans* británicos. Lo peor de todo es que los acontecimientos fueron observados en directo por toda Europa, al iniciarse en los minutos previos al comienzo del partido. Como consecuencia de aquello, los equipos ingleses tardarían bastantes años en volver a participar en las competiciones futbolísticas europeas. Y, lo que es más importante, todos los países tomaron entonces conciencia de la importancia de erradicar estas acciones violentas con medidas preventivas de todo orden, especialmente de educación en la no violencia.

La televisión, ¿causa de la violencia real actual?

Muchos ciudadanos de todo el mundo consideran que ciertamente la televisión influye sobre diversas facetas humanas, incluida la agresividad. De hecho, uno de los argumentos antitelevísivos que tradicionalmente emplean las asociaciones de telespectadores de

todo el mundo es precisamente la preponderancia de los contenidos violentos en la programación de las diferentes cadenas, con el perjuicio que esto pudiera tener entre los más pequeños.

En enero de 1996 se realizó un muestreo en Venezuela para valorar el grado de conocimiento de la población infantil y juvenil respecto a la influencia de los medios de comunicación sobre la violencia (Híjar 1998). El universo de la encuesta estuvo constituido por la población infantil entre los 9 y 17 años de edad, de ambos sexos, de estratos sociales B, C, D y E, de las ciudades de Caracas, Maracay, Barinas, Puerto de la Cruz, San Cristóbal, Puerto Ordaz y Maracaibo. Los resultados mostraban que el 57 por ciento de los 500 entrevistados opinaban que los medios de comunicación estimulan la violencia, frente a un 43 por ciento que opinaba lo contrario. Este dato era inferior en Caracas (52 por ciento) que en la provincia (60 por ciento). Por edades, los niños de entre 9 y 12 años consideraban en un 54 por ciento que los medios de comunicación estimulan la violencia, frente al 60 por ciento de aquellos que se sitúan entre los 13 y 17 años. Por estratos sociales, los niños de clases B, C y D consideraban en casi un 60 por ciento que el efecto mediático era pernicioso, frente al 54 por ciento en el caso de los niños de la clase más desfavorecida (la E). Por sexos, las mujeres, con un 59 por ciento, consideran en mayor proporción que los hombres (en un 55 por ciento) que los medios de comunicación sí estimulan la violencia. De los datos se extrae, en resumen, que son los jóvenes de entre 13 y 17 años, de ciudades medias, de sexo femenino y de clases sociales menos desfavorecidas, quienes perciben de forma más preventiva los contenidos violentos televisivos como inductores de la conducta agresiva.

En general, conforme se incrementa la edad de los encuestados, aumenta también la observancia *apocalíptica* del medio. Esta conciencia social sobre el asunto ha motivado que en ocasiones la clase política se acerque al asunto tomando posiciones. Debe destacarse, por incisivo, un artículo ("La violencia deseada") del veterano político catalán Miquel Roca i Junyent, publicado en *La Vanguardia* el 24 de abril de 2000. En un ejercicio de autocrítica, Roca i Junyent expresa su preocupación ante la violencia que arraiga como rasgo distintivo del estilo de vida de muchos jóvenes, alentando a ser "inmediatamente resolutivos", porque - según dice- "ya es hora de aceptar que la apología de la violencia, la exaltación de la brutalidad en la televisión tiene algo que ver, forzosamente, con lo que está ocurriendo en nuestra sociedad. Hay un cierto gusto por la violencia gratuita; la pantalla se llena de sangre, y la única diferencia entre los buenos y los malos es la de que los buenos son los últimos que matan; son más brutos, más duros, un poco más bestias, y por esto ganan. Decir que esto no tiene nada que ver con los que está pasando es una falsedad. Los políticos se pelean para controlar los espacios informativos porque se acepta que, a través de la pequeña pantalla, puede influirse en el comportamiento electoral de los ciudadanos; la publicidad televisiva es cada día más costosa porque a través de ella se influye en todo, menos en el comportamiento violento que exalta como una virtud ejemplar, a la que nuestros niños y jóvenes deberían saberse resistir virtuosamente." Esta última ironía recoge una posición radicalmente contraria al abuso de contenidos violentos en la televisión, a los que considera temerariamente influyentes en la conducta humana, especialmente en la de los más jóvenes.

Esta visión *apocalíptica* encuentra su contrapunto en algunos autores que discuten la mentalidad catastrofista acerca del rol de la televisión en la sociedad actual. El economista, periodista y sociólogo Cardús i Ros (1998: 32-44) se muestra especialmente cansado de que tanto desde el ámbito académico (sobre todo, el sociológico) como el *educativo* (padres, maestros, políticos, periodistas...) se critique continuamente a la televisión, generando una *mediafobia* en la que los medios audiovisuales son culpables de casi todo lo malo que ocurre en la sociedad, pues se le atribuye la culpabilidad en la violencia cotidiana que

reproducen niños y jóvenes, en el consumismo generalizado, en el empobrecimiento del lenguaje, en la erotización desbordada, en los escasos hábitos de cultura, en la secularización de la vida cotidiana e incluso en la españolización de los catalanes.

En primer lugar, cuestiona la influencia de los medios sobre los sujetos. Generalmente, se tiene en cuenta cuánta gente ve qué contenidos, sin atender a cómo ve la gente dichos contenidos, a los que se presume sujetos pasivos que comulgan con todo lo que reciben. En segundo lugar, no debe olvidarse cómo se presenta el contenido violento en el medio. En tercer lugar, si verdaderamente quiere estudiarse científicamente cómo influye la televisión en la conducta, deberían tenerse en cuenta los siguientes factores:

- a) La temporalidad de la influencia, es decir, si se trata de efectos a corto o a largo plazo, y si se dan efectos de acumulación.
- b) La distinción entre aquellos efectos derivados de la influencia por imitación y aquellos generados por rechazo social.
- c) La diferenciación entre consecuencias esperables y consecuencias inintencionadas o sorprendentes.
- d) La profundización en los efectos cognitivos de la violencia vista, más allá de los tradicionalmente destacados efectos imitativos.

Ciertamente, dice el autor, la televisión ha sido uno de los factores que más ha influido en la configuración del estilo de vida actual. Ahora bien, de ahí a decir que los efectos sobre los niños de la violencia en televisión son universales, hay un gran trecho. La televisión es cómplice de buena parte de los caracteres que definen a la sociedad actual, tanto de los buenos como de los malos, pero no única culpable de los desastres contemporáneos. La respuesta social más efectiva, en opinión del autor (p. 44), es aquella que educa la mirada del telespectador, porque los excesos no tienen tanto que ver con los contenidos televisivos como con las causas de ese entelevisamiento y lo que éste esconde: soledad, represión, aburrimiento, etc.

En la comunidad científica internacional, la interrelación directa entre el consumo de imágenes violentas y la ulterior conducta violenta se afronta con extraordinarias precauciones. Nadie ha podido aseverar con certeza absoluta una relación causa-efecto entre el consumo de mensajes televisivos y los comportamientos sociales, pues siempre se ponen en juego un importante número de variables sociológicas y psicológicas que a veces explican más eficazmente la conducta humana que la posible parcela de influencia atribuida a los medios, especialmente a la televisión.

Ahora bien, la no existencia de una relación exacta de causalidad lineal y unívoca, no exime a la televisión de ciertas responsabilidades sociales en la difusión de los valores vinculados con la violencia. De este modo, el exceso de contenidos televisivos violentos genera una percepción sobredimensionada de estos fenómenos que no correlaciona con la realidad: "nadie está diciendo o pretendiendo decir que la violencia de las pantallas sea la causa de la violencia en el mundo real. Lo único que se está aseverando es que existe mucha violencia en los programas televisivos, que una forma de aprender algo es observarlo y que igual se aprende observando elementos de la vida real que observando imágenes o escuchando palabras, emitidas unas y otras por el televisor" (Sanmartín 1998: 22).

Los únicos estudios fiables que han permitido concluir que existe una relación directa entre la visión de imágenes violentas y el posterior comportamiento violento, son aquellos que han medido el efecto inmediato de las imágenes, y casi siempre han correlacionado con sujetos jóvenes con problemas de adaptación psicológica y/o social. Se trata, por tanto, de individuos que ya están predispuestos a reaccionar violentamente ante cualquier conflicto social.

Rojas Marcos (1996) nos acerca a dos estudios estadounidenses que contrastan este hecho. En el primero de ellos, los niños fueron sometidos a sesiones continuas de los segmentos más violentos de la serie televisiva *Los intocables*. Posteriormente, en laboratorio, los investigadores pudieron apreciar que estos sujetos mostraban mayor predisposición a hacer daño físico a sus compañeros que aquellos que no habían recibido la sesión de imágenes violentas de la serie norteamericana.

En un segundo experimento realizado en un reformatorio, el colectivo de jóvenes detenidos por haber cometido hechos delictivos fue clasificado según su nivel de agresividad, y también fue expuesto a sesiones de películas violentas. Aquellos que inicialmente fueron clasificados como muy agresivos tuvieron un comportamiento posterior mucho más violento que aquellos que fueron calificados como poco agresivos. En general, según este autor, la televisión no es tan poderosa como la pintan algunos, pues no tiene capacidad para implantar mecánicamente actitudes y comportamientos en la vida humana, y concluye que ciertamente el mayor peligro de la televisión es que roba mucho tiempo que podría destinarse a actividades humanas mucho más gratificantes.

Por tanto, la investigación rigurosa de los efectos de las imágenes violentas en televisión debe responder -Quesada (1998: 69-76)- no sólo al estudio cuantitativo de la televisión y de los hábitos de consumo de los telespectadores, sino también de las variables sociológicas que les rodean: el nivel socioeconómico y cultural, el rendimiento escolar o laboral, el barrio de residencia, el coeficiente de inteligencia, la adicción a las drogas. Y es que tradicionalmente se pasan por alto algunas variables fundamentales que influyen de manera decisiva: primero, la pérdida de influencia y de peso específico de la institución familiar entre los más jóvenes; segundo, la propagación de una ideología competitiva a través del discurso de los medios, pero también a través de los amigos, de los políticos, de los famosos, etc.; y tercero, una entronización del dominio y el poder, a veces a través del machismo, como un valor del que también se ha apropiado la mujer.

Huesmann (1998), por su parte, considera que existe una cierta interrelación entre la visión de la violencia en los medios y los comportamientos agresivos entre los humanos. El mecanismo, según él, es bastante sencillo. Al igual que en la infancia aprendemos todas las cosas observando lo que los demás dicen y hacen, es normal que la televisión -que también está ahí- enseñe de algún modo muchas cosas a los niños, desde palabras hasta procedimientos para responder agresivamente ante determinadas situaciones conflictivas: "Sea como fuere, lo cierto es que no hay niño que se salve del efecto de la violencia en los medios de comunicación. ¿Son estos efectos pasajeros? Desafortunadamente, no. La investigación pone de manifiesto que el niño más agresivo acaba siendo el adulto más violento" (pp. 89-90).

Esto no quiere decir, aclara Huesmann, que la violencia en los medios sea la única causa de la violencia social, pero sí que desde hace dos décadas la mayoría de científicos destacados confirma que la violencia en los medios de comunicación está enseñando a niños y adolescentes a comportarse de forma más agresiva: "En primer lugar -dice Huesmann-, durante el último cuarto de siglo un gran número de experimentos de laboratorio y de campo han demostrado una y otra vez que la exposición de niños al comportamiento violento en el cine y la televisión aumenta la probabilidad de que actúen de forma agresiva inmediatamente después de la visión. [...] Estos efectos a corto plazo no se limitan a los niños: han sido observados también en adolescentes y adultos, en particular cuando las mediciones dependientes reflejan actitudes u opiniones más que conductas" (p. 90). Ahora bien, estas investigaciones se realizan de manera muy controlada, con mediciones a veces indirectas, con situaciones de laboratorio, y de forma inmediata.

La cuestión aún por resolver adecuadamente es la de los efectos en la vida cotidiana y respecto a conductas que se refuercen con el tiempo y que impliquen claramente un daño físico sobre los semejantes. La respuesta a estas cuestiones -según Huesmann- es que sí. Como muestra, el estudio longitudinal que realizó junto con Eron, del que ya se adelantaron algunas conclusiones. Este estudio se llevó a cabo en un condado del estado de Nueva York, donde se entrevistó a 800 niños entre los 8 y los 9 años en 1960. A los niños se les preguntó sobre sus programas de televisión preferidos y se midió cuál era el nivel de agresividad de cada uno de ellos. Buena parte de los datos se obtuvieron también de las entrevistas mantenidas con los padres. Diez años después, se localizó a un buen número de elementos de la muestra anterior y se repitió la operación, si bien ya eran los propios implicados los que tenían la suficiente capacidad para transmitir la mayoría de la información.

Los resultados tuvieron un gran impacto académico y social, pues era la primera vez que se testaba de manera longitudinal la influencia de los medios sobre los sujetos, y "pusieron de manifiesto que, sin atender el nivel inicial de agresión, los niños que figuraban entre los espectadores que veían más violencia televisiva acababan encontrándose entre los que tenían niveles más altos de agresividad diez años más tarde. La conexión que hay entre ver violencia televisiva a la edad de 8 años y ser agresivo a la edad de 18 es sustancial, mientras que la conexión entre ser agresivo a la edad de 8 años y ver violencia televisiva a la edad de 18 es cero. Estos resultados sugieren que la hipótesis de que ver *la televisión de pequeño induce agresividad más tarde* es más plausible que la hipótesis de que *la agresividad precoz induce una atracción mayor por la violencia televisiva*" (p. 106).

Con objeto de reforzar longitudinalmente las conclusiones del estudio, en 1982 se procedió de nuevo a testar a estos sujetos, que andaban alrededor de los 30 años. Además, se obtuvieron datos oficiales sobre los niveles de criminalidad de todos ellos, incluidos también los incidentes de tráfico. De nuevo, los niños que más televisión violenta seleccionaban a la edad de 8 años eran también aquellos que presentaban un serio comportamiento antisocial con 30 años, e incluso, en el caso de tener hijos, los castigaban más severamente. Multas, infracciones de tráfico o incluso conducción con embriaguez, son rasgos que perfilan a estos sujetos. Este estudio longitudinal vendría a demostrar que la visión de la violencia durante la infancia predice en cierto modo la agresividad que se tendrá de adulto, mucho más que los niveles de agresividad real que el niño tuviera en su período infantil. Aunque las cifras del estudio no son tan grandes como para que las correlaciones estadísticas sean significativas, el estudio pone de manifiesto que quienes veían mucha violencia a los ocho años tenían una probabilidad mayor de ser arrestados por delitos graves a los treinta.

Posteriormente, el mismo autor contrastó en otros países los resultados alcanzados en Estados Unidos. De este modo, en los setenta lideró una investigación internacional que recogió datos de cinco países: Finlandia, Polonia, Israel, Australia y también Estados Unidos: "Entrevistamos y testamos a niños (de primer y tercer grado) y a sus padres en cada uno de dichos países durante un período de tres años. ¿Qué descubrimos? Los resultados eran distintos según el país; sin embargo, en todos ellos pudimos establecer una correlación clara entre ver televisión y la agresión en el caso de algunos niños. Además, en todos los países, menos en Australia, pudimos detectar la existencia de un efecto (longitudinal) entre ver la televisión y la agresividad posterior. [...] Encontramos estos efectos incluso cuando tomamos en cuenta las diferencias iniciales que la agresividad puede presentar de unos niños a otros. Dicho de otro modo, con independencia de lo agresivo o pacífico que sea un niño inicialmente, parece que ver más violencia en televisión hace que sea más agresivo" (pp. 113-114).

A modo de conclusión

Puede decirse que no existe unanimidad en la comunidad científica a la hora de valorar la relación que se establece entre la visión de contenidos violentos en los medios de comunicación (sobre todo, la televisión) y la posterior comisión de actos violentos. La mayoría de los investigadores, incluso aquellos que se muestran más partidarios de la existencia de influencia, son muy cautos en sus conclusiones, y abogan por un estudio multidisciplinar del fenómeno que emplee metodologías cualitativas mejor que cuantitativas: "una investigación óptima sería aquella que hiciera un estudio multifactorial de la violencia. Este tipo de estudio tendría que contemplar, en primer lugar, los distintos aspectos relacionados con la televisión: el género discursivo, el contenido del programa en general, cómo es presentada la violencia, el tiempo de exposición a la televisión, las formas de consumo de la televisión y el ambiente televisivo familiar. En segundo lugar, habría que tratar con igual importancia otros factores como son: la historia y la personalidad de los sujetos investigados, sus relaciones familiares y sociales, su situación socioeconómica, su situación personal en el momento del estudio. Por último tampoco sería desdeñable tener en cuenta el clima de opinión existente en el momento del estudio. Finalmente, el mayor problema es ponderar la influencia de cada una de estas variables en la persona. Tengo la impresión de que los estudios cuantitativos no han tenido en cuenta o no han ponderado suficientemente las variables que no están directamente relacionadas con la televisión. Es posible que una metodología más cualitativa podría ser mucho más útil para tener en cuenta todas las variables que he mencionado" (Rodrigo Alsina 1998: 29).

En general, ningún autor llega a observar una relación causa-efecto fuertemente correlacionada. Incluso Huesmann, el más proclive a demostrarlo, se muestra precavido a la hora de interpretarlos. Podría decirse entonces que no existe una relación unidireccional entre ver violencia y actuar mecánicamente de modo agresivo. No obstante, los resultados parecen estimables (moderadamente) tanto a corto como a largo plazo cuando se trata de niños, entre los cuatro y los doce años de edad, mayoritariamente de sexo masculino, que reciben una enorme ración televisiva desde la infancia, que conviven con unas condiciones sociales desfavorables y que, en general, carecen de otros cauces (familia, escuela, amigos...) que amplíen sus fuentes de conocimiento. Es decir, no disponen en sus vidas de experiencias reales que vengan a equilibrar los posibles efectos perniciosos de las vicarias.

Referencias bibliográficas :

- Berkowitz, Leonard (1996): *Agresión: causas, consecuencias y control*, Bilbao, Desclee de Brouwer.
- Clemente, Miguel (1988): "Análisis de contenido sobre la imagen del joven delincuente en la prensa española" (inédito), Madrid, Centro de Estudios del Menor.
- Dunning, Eric (1992): "Los lazos sociales y violencia en el deporte", en Elías, N. y Dunning, E., *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, México, FCE, pp. 273-274.
- Híjar, Martha (1998): "Violencia y medios de comunicación", en <http://www.insp.mx/salvia/977/sal9774.html>.
- Huesmann, Rowell (1998): "La conexión entre la violencia en el cine y la televisión y la violencia real", en Sanmartín, José; Grisolia, James S., y Grisolia, Santiago (eds.): *Violencia, televisión y cine*, Barcelona, Ariel, pp. 87-132.
- Imbert, Gérard (1992): *Los escenarios de la violencia: conductas anómicas y orden social en la España actual*, Barcelona, Icaria.
- Phillips, David P. (1979): "Suicide, motor vehicle fatalities, and the mass media: Evidence toward a theory of suggestion", en *American Journal of Sociology*, nº 84, pp. 1150-1174.
- Quesada, Montserrat (1998): "La recerca sobre els efectes de la violència mediàtica" en *Tripodos*, nº 6, pp. 69-76, Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna.
- Roca i Junyent, Miquel (2000): "La violencia deseada", en *La Vanguardia*, 4 de abril.
- Rodrigo Alsina, Miguel (1998): "El impacto social de la violencia en la televisión", en *Tripodos*, nº 6, pp. 19-30, Barcelona, Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna.
- Rojas Marcos, Luis (1996): *Las semillas de la violencia*, Madrid, Espasa.
- Sanmartín, José (1998): "Violencia: Factores biológicos y ambientales, con especial referencia al cine y la televisión", en Sanmartín, José; Grisolia, James S., y Grisolia, Santiago (eds.) (1998): *Violencia, televisión y cine*, Barcelona, Ariel.
- Schramm, W., Lyle, J. y Parker, E. (1965): *Televisión para los niños*, Barcelona,

Dr. Manuel Garrido Lora

*Profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y
Literatura, de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de
Sevilla, España. Secretario del Equipo de Investigación en Métodos, Análisis y
Estrategias de la Comunicación Empresarial e Institucional (M.A.E.C.E.I.).*