

## TELEVISIÓN Y VIOLENCIA\*

Por la licenciada **Elsie NÚÑEZ CARPIZO**,  
Profesora de la Facultad de Derecho  
de la UNAM

La palabra comunicación proviene del latín *communicatio*, cuyo significado es equiparable al que ofrece el Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, que la define como la acción y efecto de comunicar, también como el trato o correspondencia entre dos o más personas.

Junto al rigor semántico del vocablo que se analiza, encontramos la noción general surgida en el seno del pueblo, cuya voz coincide con lo anteriormente expresado pero abarca fenómenos muy diversos; v. g. comunicamos información, saber, opiniones, pensamientos, ideas, experiencias, deseos, emociones, sentimientos y estados de ánimo; es tal la amplitud del fenómeno y sentido de la palabra comunicación que puede ser considerada, sin duda, como una categoría esencial en toda forma de organización e incluso de vida. En efecto se puede hablar de comunicación entre las partes de una misma célula, que se produce en la transmisión de diversas señales, merced a procesos bioquímicos, cuyo resultado preponderante es la reproducción en seres del mismo género y especie, asimismo la comunicación es fuente de la organización animal, ciertamente irracional pero naturalmente determinada.

Bajo estas consideraciones, la comunicación es en su aceptación primigenia un contacto entre dos seres, que produce un resultado cuantitativa o cualitativamente determinado.

En las ciencias sociales, la comunicación tiene lugar a niveles desiguales, puede ser interpersonal, grupal o cultural, y es estudiada bajo tres puntos de vista fundamentalmente: simbólico, grupal y social general. El primero se enfoca como elemento de la cultura en que tiene lugar, no es posible precindir de este punto de vista al analizar una comunidad humana pues su acervo simbólico es siempre muy amplio y va desde el lenguaje a la comunicación

\* Ponencia presentada al XXVI Congreso Mundial del Instituto Internacional de Sociología. Celebrado en la ciudad de Morelia, Mich. México 1982.

a-verbal, pasando por la de canales y niveles múltiples, analizando los lenguajes y metalenguajes.

Desde el segundo punto de vista, es decir, el grupal se estudian las redes de comunicación que existen en los grupos, sean pequeños, comunidades, asociaciones, o bien organizaciones altamente complejas; aquí se tienen en cuenta dos factores, a saber, el contenido simbólico y el grado-frecuencia y dirección de la comunicación. Finalmente el punto de vista social general se ocupa de investigar aquel tipo de comunicación que afecta a los procesos sociales y que actualmente es considerado como un proceso social en sí mismo de transcendental importancia en la configuración de los Estados y organizaciones internacionales, tal es el caso de las comunicaciones masivas.

La Psicología Social, concibe a la comunicación como un proceso de interacción entre el comunicante y el receptor, descomponiéndolo en las correspondientes fases y elementos estructurales determinantes. A la Sociología le interesa el fenómeno atendiendo a las funciones de diferentes sistemas de comunicación en el proceso de mantenimiento o cambio sociocultural.

Cabe señalar que al emplear el término referido no sólo se pretende expresar su contenido objetivo, sino también los medios por virtud de los cuales se desarrolla el proceso de transferencia y recepción de mensajes y en ciertas medidas desentrañar el sentido de los diversos efectos que tiene en las sociedades contemporáneas, tanto a nivel individual como colectivo.

Dentro del vasto campo de la comunicación, no hay duda que la denominada comunicación masiva, ha adquirido un lugar fundamental debido a las implicaciones que ésta tiene en los ámbitos nacionales e internacionales.

Este tipo se dirige a un número de seres humanos amplísimo heterogéneo y anónimo; los medios de comunicación masiva más importantes son la radio, la televisión, el cine y la prensa, aquí se excluye a toda relación personal y privada, lo esencial es que vaya dirigida a una multitud de individuos, de ahí la importancia que el poder político atribuye a esta forma de comunicación, a grado tal que en México, es la Secretaría de Gobernación quien se ocupa de controlar y vigilar las emisiones de estos medios, pues su impacto en la estructura social y los efectos psicológicos que producen pueden ser altamente provechosos o profundamente destructivos para el desarrollo de una nación.

Actualmente han sido también considerados como medios de comunicación masivos, el libro, el disco, el cassette y otras formas análogas, en virtud de que en nuestros días alcanzan a muchísimas personas simultáneamente y en cortos intervalos de tiempo. Marshall McLuhan ha afirmado que "las sociedades siempre han sido moldeadas más por la índole de los medios con los que se comunican los hombres que por el contenido mismo de la comunicación."<sup>1</sup>

De otra parte, tales medios definen con mayor o menor claridad el mensaje; es decir, exigen una mayor o menor participación activa del destinatario;

<sup>1</sup> *Diccionario de Ciencias Sociales*. Patrocinado por la UNESCO Del Campo, Salustiano, et al Madrid. Instituto de Estudios Políticos 1976, p. 190.

aquí surge una primera interrogante ¿es más importante el medio que el mensaje? Desde el punto de vista teleológico quizás no, pero desde un punto de vista práctico y de la eficacia, si es más importante el medio atendiendo a los siguientes criterios:

1. La oportunidad del mensaje.
2. Amplitud del mensaje.
3. Frecuencia del mensaje.
4. Receptor del mensaje.

Si pretendemos una mayor cobertura en el menor tiempo posible, en virtud de una emergencia, seleccionaríamos la televisión, puesto que en un segundo podríamos informar al mundo del acontecimiento inesperado, por el contrario si pretendemos determinar la audiencia dada la calidad del mensaje seleccionaríamos la prensa, el libro u otro tipo que exigiera una decidida participación por parte del receptor.

Los estudiosos de la comunicación masiva les han atribuido alcances diversos, algunos han pensado que no sólo no ha contribuido al desarrollo social, sino han sido instrumentos de encadenamiento y desindividualización, otros han relativizado su influencia al considerar que no crean opiniones sino que refuerzan las ya admitidas, hay quienes les han asignado un papel propagandístico de tendencias encontradas según sea el caso de países socialistas o capitalistas; nosotros pensamos que es difícil aceptar la presunta inocuidad de los medios de comunicación masiva, pero también es muy objetable satanizarlos encontrando en ellos la fuente de todos los males, como toda obra humana el benéfico perjuicio que cause el desarrollo de estas técnicas dependerá del empleo y al servicio de quienes estén.

Inherente a los medios de comunicación masiva es la audiencia, debido a que los mensajes van dirigidos a auditorios relativamente grandes como ya se ha dicho anteriormente, y es esta la nota que esencialmente diferencia a los medios de comunicación masivo con los de comunicación internacional, personal y directa, pues los términos auditorios de masas o audiencia son justamente los que subrayan las características de tamaño, heterogeneidad y anonimato.

Ahora bien, dentro de este marco habremos de localizar a la televisión y dentro de ella analizaremos los efectos que produce en los grupos sociales en cuanto a un comportamiento violento de los mismos.

En tan complejos el fenómeno de la comunicación masiva a través de la televisión que Desiderio Graue, ha considerado la posibilidad de crear una Sociología de la televisión, definiéndola como "el estudio de la interacción entre la sociedad y el fenómeno de la difusión por medio de ondas de imágenes y sonidos".<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Desiderio GRAUE. Consideraciones acerca de la T.V. "Revista Michoacana de Derecho Penal", No. 15, enero-junio 1973. Morelia, Michoacán. p. 171.

Se ha calificado a la televisión en innumerables formas, ya que es accesible a un gran número de personas tanto económicas como intelectualmente, es extraordinariamente espectacular y no exige otro esfuerzo que el de manipular una perilla, un botón o un aparato de control remoto.

Se ha dicho que este medio de comunicación puede ser origen de la unidad o de la dispersión; también se le da atribuido la calidad del intruso, pues se interpone entre los integrantes de una comunidad y elimina la importantísima comunicación interpersonal.

El doctor Recásens Siches, con frecuencia expresaba que al cerrar la puerta de nuestra alcoba detrás de nosotros, los convencionalismos sociales quedaban fuera y el individuo permanecería sólo con sus pensamientos, lo cierto es que en la actualidad ese es un privilegio que seguramente el maestro disfrutó intensamente pero que las grandes mayorías ya no lo pueden hacer porque viven sus horas de reflexión frente a un aparato televisor que evita la meditación y lo aísla por completo de quienes conviven con ellos. El problema existencial del soledad seguramente encontraría alguna de sus explicaciones en este hecho, la violencia como resultado de esa falta de comunicación también se explicaría, desde esta perspectiva el simple acto de ejercitar el derecho a ver o no ver televisión puede ser origen de la agresividad que muchas personas tienen, toda vez que se sienten incomprendidas.

Es interesante considerar los alcances del mensaje televisado, un ejemplo lo tenemos en que Miguel de Unamuno, imprimió de su novela "La Tía Tula" 2000 ejemplares, regaló aproximadamente 300 y vendió 600; quedaron 1,100 ejemplares que no se vendieron en las librerías; sin embargo, Luis María Anson en el Encuentro Salamanca 80, celebrado por Televisa de México, informó "La Tía Tula", fue editada en una Colección de Radio Televisión Española y vendió 800,000 ejemplares. Estas cifras nos dan idea de lo significa la televisión como medio arrollador de penetrar en la comunidad.<sup>3</sup> No hay que olvidar que la población española es de aproximadamente de 35 millones.

La palabra televisada une en la distancia y alarga su tiempo, rescata y fortalece, destruye la lejanía y vincula a quienes de otra manera en pocos años podrían hacerse ajenos, distintos, necesarios de un intérprete para recobrar su unión.<sup>4</sup> Tal es el caso de los mexicanos que se encuentran en Estados Unidos y que llegan al extremo de no integrarse a esa nueva cultura y en pocos años pierden la propia.

Esto ocurre con mayor frecuencia entre los menores que con más facilidad adquieren nuevos modos de conductas y pautas de comportamiento, sobre todo el nuevo idioma, se desprende entonces la trascendencia que tiene la televisión mexicana para enlazar y comunicar hacia el exterior y en nuestra opinión

<sup>3</sup> AMSON, Luis María. *Encuentro Salamanca 80 España*. 8 y 9 de septiembre. México. Televisa 1981. p. 55.

<sup>4</sup> ZABLUDOVSKY, Jacobo. *Encuentro Salamanca 80 España*. 8 y 9 septiembre. México. Televisa 1981. p. 64.

hacia el interior puesto que la diversidad y lejanía de los lugares de México, pueden pensarse ajenos y extraños si no hay una adecuada integración, solidaridad y comunicación.

La fuerza de este moderno medio podría expresarse en la circunstancia de que Televisa de México, lleva diariamente su mensaje a través de sus 4 canales y 161 transmisores a más de 50 millones de mexicanos sobre una población total de 68 millones.<sup>5</sup>

Como se advierte no todo es negativo en la televisión, la experiencia en México a partir de 1977, ha sido sumamente estimulante, en aquellas fechas se produjo un conflicto laboral en el seno de la Universidad Nacional, agobiada en la década pasada por problemas de esta naturaleza y de otra índole que motivaron un replanteamiento estructural de la propia casa de Estudios, expresado en términos de una amplia reforma universitaria, convocada por las autoridades de aquel momento, la que quedó inconclusa debido a factores que no es el caso analizar en este trabajo.

Lo importante para nuestro tema, es que la suspensión de labores en la UNAM, obligó a las autoridades a impedir que el trabajo académico sufriera mengua a consecuencia de un paro que se consideraba inexistente, por lo que se solicitó el auxilio de diversas instituciones académicas del área metropolitana con el objeto de que se continuaran impartiendo las cátedras en las aulas de esos planteles, otra medida que se adoptó y que permaneció en el tiempo con excelentes resultados fue la impartición de conferencias por medio de la televisión privada de México, de esta forma el profesor universitario acude a la televisión y entra a los hogares de millones de mexicanos; en un principio se pretendió llevar todo del rigor del aula universitario a la pantalla de televisión, al poco tiempo quienes así lo hicieron comprendieron que más que intentar la transmisión de un conocimiento especializado era indispensable difundir lo que de cultura en amplio sentido tiene la disciplina que cada uno de ellos cultiva.

Esta experiencia ha tenido efectos colaterales que es importante destacar, uno de ellos, es que las conferencias televisadas son video-grabadas y archivadas para uso de los alumnos en algunas facultades y escuelas, de otra parte, Televisa de México creó una Fundación Cultural, entre cuyos objetivos figura la colaboración con la UNAM, para la difusión y extensión de la cultura, cumpliendo así uno de los fines esenciales de nuestra Alma Mater.

Es particularmente grato, manifestar que la libertad de cátedra e investigación ha sido respetada en la televisión y por el Gobierno, habida cuenta de que no es censurada previamente la exposición del catedrático, sea cual fuere el área o el tema a desarrollar, de donde se desprende que la actitud crítica del universitario y de la institución llegan a cada hogar.

<sup>5</sup> O'FARRIL, JR., Rómulo. *Encuentro Salamanca 80 España*. 8 y 9 septiembre. México. Televisa 1981, p. 26.

En otro orden de ideas, los programas de televisión generalmente provocan una imitación intencionada y dirigida, suscitan el contagio sociológico individual y colectivo, sugiere formas de vida que son adoptadas por los grupos sociales, a grado tal que nuestro propio "yo" acepta las ideas y sentimientos ajenos provocando la identificación de los receptores, con los personajes que protagonizan las series televisadas. Esto nos lleva a pensar en un proceso social ciertamente modificado que se denomine transculturación, donde dicho proceso no es el producto de una corriente migratoria sino de la importancia de imágenes que en no pocos de los casos constituyen penetraciones culturales e ideológicas que desfiguran y quebrantan las tradiciones nacionales, cuyo efecto es desastroso en cuanto al desarraigo y desintegración de la población en relación con los valores históricos de cada país.

En México un gran porcentaje de los programas de mayor aceptación son realizados en el extranjero, particularmente en la Unión Americana, en ellos se exaltan virtudes individuales ficticias o no correspondientes a las realidades y naturaleza psicológicas del ser mexicano, esto produce conflictos internos en el individuo, ya que se actualiza la antinomia entre lo que se es y se puede llegar a ser dentro de un desarrollo coherente y lo que se representa, consecuentemente con otra realidad, en un ámbito cuyas condiciones son propias para el surgimiento de esa personalidad representada, que no siempre está acorde con la misma naturaleza humana, independientemente de la pertenencia a uno u otro grupo.

La televisión al igual que otros medios masivos de comunicación se caracteriza por transmitir información indiscriminada que anula la función crítica individual y fortalece la necesidad de consumo, al condicionar los reflejos instintivos por medio de estímulos.<sup>6</sup>

La influencia de la televisión es decisiva y todo abuso que se cometa en ella, tiene frecuentemente extensos y graves resultados, por la relación causal que se da entre la contemplación de la televisión y la subsecuente conducta de los individuos; el papel de la televisión en el proceso de socialización para los niños de hoy, toma así un carácter especialmente crítico, puesto que la influencia familiar en los menores y adolescentes ha disminuido considerablemente, lo que se debe entre otras cosas el que los jóvenes encuentran la vida exterior más atractiva. Las relaciones extrafamiliares son cada vez más importantes se establece mayor comunicación con el amigo, el vecino, el compañero, que con los padres y hermanos.

Al efecto es necesario precisar que en determinados sectores de la población, se convierte "en niñera de los menores" lo que permite a los adultos, principalmente a la madre dedicarse a otras actividades mientras estos contemplan pasivamente los programas "infantiles".

<sup>6</sup> TENORIO ADAME, Antonio. *Juventud y violencia*. Archivo Del F.C.E. 14 México. Fondo de Cultura Económica, p. 31.

Si analizaremos brevemente las series animadas de la televisión o caricaturas nos percataremos de que el patrón a seguir es la existencia necesaria de un protagonista bueno, inteligente, cortés, etc., y por otro el malo, pícaro que implica en ocasiones valores ajenos, contradictorios, que pertenecen a sociedades y culturas distintas. Se especifica con todo detalle la acción, lo que elimina la posibilidad de alguna actividad mental por parte de los niños llevándolos a situaciones irreales v. g. el gato que habla, los hombres que vuelan, por no profundizar en el caso de la "familia picapiedra" que se refiere a una sociedad en la edad de piedra pero que cuenta con todos los adelantos de una sociedad moderna.

En muchos países, los niños de 3 a 6 años, no reciben ninguna educación, en algunos su maestro es la televisión.<sup>7</sup> Se corre entonces el peligro de llegar a una civilización de la imagen, cuando se haya perdido la capacidad de abstracción.

La televisión debe utilizarse junto con la familia y la escuela en la formación de los individuos, debe resaltar la función socializadora que tiene encomendada y que frecuentemente se hace a un lado para considerar exclusivamente el aspecto negativo. En esta ocasión nos vamos a referir a un aspecto de los programas, se analizará la violencia la cual no es una, ni única e indivisible sino que se refleja en distintos aspectos. En sus objetivos, la violencia es multiforme. Se le ve más claramente bajo la forma de atentados a la integridad física del hombre, pero la gama de posibilidades a perpetuar la situación violenta es cada vez mayor.<sup>8</sup>

La violencia ha sido definida como todo cuanto se encamine a conseguir algo mediante el empleo de una fuerza a menudo física, que anula la voluntad de otro.<sup>9</sup> El Diccionario de Sociología nos da una definición similar al señalar como violencia la característica que puede asumir la acción criminal cuando la distingue el empleo o la aplicación de la fuerza física, el forzamiento del orden natural de las cosas o del proceder.<sup>10</sup>

Considerar únicamente el aspecto de la fuerza física, es limitar su ámbito, es aludir a la forma más elemental del problema pero quizás la más visible.

En los medios de comunicación masiva la violencia se genera a través de la palabra hablada, es un tipo que generalmente pasa inadvertido, es aquel que nos va sometiendo a valores y sistemas de estructuras sociales ajenas. "Quien determina los contenidos de las palabras es quien ejerce el poder. El poder de la lengua van de la mano. No en relación igualitaria, sino de dependencia, pero de la mano al fin. El que tiene el poder es el que tiene la voz. Puede que

<sup>7</sup> *Idem.* p. 68.

<sup>8</sup> BARREIRO, Julio. *Violencia y Política en América latina*. México. Colección Mínima. 42 XXI Ed., p. 102.

<sup>9</sup> *Diccionario de Ciencias Sociales*. Patrocinado por la UNESCO. Del campo. Salustiano, et al. Madrid. Instituto de Estudios Políticos. 1976, p. 1174.

<sup>10</sup> *Diccionario de Sociología*. Pratt Fairchild, Henry R. México, F.C.E. 1971, p. 312.

deje a otros usarla, pero sólo el que manda es quien determina lo que las palabras quieren decir".

La televisión de esta manera está predeterminada por la censura, la responsabilidad no es única, aunque normalmente se hace referencia a ella como si actuara en forma autónoma e independiente y como la única que ocasiona males, principalmente en la socialización de la violencia.

Los Antropólogos consideran como una de las corrientes principales para explicar la agresividad la que señala que la especie humana no tiene bases biológicas innatas para conductas de ese tipo, siendo todas sus instancias aprendidas en un medio cultural, principalmente como reacciones a la frustración.<sup>12</sup>

Con los programas de televisión los niños adquieren la impresión de que la violencia es algo natural, hay una aceptación o tolerancia, se considera como un medio normal para alcanzar un fin propuesto, actúan entonces violentamente, originándose conductas agresivas, conductas desviadas, los jóvenes ven que "otros" adquieren con facilidad ciertas cosas por medios delictivos, por lo que pretenden imitarlos y en muchos casos lo hacen.

La relación causal entre la violencia televisada y la conducta antisocial en nuestra opinión no es más importante que un ambiente familiar desintegrado que con más facilidad distorsiona la formación de los jóvenes, pero a los menores puede llegar a transformarlos por completo; con la televisión la responsabilidad no es propia, sino recae en un tercero ajeno que admite todo sin tener ninguna respuesta.

Cada día es menor la intervención de la familia y de la escuela en la formación de los nuevos miembros sociales, han sido reemplazados por la empresa publicitaria que utiliza... la televisión como motivadores del mensaje.<sup>13</sup> La sociedad moderna empieza a dejar a un lado sus principales deberes, lo que traerá inevitablemente males mayores, aún es tiempo de retomar el camino.

Con objeto de conocer algunos aspectos sobre la influencia de la televisión en los niños y jóvenes se realizó un muestreo, que abarcó un universo diversificado, integrado por grupos de alumnos pertenecientes a: Facultad de Derecho de la Universidad Nacional Autónoma de México; Universidad privada, alumnos que cursan también la Licenciatura en Derecho; Preparatoria privada; secundaria oficial y una primaria privada lo que hizo un total de 388 entrevistados. Muestra que de alguna manera es representativa, en virtud de que da a conocer la relación que tiene la televisión con los niños de preescolar, pero dada su minoría de edad no fueron contestados en su totalidad.\*

<sup>11</sup> ZABLUDOVSKY, Jacobo. *Ob. cit.*, p. 62.

<sup>12</sup> HOLLOWAY, Ralph ed. *Comportamiento y violencia*. GENOVES, Santiago, et. al., México, Ed. Diana, p. 45.

<sup>13</sup> TENORIO ADAME, Antonio. *Ob. cit.*, p. 23.

\* Ver anexo I, donde se presenta el cuadro correspondiente.

La edad de los entrevistados fluctuó entre 19 y 21 años en el grupo de la U.N.A.M., con 34.42% y 81.48% para la universidad no oficial. La Preparatoria 46.34% para 16 años; en Secundaria igual porcentaje (50%), para 13 y 14 años; en Primaria el 58.97% para 7 años.

Con respecto al sexo, 41.75% correspondió al masculino y el 58.24% al femenino.

La programación de la televisión se dividió en los siguientes aspectos: Telenovelas, noticieros, policíacas, caricaturas, educativas, películas nacionales y extranjeras—, deportes. De estos temas se solicitaban aquellos que se hubiesen visto, los resultados fueron los siguientes:

*Telenovelas.* Los temas que generalmente se tratan son: relaciones familiares, el amor, problemas psicológicos y en ocasiones actos delictivos. Hay que señalar que esta denominación —telenovelas— no es muy acertada, el "hecho de llamar a una serie de obras lagrimógenas y de suspenso de media hora con anuncios intercalados... pueden llamarse teledramas en todo caso. En realidad son folletones, además de muy baja calidad, llenas de vulgaridad, pero eso sí con muchas lágrimas".<sup>14</sup>

El horario que abarcan es entre las 15:45 y las 19:45 p.m. de lunes a viernes por el Canal 2, el Canal 4 inicia a las 19:00 para concluir a las 22:30 Hrs., el Canal Dos incluye nuevamente en su programación ese tipo de series de las 21:00 a las 22:00 Hrs. Ocasionalmente los Canales 11 y 13 incluyen estas series, y con otro matiz. Dentro del grupo de la U.N.A.M., (que en adelante se denominará Grupo "A") ocupa el primer lugar de la telenovela "Infamia" (Canal 2, lunes a viernes, 16:45 p.m.), en la Universidad privada (que corresponderá al Grupo "B"), el sitio lo ocupa "Vanessa" (Canal 2 lunes a viernes 21:00 hrs.). Para los grupos de Preparatoria, Secundaria y Primaria (Grupos "C", "D" y "E" respectivamente) la preferencia la tiene "Mundo de Juguete" (Canal 2 lunes a viernes 15:45 p.m.). Hay que hacer notar que el personal principal es una niña; en el Grupo "E" es interesante destacar que 38.46% la consideran como su programa favorito; la telenovela "Vanessa" tiene el segundo lugar haciéndose hincapié que el mencionado programa, tiene horario nocturno (21:00 hrs.).

En los Grupos "A", "B", "C", el rechazo por este tipo de programas es de 39.34%, 18.51% y 19.51% para cada caso; en el primer grupo podría explicarse tan alto porcentaje por la identificación que puede darse con los protagonistas y que implicaría un rechazo de la realidad, otra opción sería que el joven de la clase media está en contacto más estrecho con mayor número de facetas de la realidad social por cuanto que está ubicado en medio de la estructura social, lo que le permite asumir una postura más crítica frente a los estímulos que recibe.

*Noticieros.* Hoy en día la programación de cualquier Canal, se ve marcada por los noticieros, informativos o telediarios, es tal su función que se ha afir-

<sup>14</sup> RUIFO, Juan. *Encuentro Salamanca 80*, p. 120.

mado, con justa razón que "antes se salía a la calle para enterarse de las cosas, ahora para conocer las noticias se acude a la casa".<sup>15</sup> Su gran aceptación se debe que no se requiere un gran esfuerzo, la información es captada por la imagen.

Los dos más importantes son "24 Horas" que pasa por el Canal 2 a las 22:00 hrs. y "Siete Días" por el Canal Oficial (13) a las 21:00 hrs. La preferencia por ellos es de 77.04% y 26.22% para el Grupo "A", en el segundo grupo la relación es de 88.88% y 51.85%. En el Grupo "C" 85.36% para "24 Horas" y 73.17% para "Antena 5". El Grupo "D" se inclina también mayoritariamente por "24 Horas" 96.15% y por el programa "Hoy Mismo" (Canal 2, de lunes a domingo 7:00 hrs.; se repite este programa por el mismo canal de 23:30 a 1:00 a.m.) 73.07%.

En los menores también se tiene preferencia por "24 Horas" y "7 Días" con 69.23% y 66.66%. Nuevamente los programas nocturnos tienen numerosa audiencia infantil.

El 10.28% del total de entrevistados consideran a los Noticiarios como su programa favorito.

El Canal 5, suprimió su sección de noticias a media tarde, substituyéndolo por cortes noticiosos entre programas, de esta forma los niños conocen y ven necesariamente noticias, dado que este Canal se caracteriza por tener programación infantil. Esta circunstancia debería ser aprovechada en mejor forma, proporcionando datos históricos, efemérides, y otros tópicos que incrementarían el aspecto cultural.

Sorpresa fue encontrar que el 15.38% del grupo de Primaria, han visto el Noticiero "En Contacto Directo", el cual se trasmite las 24 horas, la preferencia de este programa en este grupo fue mayor que en los otros; sobre los comentarios, sólo hay que destacar que este programa no tiene cortes comerciales.

*Policíacas.* El contenido de estos programas es generalmente el siguiente: la existencia de uno o varios delitos, una autoridad que puede ser un policía o integrantes de alguna corporación; en algunos otros, un detective privado o profesionistas diversos que se ven involucrados con hechos ilícitos, en todos los casos se descubre al responsable.

En ocasiones, se han criticado muy duramente estos programas señalando que pueden conducir a tendencias delictivas, olvidando que papel muy importante tiene el contexto donde se desenvuelve el sujeto, determina de alguna manera que sea positiva o negativa la interpretación que se le dé a lo que se ve en televisión; pueden en otro orden de ideas entenderse como de reforzamiento de las Instituciones de seguridad pública.

El punto a cuestionar es el porqué de la existencia de la violencia en la Televisión, si hay tanta violencia en las pantallas es porque en la sociedad la hay

<sup>15</sup> LAZAREF, Pierre, citado por BENEYTO, Juan *Información y Sociedad*. Madrid. Ed. Revista de Occidente, p. 195.

y no se hace nada para reducirla; de esta forma la cultura en que viven los menores contemporáneos es una subcultura de la violencia; la moda juvenil es violenta, la música es violenta, las diversiones son violentas.<sup>16</sup>

Los estudiantes de Preparatoria (53.56%), Secundaria (57.69%) y Primaria (69.23%), prefieren los "Angeles de Charlie" (Canal 5 jueves a las 21:00 hrs.). El Grupo "B", se inclina tanto por "Baretta" (Canal 5 martes 22:00 hrs.) como por "Las Calles de San Francisco" (actualmente no se proyecta), con el 25.92%. "Cannon" Canal 5, jueves 23:00 hrs., es el programa más aceptado por los estudiantes de la U.N.A.M. (19.67%). Las respuestas fueron muy divididas, en cuanto aumentaba la edad de los entrevistados, lo que indica que van prefiriendo otras series de este tipo, la variedad de estos programas es muy extenso.

Son los programas favoritos en el 27.27% del total general, los menores no seleccionaron ningún programa de esta clase como preferido, hay que resaltar el hecho que sin embargo incluyeron dentro de este apartado series que en principio no pueden caracterizarse como policíacas, por ejemplo: "Emergencia", "Hombres de Blanco"; las cuales tratan aspectos médicos. Se da una identificación del aparato estatal con los cuerpos de seguridad y toda acción pública es asociada con esa forma de manifestación del Estado. La primera imagen del policía, bombero y del médico en los niños es positiva.

*Caricaturas.* En los sectores analizados la preferida es "Don Gato y su Pandilla", obtuvo el 44.32% del total (por grupos los resultados son 21.31%, 74.07%, 73.17%, 42.30% y 43.58%).

El programa tiene como porcentaje principal un gato que habla, no realiza nada ya que siempre ordena a los miembros de su grupo lo que hay que hacer, no hay respeto por el policía. Hay que observar que en cuanto a programa favorito no obtuvo ninguna respuesta. Esta serie se proyecta entre las 16:00 y 16:30 hrs., de lunes a viernes por el Canal 5, le sigue en preferencia la "Familia Picapiedra", la cual ya se comentó que falsea en gran margen la realidad.

La programación infantil con estas características, es importada en su totalidad, en consecuencia contiene una ideología, valores y fines perfectamente determinados, pero ajenos, agresiones físicas, en ocasiones delitos y casi siempre personajes irreales. Los protagonistas o héroes viven en y para a violencia, dando la impresión que la violencia es modo normal de vida, se producen entonces personalidades violentas. La idea principal que transmiten es que la violencia termina con los conflictos, en la realidad lo que concluyen son las posibilidades de solucionarlos.

*Educativas.* El 57.48% han visto los programas de la Universidad Nacional Autónoma de México, prefiriéndose en un 40.15% el de "Introducción a la Universidad". Como se observa la programación universitaria, tiene gran aceptación, la función de estos se cumple en forma muy adecuada, por lo que

<sup>16</sup> RODRÍGUEZ MANZANERA, Luis. *La Violencia en la Ciudad de México*. Revista Messis. Año 4, 2a. Época. Vol. I No. 6, Sept. 1974, p. 56.

deben impulsarse puesto que elevan los niveles culturales, se proponen soluciones a problemas reales, se convierte en una técnica audiovisual fundamental para formular juicios críticos sobre la realidad. Otro aspecto interesante es el servicio de orientación vocacional que se realiza con ellos, ya que se presenta el contenido de cada una de las ramas de actividad profesional, que permite a los jóvenes conocer los aspectos básicos del contenido de su futura profesión, laguna que se daba hasta hace algunos años.

En relación con los menores la visión es otra, los programas educativos son: "Caminito" (87.17%) que se proyecta sábados y domingos a las 7:30 a.m. por el Canal 5 y "Rehilete" (79.48% del Canal 4, con horario de las 11:00 a.m. los sábados. Es de mencionarse el hecho que en algunos programas de esta naturaleza se distorsiona la imagen de los seres humanos y de animales, lo que provoca un rechazo, inconciente hacia ellos, pero elemento que debe ser estudiado con más detalle, en este sentido es significativo el caso de "Burbujas", que cuenta con un gran aparato publicitario, fue premiada en el extranjero y sin embargo no fue mencionada.

*Películas.* La preferencia en esta interrogante es de 74.22% para las producciones nacionales. Para las proyecciones extranjeras el porcentaje disminuye para los grupos "A" y "E", incrementándose en el caso de la Universidad no oficial En el Grupo "C" las películas extranjeras ocupan el 100% y en el "D" en igual situación se encuentran los dos.

*Deportes.* En relación a programas de esta naturaleza, ocupa el primer lugar "DeportTV" (Canal 13, 18:30 hrs. los domingos) con el 19.67% para el Grupo "A", 51.85 el "B". En los Grupos "C" y "D" el preferido es "Acción" (Canal 2, 17:00 hrs. domingos). Los estudiantes de Primaria no señalaron alguno de esta naturaleza, esto señala con claridad el hecho de que no sienten interés por ellos.

Dentro de la programación del domingo, ocupan la casi totalidad del tiempo matutino (se excluye la tarde y noche), inician a las 10:45 hrs. para concluir a las 14:15 p.m., en los Canales 2, 8, y 13, que son los que tienen mayor cobertura. El Canal 4 inicia su programación a las 14:00 p.m. por lo que queda excluido al igual que el Canal 5 que presenta películas (generalmente muy antiguas) y el 11. Es por lo anterior que se hace imperativo hacer un análisis de la programación, tomando en cuenta que es el día de descanso y la familia se encuentra reunida.

Una de las preguntas clave fue la que se refería a las horas que ven televisión los entrevistados; hecho que permite precisar de alguna manera la influencia que se tiene con este medio de comunicación.

La pregunta separaba los días hábiles (lunes a viernes) por un lado por otros sábados y domingos, en consideración a que la situación varía en ambos casos.

En los estudiantes de la Facultad de Derecho el 8.19% no ve la televisión entre semana, pero el 36.06% la ve 5 horas o más por día, lo que da un mínimo de 25 horas a la semana, promedio que se incrementa notablemente en los estudiantes de la Universidad privada, comprende el 62.96% como se

observa casi se duplica el porcentaje, la explicación puede ser que en los estudiantes del Grupo "A", la mayoría trabaja.

Los resultados son verdaderamente significativos, si se tiene en consideración que el tiempo que acuden a las aulas es de 20 horas en la semana. Si se hace un programa de las actividades de un joven estudiante de los entrevistados, se tendría lo siguiente:

4 Horas Aseo personal, alimentación y actividades varias.
3 Horas Transporte
4 Horas Clases en la Facultad
5 Horas Televisión
8 Horas Descanso nocturno
<hr/> Total 24 Horas

La interrogante inmediata es: ¿A qué hora estudian y preparan sus actividades escolares? La situación es más crítica para los estudiantes de la UNAM, en virtud de que la mayoría trabaja. Entonces, la única alternativa para cubrir sus horas de televisión es disminuirlas del descanso nocturno.

En relación a sábados y domingos el 34.42% del Grupo "A" se mantiene frente a la televisión 5 horas o más; el porcentaje es casi similar se reduce sólo 1.64% en relación a los días hábiles. En el Grupo "B" comprende el 22.22% la diferencia en este caso es notable 40.74% lo que indica que estos jóvenes tienen actividades alternativas que los mantienen alejados de la televisión.

Aparentemente la posición en la estructura social no tiene trascendencia o relación con la televisión, este apartado permite determinar que juega un papel fundamental: el Grupo "A" tiene como principal instrumento de distracción y diversión a la televisión este hecho debe ser considerado por los responsables de la selección de la programación de los distintos canales, para hacer una dosificación, no es malo que existan programas policíacos, deportivos, etc., lo grave es que sea en exceso y que no se den en la misma proporción programas que sirvan para elevar los niveles culturales de la población joven y que ayuden al conocimiento de la realidad social en que se vive.

Para los preparatorianos la situación no varía en gran medida, entre semana ven más de 5 horas el 75.60% y los fines de semana el 41.46%. Para los estudiantes de Secundaria en el primer caso es el 65.38 y el segundo 38.46 de esta forma son válidos los comentarios de los grupos mencionados con anterioridad.

Los resultados de la Primaria son por demás interesantes, entre semana el porcentaje (30.76%) es igual para los lapsos comprendidos entre 1 y 2 horas y de 5 o más. Se dan los extremos, padres que vigilan y controlan las horas de televisión de sus hijos y aquellos que utilizan para "tenerlos ocupados" durante las tarde y noche. Cómo no se van a aficionar a la televisión los jóvenes si desde temprana edad se les motiva para ser telespectadores.

Los porcentajes aumentan en el fin de semana a 48.71% de una a 2 horas y 33.33% para 5 o más, lo que refleja que los padres no conviven y ésto obviamente no fomenta la integración de la familia.

Las respuestas a la interrogante, ¿con quién se reúne para ver la televisión?, fueron en orden decreciente las siguientes:

Hermanos	64.94%
Madre	62.88%
Padre	54.62%

Si se relacionan estas respuestas con las de ¿se reúnen los miembros de la familia para ver la televisión? se encuentra una pequeña discrepancia, el 23.19% respondió que sí la ve en compañía de los miembros de su familia, mientras el 71.13% respondió que a veces lo hace.

Los miembros de la familia hacen comentarios entre ellos en el 48.45%, nuevamente no coinciden es inferior, el porcentaje; eso lleva a considerar que la familia se reúne pero sus miembros no interactúan entre sí, se sientan juntos simplemente. La televisión es el huésped que se interpone, no permite la comunicación, la identificación se pierde. La barrera de la incomprensión se alza cada vez más, pone en grave peligro el futuro de institución tan noble y a la sociedad misma.

La convivencia familiar está en crisis, los padres y los hijos viven juntos, pero esto no quiere decir que estén unidos, se está dando una separación entre los objetivos de la familia, como grupo y los individuales de cada integrante, esto en parte debido a la modificación de los roles que se cumplen hacia el exterior.

Los padres cada día tienen más indiferencia sus hijos, sin percatarse que el proceso que se está dando es grave, los niños tienden a perder la identificación de dos figuras claves en el desarrollo de todo ser humano: la paterna y la materna. Todo proceso de socialización se ve seriamente afectado si no se presentan ambas imágenes. Los padres lo quieran o no, sirvan o no para ello, tienen que ser padres, así lo han elegido.

En relación a la aceptabilidad de los distintos canales, se tuvo en el Grupo "A" el 52.45% para el Canal 2, seguido por el 13 con 36.06%. En la Universidad privada la preferencia es igual 33.33%, para el Canal 5 y Cable Visión (solamente este grupo lo mencionó). Para los grupos de Preparatoria, Secundaria y Primaria los elegidos son el 5 (92.68%, 76.92%, 71.79) y el 2 (34.14%, 50.00%, 46.15%).

Por otra parte, el Canal que menos se ve en los Grupos "A", "B", "C", "D" (44.26%, 70.37%, 73.17%, 57.69%) es el 11. Para los niños de Primaria lo es el Canal 13 (43.58%). El Canal 11 pertenece al Instituto Politécnico Nacional y su programación generalmente es de tipo cultural, por lo que es verdaderamente sorprendente que jóvenes que realizan estudios medios y superiores no tengan interés en él.

En cuanto a programa favorito el Grupo "A" señaló a los Noticieros (11.47%), el Grupo "E" (38.46), la Telenovela "Mundo de Juguete". El Grupo "D", a "Los Duques de Hazzard (38.46% Canal 5, jueves a las 20.00 hrs.).

En el Grupo "C" igual puntuación obtuvieron "Aventuras de B. J." (Canal 5, lunes 21:00 hrs.) y "Dallas", en cada caso fue 9.75%. Este último es el preferido del Grupo "B" (11.11% Canal 5, lunes 22:00 hrs.). El programa "Dallas" se le considera como uno de los fenómenos socioculturales más importantes en los últimos años, por lo que France-Press<sup>17</sup> ha realizado una exhaustiva encuesta a través del Mundo sobre esta serie de una familia texana y multimillonaria marcada por su total amoralidad y muchos comentaristas la consideran como una descarada y oportunista apología del dinero como medio de dominación absoluta. . . en México goza del favor de unos 3 000 000 de personas que lo ven todos los lunes, y se considera este telefilme como "uno de los mejores entretenimientos que la televisión local ofrece actualmente"

Los programas que más les gustan son las Telenovelas para los Grupos "A", "BB", "C" (39.34%, 18.51%, 19.51%). En el Grupo de Secundaria es "Batman" (26.07%, Canal 5, lunes a viernes 17:00 hrs.). En los niños de Primaria el lugar lo ocupa "Bubulin" (15.38%, actualmente no se proyecta, quedan en segundo lugar el programa que conduce Chabelo denominado "En Familia" (12.82%, Canal 2, domingo 7:00 hrs.). La identificación de este programa se hace con el conductor del mismo.

Fundamentalmente es conocer cuál es el personaje de la Televisión con el que los entrevistados se identifican, esto requiere de un análisis detallado para determinar y conocer las consecuencias sociales que se producen, por ahora sólo se detallan las respuestas.

En la UNAM, el 26.22% se identifica con un personaje real y el 36.06% con uno ficticio; en la Universidad privada los porcentajes son: 29.62% para el primer caso y 18.51% para el segundo, como se observa en este último grupo la realidad es más objetiva, se sueña menos.

En la Preparatoria, los resultados fueron de 21.95% para ficticio y 48.78% para real. En el Grupo "D" el 38.46% se identifica con personaje ficticio y el 30.76% con real. Se desprende fácilmente el papel que juega la edad en la selección del personaje. Los niños de Primaria se identifican con personajes reales ("Parchis", "Linda Carter"), en el 23.07%, y el 76.92% con personajes irreales, en este caso es interesante hacer notar que se comparte por igual la identificación con "Cristina" (de la Telenovela "Mundo de Juguete") y "La Mujer Maravilla" (Canal 5 lunes a las 20:00 hrs.).

En el aspecto de Anuncios Comerciales, tan criticados en cualquier oportunidad, ya que hacen creer al individuo que basta con el consumo para satisfacer las necesidades de su vida sociocultural, se obtuvieron los siguientes resultados: en el Grupo "A" se prefiere el de la Sección Amarilla, el de Volkswagen para el "B" el Grupo "C" el de CocaCola, el "D" se inclina por el de Kleen Bebé y el de Sabritas para los niños de Primaria.

<sup>17</sup> Periódico "Excelsior" 23 de febrero de 1982.

Los cortes publicitarios que se dan en la Televisión abarcan generalmente 2 ó 3 minutos, tiempo que permite enviar cinco mensajes, hay que hacer hincapié que la Televisión Mexicana no crea el binomio programa-producto ya que evita en gran medida que los programas sean patrocinados por un sólo producto.

Los anuncios comerciales que más desagradan son: los de vinos para el Grupo "A" el "B" rechaza el de Ariel (jabón en polvo), este anuncio también es el menos agradable para el Grupo "D" El de Vitaminas lo es para el Grupo "C" y el de Sabritas para los niños de Primaria.

### RECOMENDACIONES

I. Se requiere promover la realización de estudios e investigaciones sobre los efectos de la televisión en la integración familiar.

II. Se hace necesario el replanteamiento de la información que se transmite a los menores de edad a través de la Televisión con el objeto de que se constituya en un instrumento normativo.

III. La Televisión debe ser utilizada como instrumento de enlace entre los miembros de la comunidad nacional a partir de sus tradiciones e historia, tanto hacia el interior como al exterior del país; sin olvidar que debe también de coadyuvar a conocer las formas de vida de otras naciones.

IV. La Televisión exalta situaciones violentas y agresivas, impactando negativamente al auditorio, esta situación debe ser controlada a efecto de crear hábitos realmente productivos.

V. La programación de la Universidad Nacional Autónoma de México, debe continuar las acciones planteadas desde su inicio, debiendo ampliar sus beneficios mediante la participación activa y directa del auditorio.

VI. Un aspecto olvidado de los programas extranjeros es el que también exaltan virtudes propias, y que pueden por o tanto imitarse, pero son tan esporádicos que su efecto positivo se pierde.

VII. Debe utilizarse en mejor forma el tiempo del Estado, se requiere una revisión crítica de los programas que presenta, ya que en la investigación realizada no se refirieron a ninguno de ellos, esto implica que actualmente no tienen ninguna trascendencia.

Se entrevistaron 24 niños en edad preescolar que asisten a un Centro Pedagógico Infantil de carácter oficial, evidentemente los cuestionarios no se resolvieron en su totalidad.

	4 años	45.83%			
EDAD	5 años	33.33%	SEXO	Femenino	45.83%
	6 años	20.83%		Masculino	54.16%

*Telenovelas* "Vanessa" 29.16%

*Noticieros* No se contestó

*Policíacas* "Emergencia" 4.16%

*Caricaturas* "Scooby Doo" (Canal 5, 15:30 hrs. lunes a viernes)

*Educativas* "Fantástico Animal" (Canal 2, 20:00 hrs. martes)  
*Deportes* "Foot-Ball" 16.66%

*¿Cuántas horas a la semana ve Televisión?*

Lunes a viernes 3 a 4 41.68%  
 Sábado y domingo 3 a 4 28.83% sin especificar horas 20.83%

*Se reúne con su familia para ver Televisión:*

Con hermanos 62.50%  
 Con la madre 45.50%  
 Con el padre 16.66%

Hacen comentarios con sus familiares: 16.66%  
 Canal que se ve con más frecuencia: Canal 5 58.33%  
 Canal que menos se ve: Canal 13 16.66%  
 Programa favorito: Los Picapiedra 16.66%  
 Programa que más disgusta: Don Gato 8.30%  
 Se identifican con personajes ficticios: 50.00%  
 Anuncio comercial que más agrada: Gansito 20.83%  
 Anuncio comercial que más disgusta: Cervezas y Ariel 20.83%