

Percepción de la violencia en televidentes del área metropolitana de Monterrey, México. Primer reporte*

Juan Enrique Huerta Wong,
Ignacio Garagarza y Rebeca Villegas**

This paper reports the advance of a research about to know the perception of the TV violence in Monterrey, Mexico. The focus of the research was the comparison between heavy and light viewers about the categories fear and acceptance of the violence in the daily life. Phone supply was used as the method to know the audiences. Evidence shows that people in Monterrey didn't seem to be directly influenced by the TV. However, it is discussed the need for more evidence with more accuracy.

Este trabajo reporta algunos resultados de una encuesta polietápica aplicada en 1998 en el área metropolitana de Monterrey. Se contrastaron antecedentes del estudio de los efectos de la violencia televisiva. El objetivo fue conocer la diferencia en la aceptación y reconocimiento de la violencia entre personas que se exponen mucho y las que se exponen poco a la televisión en el área metropolitana. El universo fue constituido por los números telefónicos domésticos (318, 212 casos). La muestra alcanzó 95% de confiabilidad y un cinco por ciento (+/-) 5% de margen de error. Los resultados muestran que habitantes del área metropolitana que habitaban viviendas con teléfono, no reportaban relación significativa entre el acto de ver televisión y su percepción de la violencia. Aunque existen precisiones importantes por hacer, la evidencia muestra que las audiencias tienden a resistir el mensaje televisivo.

* Este trabajo con la supervisión y sugerencias de José Carlos Lozano Rendón, a quien los autores agradecen.

** Investigadores del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Monterrey.

Comunicación y Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara), núm. 36, julio-diciembre 1999, pp. 171-198.

Las características de la televisión como medio de comunicación masiva la han convertido en el de mayor alcance. Gerbner y Gross (1976) atribuyen esta popularidad a que la televisión es un medio completamente diferente a los demás. Refiriéndose a la modalidad abierta,¹ dicen que, al contrario del cine, no hay que pagar para verla, es gratis y está continuamente disponible; no es necesario saber leer como con el caso de la prensa y es diferente a la radio porque no sólo dice sino que también muestra (*Ibid.*: 176).

Diversos autores, entre ellos los mismos Gerbner y Gross, confieren a este medio de comunicación masiva propiedades altamente decisivas en procesos de formación tales como la culturización y la socialización. Estas características establecen preocupaciones acerca del sistema de valores que transmite (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli 1986: 29). La televisión, llegan al extremo de decir, es la pieza central de un sistema social que homogeneiza e impone la visión de quien debe ejercer la dominación. En el complejo proceso del establecimiento de una ideología central (*mainstream*), la violencia es la punta del *iceberg* (*Ibid.*: 20), refieren.

En Estados Unidos existe ya una amplia tradición de estudios sobre el contenido de la violencia televisada y sus efectos, lo que parece reflejar la preocupación de muchos sectores de la sociedad por este fenómeno, que podría colaborar a hacer de la sociedad norteamericana la más violenta de todo el mundo (véase NTVS 1996: I-3).

En México, algunos actores sociales han sugerido que la televisión es responsable, en alguna medida, de la violencia, particularmente alta en el Occidente y el Distrito Federal (Los *Talk*

1. Se entiende por canales abiertos aquellos que están disponibles para el televidente con sólo encender el televisor, en contraposición con los privados, para cuyo acceso es necesario pagar una cuota suscribiéndose a una empresa. Canales públicos son aquellos sin fines de lucro, casi siempre propiedad de alguna entidad gubernamental o institución educativa, con fines educativos o culturales, en contraposición con los comerciales, cuyo objetivo central es lucrar. Aquí conviene recordar que en México existe una diferencia entre concesión y permiso en las licencias de transmisión, asentada en el Título III de la Ley Federal de Radio y Televisión. De acuerdo con ella, sólo las primeras pueden explotar comercialmente el espectro. Es decir, se entiende que las concesiones son usadas por emisoras comerciales y los permisos por estaciones de fines públicos.

Shows en la televisión mexicana 2001; *A favor de lo mejor* 2001). Sin embargo, estas voces no se han reflejado en una continuidad de estudios empíricos que, en el área de los medios de comunicación masiva, aborden específicamente la recepción y percepción de los mexicanos de contenidos violentos por televisión. Por esto, el análisis científico, no discursivo, de la violencia por televisión resulta pertinente.

Efectos sobre violencia televisiva: algunos enfoques

Desde otros países, en particular Estados Unidos, se ha teorizado de manera constante acerca de los posibles efectos de la televisión con ayuda de disciplinas como la psicología y la educación. Algunos de los múltiples posibles efectos observados han adquirido diversos nombres como "catarsis", "excitación", "desinhibición", "imitación", "desensibilidad" (Gunter 1994) e "indiferencia" (Berkowitz y Rogers 1986), entre otros; y han afectado en distintos niveles, actitudes, creencias, juicios, con distintos factores de influencia como "eficacia", "normatividad", "pertinencia", "susceptibilidad" (Comstock y Strasburger, 1993).²

Para Gunter (1994), la historia de trabajos de los efectos de mensajes violentos en la TV abarca exhaustivamente estudios de laboratorio, de campo, longitudinales, de intervención e investigación correlacional. Explica que el énfasis en esta área se debe a que la preocupación por estudiar la violencia recae en la posibilidad de que ésta tenga efectos sobre la audiencia.

Paik y Comstock (1994) comparan trabajos de laboratorio y encuestas efectuadas desde 1957 y concluyen que, en general, parece existir correlación entre exposición a contenidos violentos por televisión y efectos en la audiencia. Estos resultados parecen justificar grandes esfuerzos gubernamentales en Estados Unidos por estudiar y reglamentar el contenido de la televisión. Gerbner, en cambio, es escéptico con este trabajo y concluye

2. Aunque aquí se ha optado por revisar fuentes primarias, privilegiando los metaanálisis, los estudiantes interesados en el tema encontrarán una buena revisión a la discusión, en español, en García Silberman y Ramos Lira (1998).

que, en general, es superficial y enmascara las estrategias de los grandes corporativos comunicativos: aunque la mayor parte de la población en Estados Unidos rechaza la violencia por televisión (cita sondeos de Harris en 1985, con 78% de desaprobación; Gallup 1990: 79%; Times-Mirror 1993: 80%), tres de cada cuatro productores coinciden en que es necesaria y 59% señala que hace falta más. Paik y Comstock (1994) añaden que la encuesta como técnica de investigación revela efectos matizados pero más confiables que los trabajos de laboratorio debido a que interactúan directamente con el exterior, sin manipular al objeto.

Son tres las nociones teóricas en que se pueden dividir 40 años de análisis de violencia en televisión y sus efectos realizados desde disciplinas sociales tales como psicología, sociología, antropología, educación y comunicación, entre otras, de acuerdo con el Estudio Nacional sobre la Violencia en la Televisión (NTVS, por sus siglas en inglés) (1996). Estas tres nociones son denominadas *aprendizaje e imitación, desensibilización y miedo*. Respecto a ellas, Comstock y Strasburger (1993) advierten que el énfasis no ha sido uniforme, sino que en algunos casos existe escasa evidencia empírica, como ocurre con la desensibilización.

López Islas y Cerda Cristerna (1999) discuten estos conceptos. Respecto al aprendizaje e imitación, dicen que la violencia en los medios puede tener un efecto didáctico al enseñar al público un repertorio de comportamientos violentos a los cuales recurrir en la vida real. Este efecto de imitación o aprendizaje se da principalmente entre los pequeños, aún en etapa de formación, pero no se limita a ellos.

En esta hipótesis de efectos, quizá el estudio más relevante es el de Huesmann y Eron, quienes tras hacer un estudio longitudinal durante 22 años en jóvenes que iniciaron a la edad de ocho y terminaron de ser sujetos de estudio a los 30, sugieren que aproximadamente 10% del comportamiento criminal posterior puede ser atribuido a la violencia por televisión (NTVS 1996: I-7). Los diversos enfoques y teorías coinciden en ser cautelosos con este tipo de determinaciones de los efectos directos sobre la conducta de los individuos.

Un enfoque desde esta perspectiva teórica sugiere que la televisión reactiva el comportamiento violento cuando se sujeta al impacto de sus contenidos. Por su parte, el modelo de desarrollo social va más allá al señalar que la violencia en la televisión no sólo parece influir en mayor comportamiento agresivo, sino en una disminución de la capacidad intelectual. A estos efectos —apunta el enfoque— contribuye la popularidad que parecen tener quienes despliegan la violencia en la pantalla. La identificación de la audiencia con los sujetos de la violencia le atraen una visión de realidad. Al igual que la teoría del proceso del cultivo que desarrolla George Gerbner, este enfoque sugiere que la audiencia identifica la violencia en la televisión con la realidad.

López Islas y Cerda Cristerna (1999) dicen respecto al fenómeno de desensibilización, que ocurre tras la exposición repetida a la violencia televisiva y consiste en una reducción de la capacidad de la persona para reaccionar ante la violencia en el mundo real, que lleva al individuo a reducir sus sentimientos de empatía y preocupación por las víctimas de actos violentos. Estos mismos autores se apoyan en Wilson *et al.* (1996), NTVS (1996) y Gerbner (1993) para señalar que:

La exposición a contenidos violentos puede tener también como efecto una reacción de miedo generalizado entre los espectadores, que les hace creer que el mundo es más violento y peligroso de lo que realmente es. Este miedo ocasiona que las personas no puedan disfrutar de la vida pues se ven a sí mismos continuamente como víctimas, [... por lo menos] potenciales [,] de la violencia.

NTVS (1996: I-11) ubica a Gerbner y a sus colegas en esta definición teórica, y citando a otros autores como Tan, argumentan que esta influencia puede ser una de las más importantes que tienen los medios sobre la gente.

Apunte mínimo sobre análisis del cultivo

Desde 1968, Gerbner y sus colegas realizan la investigación “indicadores culturales”, cuyos resultados han dado origen a su

teoría del proceso del cultivo (Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli 1986).

Para estos autores, la centralidad de la televisión como sistema de “contar historias” hace que el capital simbólico de este medio cultive los valores que se reflejan en sus mensajes, convirtiéndolo en una fuente principal de socialización y culturización (Gerbner *et al.*: 18). La televisión provee por medio del más bajo común denominador de símbolos —agregan— un “aprendizaje incidental” acerca de cómo son las cosas, cómo deberían ser y porqué (Gerbner y Gross 1976: 178). De acuerdo con estos investigadores, este “aprendizaje incidental” se logra mediante la aceptación por parte de los individuos no sólo de lo que aparece en la pantalla, sino también de lo que no aparece, los “vacíos” o lo que sutilmente se muestra como las interrelaciones entre los personajes y entre las acciones.

La televisión hace que algo “exista”; aunque los contenidos televisivos son una mezcla de realidad y ficción, de mentira y verdad, este medio da la ración de “realidad” a un hecho para que éste sea creíble. Sin embargo —añaden— lo que vemos en la televisión no es más que una extensión de nosotros mismos y de nuestra realidad en su manera más simple y burda. Es lo que nosotros entendemos del mundo. No es el mundo verdadero sino una extensión de las imágenes estandarizadas que nos han enseñado desde niños (Gerbner 1993 y 1996; Gerbner y Gross 1976).

Todas estas convenciones sociales y símbolos culturales son presentados por medio del entretenimiento y eso hace más sutil el proceso continuo de culturización y el control de la televisión sobre estos procesos: es el brazo central de la cultura, afirman. (Gerbner y Gross 1976: 175).

La violencia, según Gerbner y Gross es “el medio dramático más simple y más barato disponible para demostrar las reglas del juego del poder” (*Ibid.*: 183), por lo que juega un papel fundamental en el mundo que este medio de comunicación masiva recrea. Al influir en nuestra escala de valores con esta realidad estandarizada, la violencia constituye un parámetro de relación de dominación —sugieren— donde la posición dominante es representada por quien comete la violencia y la posición dominada por quien la sufre.

Los investigadores especulan que la violencia televisiva es una demostración dramática del poder que comunica mucho acerca de las normas y relaciones sociales, acerca de las metas y medios, ganadores y perdedores, los riesgos de la vida y el precio de transgredir las relaciones sociales. Los programas con violencia hablan de quién se sale con la suya, cuándo, porqué, cómo y contra quién. Reflejan los roles de quién debe ostentar el poder. Gerbner sugiere que, al mostrar a la mayoría de los agresores como adultos blancos y de nivel socioeconómico medio alto, la televisión pretende imponer sus imágenes de lo que es correcto. En esta lógica se puede leer también la inequidad del tratamiento al resto de minorías, como el tratamiento a mujeres (su imagen es representada sólo en la tercera parte de lo que corresponde a la realidad), a niños y ancianos (representados en la quinta parte de la realidad) (Gerbner 1996: 29).³

La posición del proceso del cultivo parece concluir que las personas se ubican mayormente en la posición de dominado social y de víctimas de altos grados de violencia en las sociedades actuales, produciéndose un fenómeno al que NTVS (1996) denomina temor y que consiste en una especie de paranoia colectiva que magnifica a la violencia real. Quienes ven más televisión suponen que la realidad es más violenta de lo que es y pueden aceptarla como un hecho legítimo. Gerbner (1996: 31) señala que en el complejo proceso del cultivo, los significados televisivos mantienen una relación dialéctica con los contextos, de tal manera que la percepción acerca de figuras dominantes y dominados en la televisión no es la misma para todas las posibilidades de audiencia. Entre más cerca está el contexto del espectador de la posición dominante o dominada en la pantalla, más próxima la lectura de las "lecciones" de la realidad que proporciona la televisión (*Ibid.*: 30). De esta forma, los hombres parecen más proclives que las mujeres a acep-

3. Aunque Gerbner y sus colegas se refieren a la TV norteamericana, Huerta (2000) ha sugerido que las importaciones estadounidenses de programación de ficción imponen una agenda de subrepresentaciones en la televisión mexicana, lo que en contenido noticioso también han mostrado Mendé Fernández y Smith Pussetto (2001). Para una revisión de estereotipos en ficción AAA de la televisión mexicana, cf. Quintero Ulloa y López Islas (1999).

tar estas lecciones, los adultos más que los niños, los blancos más que otras minorías.

Tras recibir fuertes críticas de sobresimplificación (*cf.* Sander 1997: 44), Gerbner y sus colegas (1993; 1996) fueron más cuidadosos al describir los efectos socializantes de la televisión, reconociendo por un lado que existen otros importantes factores para la culturización —esferas de mediación— tales como la familia, la religión y otros grupos de interacción. Sin embargo, insisten en señalar que, en virtud de la importancia que la televisión parece tener sobre el resto de nuestros círculos de interacción y del uso ideológico central de la misma por grupos dominantes, se debe impulsar el análisis de sus contenidos en general y en particular de la violencia, debido a que la simplificación de la lectura de sus lecciones acerca de lo que es o no correcto hace que los productores de mensajes lo utilicen como una forma de mercadeo de los roles de poder. El autor (Gerbner 1996: 31) contradice que la violencia se use en la televisión porque sea popular, al demostrar con cifras de audiencia que los programas no violentos tienen en general más demanda que los violentos, pese a la constancia de este último tipo de contenidos, auspiciados más fuertemente por anunciantes. En este sentido —agrega— la escasa diversidad de los canales de televisión nos proporciona una idea de la censura acerca de la pluralidad y democracia de los sistemas de comunicación en el mundo. Sin embargo, esta explicación abre la puerta a múltiples cuestionamientos al modelo y hace pertinente la confrontación de esta postura teórica desde miradas alternativas en otras regiones fuera de Estados Unidos. Es el caso de México, tomando además en cuenta —como se ha mencionado antes— la relativa escasez de evidencia empírica que sostenga cualquier hipótesis sobre los efectos de la violencia televisada en las audiencias de Latinoamérica.

En síntesis, la investigación estadounidense ha producido resultados constantes que validan cierto grado de relación entre los contenidos violentos de la televisión y la percepción que las audiencias tienen de su entorno, lo cual puede manifestarse en imitar, legitimar, ignorar o temer más la violencia a su alrededor a medida que aumenta la cantidad de horas que pasan frente al

televisor. Los análisis del contenido de la televisión estadounidense han permitido a teóricos de ese país proponer que la violencia transmitida a través de este medio, da lecciones de relaciones de poder deseadas por quienes detentan la toma de decisiones en los grandes corporativos multimedia, aun cuando las audiencias han mantenido un cierto grado de resistencia entre más apartado se encuentre del actor de la violencia televisada el rol que desempeñan en la realidad.

Desde este corpus teórico, decidimos confrontar la percepción de la violencia que mantienen las audiencias en el área metropolitana de Monterrey. Se les encuestó durante octubre de 1998 para tener un primer acercamiento a su visión, desde su calidad de telespectadores. Éste es un primer reporte que, sin agotar los resultados del estudio, ilustra las diferencias que existen entre la percepción de las audiencias del área metropolitana de Monterrey, México, y la evidencia estadounidense.

Método

Debido a la falta de consenso y legitimidad del efecto de aprendizaje e imitación en la discusión científica de la violencia por televisión, se tomaron para este trabajo dos categorías centrales a partir de las cuales fue realizado el trabajo de campo: temor y legitimación. Las preguntas de investigación fueron las siguientes:

1. ¿Influye la televisión en el grado de violencia que los ciudadanos del área metropolitana de Monterrey perciben a su alrededor?

Existieron dos supuestos para esta pregunta:

- Las personas que ven más televisión tenderán a creer que tienen mayor oportunidad de verse involucrados en violencia que quienes ven menos televisión; y que
- Las personas que ven más televisión tenderán a creer que los delitos más recurrentes son aquellos que producen mayor daño físico.

2. ¿Influye la televisión en la aceptación que de la violencia pueden hacer los ciudadanos del área metropolitana de Monterrey?

Para esta pregunta, el supuesto de partida fue que

- ▷ Las personas que ven más televisión tenderán a aceptar el uso de la violencia, con fines aparentemente legítimos.

Es decir, la primera pregunta pretendió obtener resultados respecto a la categoría temor, en tanto que la segunda pregunta pretendió a su vez obtener alguna luz respecto a la categoría legitimación.

Las variables

La encuesta fue aplicada durante noviembre de 1998 a los ciudadanos del área metropolitana de Monterrey (comprende también los municipios de Santa Catarina, Garza García, Guadalupe, San Nicolás, Escobedo y Apodaca) que vivían en los domicilios que aparecían en el directorio telefónico de ese mismo año. El objetivo de la encuesta fue conocer la diferencia en la aceptación y reconocimiento de la violencia entre personas que se exponían mucho y personas que se exponían poco a la televisión en el área metropolitana de Monterrey durante 1998. Se planteó como objetivo secundario conocer si existían características de subgrupos, tales como género y edad, que afectaran estas percepciones. Este reporte no incluye los resultados de estos subgrupos.

Puesto que este trabajo parte de dos categorías de variables, se consideran, en principio, la cantidad de horas de exposición a la televisión, género y edad. De otro lado, se efectuaron preguntas relativas a la percepción de la violencia que tiene el universo. Estas preguntas fueron:

- ¿Qué probabilidad cree que tenga usted de verse involucrado en algún tipo de violencia en un día cualquiera?
- ¿Qué acto de violencia cree que se cometa con más frecuencia en Monterrey?

- ▷ ¿Qué tan seguro se siente usted en su casa por las noches?
- ▷ ¿El área metropolitana de Monterrey es hoy en día muy violenta?
- ▷ ¿En México se debería de establecer la pena de muerte para desalentar el crimen?
- ▷ ¿Aprobaría la intervención armada del ejército mexicano para resolver el conflicto en Chiapas?

Para obtener la clasificación de los miembros de la muestra en personas que se exponen mucho a la televisión y personas que se exponen poco a la televisión, se definió la categorización dicotómica de menor o igual a 4 horas como "poca exposición" y mayor a 4 horas como "mucha exposición". Aunque esta clasificación se basa en la de Gerbner y Gross (1976), difiere debido a que no se tomó tal como ellos la definen (la de ellos es +/-3), sino que la nuestra proviene de la media de las respuestas obtenidas. Para obtener esta información se preguntó a los encuestados los horarios en los que acostumbraban ver televisión para obtener la cantidad aproximada de horas diarias frente al televisor.

Las primeras dos preguntas fueron medidas en escala nominal y las restantes a intervalos (Linkert).

Para contestar las preguntas de investigación arriba mencionadas se optó por utilizar la técnica de encuesta telefónica, luego de considerar que esta herramienta de investigación proporciona alcances significativos en una amplia parte del universo bajo estudio, y dadas las limitaciones de presupuesto con que contó el proyecto. En principio, el universo seleccionado fue el número total de televidentes mayores de edad habitantes de una vivienda con teléfono en el área metropolitana de Monterrey, en el estado de Nuevo León, la tercera más grande de México. Se utilizaron dos criterios: el primero fue que los adultos habrían recibido una mayor carga socializante debido a su entrenamiento como espectadores a lo largo de los años, de acuerdo con la postura teórica a confrontar y el segundo fue que estarían mejor capacitados para la tarea ciertamente compleja de responder preguntas por teléfono.

La muestra

Para elegir la muestra de esta investigación, se llevó a cabo un proceso polietápico. Se desconoce el tamaño real del universo, conformado por las personas que habitan en aproximadamente 368 mil 212 casas habitación con teléfono listado en el directorio local. Este número fue obtenido considerando que el directorio telefónico del área metropolitana de Monterrey contiene 1261 páginas, con cuatro columnas cada una. Además, una columna contiene un promedio de 73 números telefónicos. Se consideró que un número telefónico representa una casa habitación. De esta forma, suponemos que el universo fue de al menos 368 mil personas.

Cada etapa de la muestra se conformó a la vez por selección de método aleatorio simple de páginas, columnas, números y personas en cada casa habitación, como se muestra en la tabla 1. La selección de páginas, columnas y números telefónicos fue efectuada por los autores y se dejó en manos de los encuestadores —estudiantes de la Maestría en Ciencias con especialidad en Comunicación del Tecnológico de Monterrey— la última decisión, para la cual se anexó al instrumento una tabla de números aleatorios que llevaría a seleccionar al informante también al azar.

Toda vez que el universo (N) es de por lo menos 368 mil personas, el mínimo de encuestas a aplicar con un margen de error de $\pm 5\%$ fue de 378, de acuerdo con López Romo (1998). Se aplicaron en total 387 encuestas validadas mediante una auditoría realizada en la última semana de noviembre. La tabla 2 describe la muestra.

Los datos fueron capturados en hojas de cálculo Excell versión 5.0. Para el análisis de los datos se utilizó el paquete estadístico Minitab versión Student.

Resultados

La encuesta fue aplicada en su mayoría al público televidente femenino del área metropolitana de Monterrey. La tabla 3 muestra

una proporción de 2 a 1.⁴ Asimismo, los entrevistados fueron adultos menores a los 46 años, siendo más abundantes los menores a los 30, como ilustra la tabla 4. Este cuadro muestra que las personas encuestadas oscilaban con mayor frecuencia entre 18 y 30 años; otro grupo muy numeroso se pudo encontrar entre 31 y 45 años (35%). Los datos parecen advertir que aunque la metodología de la muestra se apega a las condiciones en que es representativa del universo de acuerdo con la literatura al respecto (López Romo 1998), la abundancia de datos acerca de mujeres en contraste de los hombres posibilitan futuros contrastes con una muestra estratificada.

En general, como la tabla 5 muestra, la población adulta del área metropolitana de Monterrey que aparece en el directorio telefónico parece estar muy expuesta a los efectos de la televisión. Más de 67% de la población sobrepasaba la media, y es posible especular que el número habría crecido si se hubiera trabajado con la media legitimada por Gerbner y sus colegas, de +3 horas de exposición como fuerte exposición (*heavy viewers*).

Los resultados generales acerca de las preguntas: ¿considera usted que la ciudad de Monterrey es hoy violenta? y ¿qué tan seguro se siente por las noches en su casa?, son algo paradójicos (tabla 6). En tanto que una población importante considera que el área metropolitana de Monterrey parece violenta,⁵ no lo es tanto como para no sentirse seguro en el propio hogar.⁶ Resulta también interesante observar que la población con teléfono del área metropolitana de Monterrey se muestra renuente a comparar el estadio del conflicto en el sureño estado de Chiapas con delitos corrientes y en general, tiende a rechazar el uso de la violencia drástica contra quienes las autoridades mexicanas consideran transgresores de la ley, aun cuando el alto número de valores perdidos (63) sugiere que muchos informantes prefirieron dejar

4. Es difícil dar una explicación clara a esto. Una probable razón fue que los hombres hayan rehusado contestar con mayor frecuencia, considerando al hogar como un espacio de descanso en el que merece no ser molestado, como señalan Morley (1992) en Inglaterra o más recientemente Yarto Wong (2000) en México.
5. El informante promedio contestó estar de acuerdo con la aseveración "Monterrey es una ciudad violenta".
6. El informante promedio dijo sentirse "seguro en su casa por las noches".

pasar la pregunta. Dada la tendencia, podemos especular que lo hicieron para no evidenciar cierta simpatía con los protagonistas del conflicto, sospechando de la fuente de la encuesta.⁷ Si tomamos en cuenta que la población del área metropolitana de Monterrey parece estar muy expuesta a los contenidos televisivos, éste es un primer punto de alejamiento con la teoría de Gerbner, quien señala que la violencia sin dolor que refleja la televisión tiene como uno de sus primeros efectos la legitimación de la misma (Gerbner 1996: 32).

Las tablas 7 y 8 sugieren que no necesariamente la población encuestada teme a la violencia. La tabla 7 indica que más de la mitad de la gente no espera sufrir violencia un día cualquiera; casi una de cada tres (29%) contestó que no había ninguna probabilidad de ello y 25% que esa probabilidad era remota (1 en 1000). Asimismo, se puede especular que la respuesta "no sabe", contiene aquí una connotación similar a la de los datos anteriores, de modo que sólo una de cuatro personas reportó vivir con cierto grado de temor. La tabla 8 sugiere que la mayor parte de los informantes consideran que los delitos más frecuentes son aquellos que causan un relativo daño físico menor; basta comparar la percepción del robo (60%) con las de asesinato (8%) o violación (1%).

El factor exposición

Tomando en cuenta que la media de exposición a la televisión en el área metropolitana de Monterrey parece ser 4 (originalmente esta pregunta fue codificada como variable de razón, y luego se cerró), se tomó este número como antecedente para señalar a la audiencia. De esta forma, los que se situaron por debajo fueron clasificados como de poca exposición a los mensajes televisivos (*light viewers*) y los que sobrepasaron la media fueron clasificados como de mucha exposición (*heavy viewers*). Este punto tomó alguna distancia ya de la categorización de Gerbner, quien propo-

7. Una encuesta llevada a cabo poco antes del estudio muestra que los mexicanos desconfían de casi todo (Ramos Gómez y Durán Ponte 1997).

ne que el límite entre ambos tipos de audiencia sean tres horas de exposición.

Para observar la influencia de la exposición a la televisión se cruzaron los grupos de variables. Las tablas 9 y 10 muestran a primera vista que los datos no difieren mayor cosa. En el primer conjunto de datos, se observa incluso que los informantes que reportaron menor exposición a la televisión parecen ligeramente más proclives a temer verse involucrados en actos de violencia que quienes dijeron ver más. Aunque en general el riesgo de sufrir violencia es percibido como bajo (ninguna, 29%; 1 en 1000, 25%), son paradójicamente los informantes con más exposición quienes reportan menor percepción de la violencia en derredor, sumando 57% en estos renglones.

El único punto en el que la evidencia apoyaría los estudios realizados en Estados Unidos es el índice de personas que reportaron creer que el asesinato es el delito cometido con mayor frecuencia (tabla 10). En este caso, quienes ven más televisión doblan en porcentaje a quienes reportaron ver menos. Sin embargo, el valor de la X^2 en ambos casos muestra que no existen diferencias significativas de opinión entre ambos grupos de audiencias. El resto de las variables fueron confrontadas con pruebas T, como se mencionó. La tabla 11 muestra que en ninguno de los casos el valor de la T muestra diferencias significativas entre las personas que ven más y quienes ven menos televisión.

Las primeras conclusiones de este trabajo apuntan a que no existió evidencia que permitiera respaldar los supuestos acerca de que las personas que ven más televisión tenderían a creer que tienen mayor oportunidad de verse involucrados en violencia que quienes ven menos televisión; que las personas que ven más televisión tenderían a creer que los delitos más recurrentes son aquellos que producen mayor daño físico; y, por último, que las personas que ven más televisión tenderán a aceptar el uso de la violencia, con fines aparentemente legítimos.

Discusión

Para concluir este trabajo se proponen cuatro partes. Primero, la literatura revisada y los hallazgos del estudio son revisitados. Luego, las implicaciones son elaboradas. Después, las limitaciones del estudio son apuntadas, así como sugerencias para investigación futura. Por último, se propone una conclusión.

Síntesis

La historia de la literatura respecto a los efectos de los contenidos de la violencia por televisión en las audiencias muestra que en general parece existir algún grado de relación causa-efecto, que da lugar a distintos fenómenos. La evidencia obtenida por académicos estadounidenses apunta la hipótesis de que las personas que se exponen más a contenidos de la televisión tienden a percibir la realidad de manera más violenta que quienes se exponen menos. Otro efecto fuertemente apoyado por investigación empírica es el de desensibilización de la violencia alrededor, explícita en la legitimación del uso de la violencia con fines que pueden parecer legítimos.

Aunque Gerbner y sus colegas han repetido que existen múltiples matices de acuerdo con las circunstancias de las audiencias, en general apuntan que estos efectos suceden, y los estudios realizados a los televidentes estadounidenses fortalecen constantemente estos supuestos.

Con esos antecedentes y dada la relativa ausencia de evidencia empírica respecto a qué ocurre con la percepción de los televidentes en Latinoamérica y principalmente en México, se confrontan los supuestos teóricos del temor y la desensibilización, encontrando que en general, las personas que se exponen mucho a la televisión en el área metropolitana de Monterrey, no reportaron diferencias significativas con quienes ven menos televisión. Asimismo, se encontró que en todos los grupos la percepción de violencia cotidiana es más bien baja. Si bien estos hallazgos fueron producidos en 1998, no parece haber razón alguna para que hoy sean muy diferentes.

Implicaciones

Aunque estos datos contradicen en lo general los supuestos acerca de los impactos de la televisión en la conducta y percepción de la gente expuesta al contenido violento de los medios de comunicación, es preciso ser muy cautelosos. No se sugiere que si bien no existen efectos visibles de los contenidos de los medios haya que despreocuparse por ellos. Al contrario, dada la evidencia acerca del alto contenido de violencia en la televisión (López Islas y Cerda Cristerna 1999), lo que urge es preocuparse más por fortalecer líneas de estudio que permitan entender más a profundidad estos fenómenos.

De esta suerte, hay implicaciones que se quiere destacar. La primera de ellas se refiere a esta urgencia, ya trillada a fuerza de repetirla, por construir conocimiento a partir de evidencia y no de discursos. La segunda destaca el hecho de la diferencia con la agenda televisiva. En tanto que las audiencias del área metropolitana de Monterrey parecen diferir en su legitimación de los contenidos televisivos en contraposición con las audiencias estadounidenses, las cartas programáticas se obstinan en asemejarse a las del vecino país del norte, como se puede apreciar en Huerta Wong (2000), Quintero Ulloa y López Islas (1999) y Mendé Fernández y Smith Pussetto (2001). La mayoría de los productores de televisión, como muestra Gerbner, afirman que hace falta más violencia en la televisión, pero más allá del *rating*, el índice de satisfacción de esas mismas audiencias suele ser bajo con los programas de contenido violento, como ha confrontado Raboy (1996). El mismo Gerbner ha indicado que el *rating* no necesariamente beneficia a este tipo de programación.

Como también se ha dicho, los aires de cambio despertado en algunos sectores sociales en México, han motivado una discusión pública sobre la urgencia de reglamentar, o al menos negociar, la transmisión de contenidos problemáticos en los medios de comunicación. La violencia por televisión parece ocupar un lugar en esta discusión, se ha referido aquí. Pero en esa discusión, los supuestos sobran y los datos escasean. En sus protestas, ni el Senado de la República, ni la asociación A Favor de lo Mejor, han

mostrado evidencia que respalde sus supuestos. Por cierto, tampoco las televisoras lo han hecho para negociar su derecho a programar según su conveniencia ante el gobierno federal.

Si la reglamentación del derecho a la información es, como ha sugerido Villanueva (1998), la impronta del estado democrático, debería preocupar que la discusión actual por la violencia en la televisión se rijan por la fuerza y no por la razón.

Limitaciones

Si hace falta construir la discusión con base en evidencia, este trabajo no pretender ser un comienzo. Hay precisiones metodológicas que es necesario aclarar. Como se puede leer en una revisión detallada de las tablas de cruces de variables, frecuentemente los valores perdidos hicieron a su vez perder validez a los datos, y parece posible especular que esto se debió a una falta de cultura por parte de los informantes, quienes, al parecer, se mostraban suspicaces respecto a la "verdadera" intención de las encuestas, en un país en el que la falta de democracia ha hecho perder de vista el valor de la información. Pero el primer problema se pudo originar en la definición de violencia. Aunque el instrumento fue piloteado en una submuestra de 5% del universo encuestado, a la cual se le hicieron además chequeos de confiabilidad, parece obvio que las personas entienden diferentes cosas por preguntas como sufrir violencia o sentirse seguro. Para posteriores análisis, resulta arduo entender también por qué la mayoría de los encuestados pertenece al género femenino. Este dato causa un ruido particular debido a lo escrupuloso de la selección de informantes.

De este modo, queda al descubierto las limitaciones de la encuesta como técnica de investigación aislada. Pruebas cualitativas podrían acercar a la perspectiva personal desde donde cada entrevistado de una muestra representativa habla de violencia, o de por qué la mayoría de informantes son mujeres. Y en este mismo sentido, una limitación más del trabajo debe ser apuntada, y es la forma en como definimos al género. Como un primer

acercamiento, el estudio obvió sólo dos géneros, a saber, hombres y mujeres. Pero es obvio que no son los únicos y esto pudo haber contribuido a un sesgo que no se percibe aquí, por ser este texto sólo una comparación entre grupos de exposición a la televisión, pero que dificultarán análisis entre géneros.

Otro punto a considerar es el número de horas en que catalogamos a los espectadores. Alejarnos de la línea marcada por Gerbner y sus colegas, pudo haber ocasionado la disparidad de los datos, para lo cual es requerido un nuevo análisis desde la división originalmente planteada por estos investigadores, como una prueba testigo.

Un punto más en la metodología a discutir es la representatividad del método seleccionado. Aun cuando intentamos siempre ser muy rigurosos con la técnica, los datos reflejan la posición de las masas medias y altas que cuentan con líneas telefónicas, en un país en el que sólo uno de cada 3 hogares cuenta con teléfono. Es probable que el sesgo se haya originado en una mayor resistencia al mensaje de dominación de la televisión por parte de personas con un mayor nivel educativo, supuesto generalizado para el que la evidencia internacional no aporta mayor respaldo.

Por último, queda el tema pendiente de la realidad. Este trabajo no fue confrontado con aspectos como la calidad de la exposición a la televisión, nivel socioeconómico o el índice de criminalidad vigente en la ciudad, tres puntos que parecen importantes de considerar para estudios posteriores. Es preciso mencionar que el escenario geográfico limitado del área metropolitana de Monterrey, una de las ciudades con menor índice delictivo de México, pudo haber ocasionado esa sensación de ausencia de efectos en las audiencias.

Conclusión

Las audiencias encuestadas por vía telefónica en el área metropolitana de Monterrey tendieron a mostrar confianza en los niveles de seguridad vigentes en la ciudad, sin que la mediación televisiva parezca importante en esta percepción. La falta de diferencias

entre grupos con mucha exposición y grupos con poca exposición a la televisión, sienta diferencias con las audiencias estadounidenses, que parecen más susceptibles a los mensajes televisivos. Este punto de partida parece relevante por lo menos en tres esferas.

La primera es el campo académico de la comunicación. Hoy que ciertos sectores del campo están siendo involucrados en la toma de decisiones respecto a una eventual reglamentación del derecho a la información, urge más que nunca evidencia sólida y sistemática que colabore en la toma de decisiones, considerando que mediaciones identitarias podrían ser claves en las diferencias entre las audiencias mexicanas y otras cualquiera.

La segunda se refiere a los sectores preocupados por la violencia mediática. Aun cuando siempre será preferible la existencia de estas preocupaciones a su ausencia, parece importante que estas demandas por una mejor televisión sean acompañadas de argumentos sólidos basados, nuevamente, en evidencia.

Por último, aunque no menos importante, está la esfera de los medios de comunicación. La evidencia internacional acerca de la violencia nos muestra que una revisión profunda de los *ratings* lleva a concluir que los programas violentos no necesariamente son los preferidos por todas las audiencias, y aún queda el índice de satisfacción, en el que suelen quedar muy por debajo. Este índice no ha sido, por lo menos públicamente, cuestionado en México. Ya va siendo tiempo.

Los resultados y los problemas metodológicos mostrados nos llevan a concluir que es preciso que los sectores que, en su discurso, han mostrado preocupación por la violencia televisiva en México —gobierno, ONGs, académicos— unan esfuerzos para comprender el fenómeno desde su observación empírica y no sólo desde la excesiva teorización que caracteriza, lamentablemente, a nuestro campo académico.

TABLA 1
Etapas de la muestra

Etapa	Unidad	Técnica de selección
Primera	Directorio telefónico	Definición a priori
Segunda	Páginas	Aleatorio simple
Tercera	Columnas	Aleatorio simple
Cuarta	Números telefónicos	Aleatorio simple
Quinta	Personas	Aleatorio simple

TABLA 2
Descripción de la muestra

n	387
N	+380,000
P	50%
Q	50%
Me	+/-5%
Nc(z)	95%

TABLA 3
Género de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	126	32.56
Femenino	261	67.44
n= 387		

TABLA 4
Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje
Personas de 18 a 30 años	146	37.92
Personas de 31 a 45 años	138	35.84
Personas de 46 a 60 años	65	16.88
Personas de 61 años o más	36	9.35
n= 385		
No contestó=2		

TABLA 5
Clasificación de los encuestados por horas
de exposición a la televisión

	Frecuencia	Porcentaje
Poca exposición (1 a 4 hrs.)	125	33.07
Mucha exposición (más de 4 hrs.)	253	66.93
n= 378		
No contestó= 9		

TABLA 6
Resumen de variables

	Moda	Mediana	Media	Desviación estándar (s)	Máxima	Mínima	n
Solución firme al conflicto de Chiapas*	4	3.01	3	1.5	5	1	324
Seguridad que siente en su casa por las noches**	2	2	2.17	1.07	5	1	382
Monterrey es violenta***	2	2	2.48	0.97	5	1	375
Pena de muerte***	4	3	3.08	1.25	5	1	361

* Medida en escala 1 "Definitivamente si", 2 "Probablemente si", 3 "Indeciso", 4 "Probablemente no", 5 "Definitivamente no".

** Medida en escala 1 "Muy seguro", 2 "Seguro", 3 "Ni seguro ni inseguro", 4 "Inseguro", 5 "No sabe".

*** Medidas en escala 1 "Muy de acuerdo", 2 "De acuerdo", 3 "Ni de acuerdo ni en desacuerdo", 4 "En desacuerdo", 5 "Muy en desacuerdo".

TABLA 7

¿Qué probabilidad cree que tenga usted de verse involucrado en algún tipo de violencia un día cualquiera?

	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	112	29.09
1 en 1000	96	24,94
1 en 100	98	25,45
No sabe	77	20.00
n= 383		
No contestó = 4		

TABLA 8

¿Qué acto de violencia cree que se cometa con más frecuencia en Monterrey?

	Frecuencia	Porcentaje
Asesinato	33	8.78
Robo	227	60.37
Asalto	97	25.80
Rapto	4	1.06
Violación	6	1.60
Pandillerismo	2	0.53
Peleas	1	0.27
Varios	6	1.60
n= 376		
No contestó = 11		

TABLA 9
¿Qué probabilidad cree que tenga usted de verse involucrado en algún tipo de violencia en un día cualquiera?

	Informantes con poca exposición	Informantes con mucha exposición	Total
Ninguna	58 26.85%	52 32.30	110 29.18
1 en 1000	55 25.46	39 24.22	94 24.93
1 en 100	61 28.24	35 21.74	96 25.46
No sabe	41 18.98	34 21.12	75 19.89
No respondió	1 0.46	1 0.62	2 0.53
Total (n)	216 100	161 100	377 100
X ² =2.781	GL=4 (no es significativa)		

TABLA 10
¿Qué acto de violencia cree que se cometa
con más frecuencia en Monterrey?

	Informantes poca exposición	Informantes mucha exposición	Total
Asesinato	13 6.16%	19 12.03	32 8.67
Robo	129 61.14%	94 59.49	223 60.43
Asalto	60 28.44	35 22.15	95 25.75
Rapto	3 1.42	1 0.63	4 1.08
Violación	4 1.90	2 1.27	6 1.63
Pandillerismo	2 0.95	4 2.53	6 1.63
Varios	0	2 1.27	2 0.54
No respondió	0	1 0.63	1 0.27
Total	211 100	158 100	369 100
X ² = 11.148	G.L. = 7 (No es significativa)		

TABLA 11
Resumen de comparaciones

Indicadores prueba T	¿Qué tan seguro se siente en su casa por las noches?	El área metropolitana de Monterrey es muy violenta	En México se debería establecer la pena de muerte	Aprueba la intervención del ejército en Chiapas
n1 (mucha exposición)	213	213	203	182
n2 (poca exposición)	162	159	149	135
X1 (mucha exposición)	2,31	2,57	3,04	2,99
X2 (poca exposición)	2,25	2,42	3,14	2,99
S1 (mucha exposición)	2,38	1 06	1,25	1,44
S2 (poca exposición)	1,15	1,01	1,24	1,61
T	0,31	1,40	0,72	0,29
GL	322	348	320	322
Significativa	No	No	No	No

Bibliografía

- A FAVOR DE LO MEJOR [página electrónica] (2001) Disponible en: www.afavordelomejor.org.mx
- BERKOWITZ, L. Y K. H. ROGERS (1986) "Perspectives on media effects" en J. Bryant y D. Zillman, *Perspectives on media effects*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 57-78.
- COMSTOCK, G. Y STRASBURGER, V.C. (1993) "Media violence: Q & A. Adolescent medicine: State of the art reviews, 4 (3), 4-
- CONDY, J. (1989) *The psychology of television*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

- GERBNER, G. (1996) "The hidden side of television violence" en G. Gerbner, H. Mowlana, H. Shiller, *Invisible crisis*. USA: Westview Press, pp. 27-34.
- (1993) "Television violence: The power and the peril" en J. M. Humez y G. Dines, *Gender, race and class in the media*. USA: Sage Publications Inc., pp. 547-557.
- GERBNER, G. y L. GROSS (1976) "Living with television: The violence profile". *Journal of Communication*, núm. 26 (1), pp. 173-199.
- GERBNER, G. et al. (1986) "Living with television: The dynamics of the cultivation process" en J. Bryant y D. Zillman, *Perspectives on media effects*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 17-42.
- GUNTER, B. (1994) "The question of media violence" en J. Bryant y D. Zillman, *Media effects: Advances in theory and research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, pp. 163-211.
- HUERTA WONG, J. E. (2000) "Hacia una evaluación de la televisión mexicana: Diversidad en la programación abierta durante 1999". Tesis de maestría, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey.
- LÓPEZ ISLAS, J. R. y A. CERDA CRISTERNA (1999) "Violencia en la televisión mexicana: Un análisis del contenido de los treinta programas con mayor nivel de audiencia". *Hiper-textos*, 2. Disponible en: www.mty.itesm.mx/dcic/hiper-textos
- LÓPEZ ROMO, H. (1998) "La metodología de encuesta" en J. Galindo (ed.) *Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación*. México: Addison-Wesley.
- LOS TALK SHOWS EN LA TELEVISIÓN MEXICANA (2001) Comisión de Comunicaciones y Transportes de la Cámara de Senadores, México.
- MENDÉ FERNÁNDEZ, Belem y Cintia SMITH PUSSETTO (2001) "Construcción periodística de la agenda electoral: elecciones presidenciales México 2000". Memorias del XXXI Congreso de

Investigación y Extensión del Sistema Tecnológico de Monterrey.

- MORLEY, D. (1992) *Television audiences & cultural studies*. Londres: Routledge.
- NATIONAL TELEVISION VIOLENCE STUDY (1996) Studio City, California: Mediascope.
- PAIK, E. y G. COMSTOCK (1994) "The effects of television violence on antisocial behavior: A meta-analysis". *Communication Research*, núm. 21 (4), pp. 516-546.
- QUINTERO ULLOA, C. y J. R. LÓPEZ ISLAS (1999) "Estereotipos de la mujer en las telenovelas mexicanas: Un análisis de contenido" en *Revista de humanidades: Tecnológico de Monterrey*, núm. 6, pp. 245-268.
- RABOY, M. (1996) "Towards a new ethical environment for public service broadcasting" en Sakae Ishikawa (ed.), *Quality Assessment of Television*. Gran Bretaña: University of Luton Press.
- RAMOS GÓMEZ, F. y V. M. DURÁN PONTE (1997) "Los universitarios y la confianza en las instituciones" en *Este país*, agosto.
- SANDER, I. (1997) "How violent is TV violence? An empirical investigation of factors influencing viewers' perceptions of tv violence". *European Journal of Communication*, núm. 12 (1), pp. 43-98.
- VILLANUEVA, E. (1998) *Derecho comparado de la información*. México: Universidad Iberoamericana.
- WILSON, B. J. et al. (1996) "Content analysis of entertainment television: The 1994-95 results". Ponencia presentada en el *Duke Conference of media violence and public policy*. Santa Barbara: Universidad de California.
- YARTO WONG, C. (2000). "Modos de ver televisión y preferencias programáticas de mujeres de Monterrey, Guadalajara y México". Tesis de maestría, Tecnológico de Monterrey