



Impacto de la televisión en la formación de creencias favorables a conductas violentas en los jóvenes

Rafael Alejandro Márquez Munguía,
Gabriela Mireles Contreras y
Joaquín Emmanuel Armeaga Díaz
Universidad de Colima/Universidad de Ixtlahuaca

Resumen

El propósito del presente artículo es mostrar el impacto de la televisión en la formación de creencias favorables a conductas violentas en los jóvenes pertenecientes al municipio de Ciudad Guzmán, Jalisco, lugar en donde se realizó la presente investigación en los meses de junio-julio del año 2012. A través de una metodología de corte cuantitativo, se obtuvieron los resultados que demuestran que para nuestro objeto de estudio no existe una normalización de la violencia, pues la televisión genera que los jóvenes no consideren parte de su realidad los estereotipos que ésta les muestra.

Palabras clave

Violencia, medios de comunicación, televisión, jóvenes, normalización.



Impact of television in the process of shaping beliefs favorable to violent behavior in the young people

Abstract

The purpose of this paper is to present the impact of television on the formation of beliefs favorable to violent behavior in young people belonging to the municipality of Ciudad Guzman Jalisco, the place where this research was conducted in the months of June-July of 2012. Through a quantitative methodology, the results obtained show that, in our object of study, normalization of violence doesn't exist, because television generates young people to not take as part of their reality the TV stereotypes that the television shows.

Keywords

Violence, media, television, youth, normalization.

*Con la televisión, la autoridad es en sí la visión en sí misma.
No importa que la imagen pueda engañar más que las palabras...
Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y por tanto,
la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve...
(Sartori, 1998: 72)*

Hoy día uno de los problemas de carácter público que México enfrenta son los altos índices de delincuencia. Según la Organización de las Naciones Unidas (ONU, 2005), "México registró el más alto índice de robo con violencia, con una tasa de 3%, frente a un promedio de 0.9%, entre 30 países estudiados en la Encuesta Internacional de Criminalidad y Victimización" (ICVS, 2005), auspiciada por dicha organización. En Jalisco, el Instituto Ciudadano de Estudios sobre la Inseguridad (Icesi, 2012) registra que el incremento en los índices de delincuencia en el estado, subieron a 18% hasta llegar a 12.56 delitos por cada mil habitantes (84 mil 842 ilícitos).

Por tanto, el objetivo de este trabajo es explorar el impacto de la televisión en la formación de creencias favorables a conductas violentas en los jóvenes. Debido a que a partir de su percepción, conocemos la valoración y el conocimiento que sobre estas actividades tienen los jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán, Jalisco y, en esa medida, diseñar estrategias comunicativas que los sensibilicen respecto a la realización de actos delictivos.

En la introducción se explica la perspectiva teórica desde la cual se aborda el estudio, en el apartado metodológico se describen los pasos que se siguieron para recabar la evidencia empírica y en los resultados, se exponen las diferentes vertientes sobre el impacto de la televisión en la formación de creencias favorables a conductas violentas en los jóvenes. Al final se presentan las reflexiones.



Introducción

Conforme el siglo XXI avanza, los medios de comunicación ganan una mayor presencia en la sociedad mexicana, convirtiéndose en grandes fuentes de información. Joseph Dominick (2006) habla de los medios de comunicación como canales artificiales que permiten la comunicación masiva incluyendo aparatos mecánicos que transmiten, reciben y/o almacenan información (mensaje).

En este sentido, "Los medios de comunicación tradicionales, lejos de desaparecer por el desarrollo tecnológico han ido avanzando y actualizándose" (Marín, 2006: 194). Y en el presente lo comprobamos al observar que la radio, la prensa escrita y la televisión migraron al internet para seguir teniendo presencia en la población; además de seguir cumpliendo sus principales funciones: "informar, formar, entretener, y ofrecer publicidad de productos o servicios" (García, citado en Marín, 2006: 194). Con ello forman parte de la nueva era en la llamada sociedad del conocimiento.

Sin embargo, uno de los medios de comunicación que sigue teniendo mayor presencia en los hogares mexicanos es la televisión, de acuerdo con lo señalado por la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales, levantado por el CONACULTA, en el 2003, la cual señala que: "en promedio el 91% de las viviendas del país cuentan con televisión, lo cual representa un mercado muy disputado por las empresas televisivas" (7). De igual forma, en el mismo estudio se comprobó que en promedio el 48.9% de los encuestados invierte de dos a cuatro horas al día viendo televisión.

Así mismo, dicha encuesta menciona que solamente un 24.9% dijo ver algún canal cultural, mientras que el resto permanece di-

vidido entre los que prefieren ver telenovelas, noticieros, películas y programas deportivos. Estas cifras nos muestran una inclinación de la población mexicana hacia el consumo de programas televisivos con bajo contenido cultural. No obstante, existen estudios que muestran cifras reveladoras sobre el contenido de los principales programas con mayor rating de la televisión mexicana. De acuerdo con el Estudio Nacional sobre la Violencia en la Televisión (NTVS, 1997), existen evidencias empíricas sobre datos cuantitativos y cualitativos.

Respecto a lo cuantitativo se demostró que más del 60% de los programas televisivos contienen violencia tanto explícita como implícita, mientras que otro estudio realizado por George Hender obtuvo un resultado muy similar que demostró la presencia de 20 a 25 incidentes violentos por cada hora de transmisión de caricaturas. De hecho, se ha considerado en diferentes investigaciones que las caricaturas son tal vez los programas más violentos que hay de toda la programación.

Mientras tanto, en lo cualitativo se encontró que existen diferentes formas de violencia:

- **Violencia narrada:** es el recuento verbal de amenazas, actos y/o consecuencias, hecho por una persona o personaje que aparece en pantalla o que es escuchado desde fuera de la pantalla.
- **Violencia visual:** es la efectuada de manera gráfica, es decir, que aparece en pantalla.
- **Abuso verbal:** es el uso del lenguaje, por parte de una persona o personaje que aparece en pantalla, con la finalidad de agredir o intimidar, pero sin recurrir a la amenaza de fuerza física (López Islas & Cerda Cisterna, s/f: 3).

Lo anterior, tomando en cuenta que la violencia atiende a una naturaleza negativa en cuanto a lo moral y emocional, está ligado con guerras y conductas que tienden a sobajar la integridad de algo o alguien. Es un traspasar de los derechos de cada persona, haciendo uso de medios de poder, lo cual reafirma la persona activa de dicho fenómeno.



Indudablemente, la violencia está ligada preponderadamente con la agresión pero si se fuerzan los límites, sería para someter y dominar, entonces la agresividad ya es violencia. Tal como lo afirma Estévez (2005) en las siguientes líneas:

La violencia hostil hace referencia a un comportamiento impulsivo, no planeado, cargado de ira, cuyo objetivo principal es causar daño y que surge como una reacción ante una provocación percibida; la violencia instrumental, por su parte, se considera como un medio premeditado para alcanzar los objetivos y propósitos del agresor y no se desencadena únicamente como una reacción ante la existencia de una provocación previa (13).

Así mismo, la violencia se ha transmitido de muchas maneras hasta nuestros días y ha sido influida por varios factores, este "fenómeno de la violencia y el del comportamiento humano tiene muchas aristas.

Sus causas son complejas y ahondan en factores sociales, políticos, económicos, psicológicos, etcétera" (Ruiz, 2004: 208). Dicho autor habla de la relación que existe entre violencia, educación y los medios de comunicación, en específico lo que transmite la televisión; a propósito de ello menciona que son "difusores de educación informal [...] la realizan como inspiradores de las personas a partir de las informaciones que recibe" (2004: 207).

De tal forma, la televisión se vuelve parte de nosotros, sumergiéndonos en infinidad de imágenes que moldean nuestros pensamientos, creencias y acciones, se ha implantado sólidamente entre nosotros y, según López Sáez (1992: 64-65), "su existencia ha impreso un giro sustancial en los grupos sociales, en los valores, en los comportamientos, en el funcionamiento de los mercados, en la política y hasta en la religión. (Aguaded, 1992: 2).

Dicho moldeamiento se ve reflejado en lo que hacemos y decimos, en la forma de vivir la vida, en la forma de relacionarnos con los demás, generándose así, de acuerdo con el mismo autor, "un ecosistema social y cultural, al que todos estamos vinculados, por el hecho sólo de ser partícipes de esta cultura, aunque no seamos asiduos a la pantalla" (1999: 2).

Además, Ruiz (2004) menciona que:

Buena parte de lo que conocemos del mundo nos llega a través de los medios de comunicación, que constituyen una imagen de él en virtud de la cual nosotros construimos la nuestra con lo que se llama «representaciones sociales», esto es creencias arraigadas dentro de una sociedad ante las cuales se ha generado una actitud positiva o negativa (208).

Por su parte Gerbner (2005), con la teoría de cultivos asegura que:

El espectador de escenas violentas corre el riesgo de llegar a considerar que lo que ocurre en la ficción televisiva es un reflejo de lo que ocurre en la vida real, y al observar la cantidad de víctimas de esas escenas, podría aumentar su miedo irracional a convertirse en una de estas víctimas de la violencia (6).

Además, investigaciones como la realizada por el Estudio Nacional sobre la Violencia en la Televisión (NTVS, 1997) menciona que:

Existen evidencias empíricas que apoyan [...] teorías sobre los efectos de la exposición a la violencia en los medios [como la propuesta por Gebner o Bandura], mismas que pueden agruparse en tres principales rubros: aprendizaje e imitación; desensibilización, y miedo. (López Islas & Cerda Cristerna, s/f)

Desde la teoría del aprendizaje social se puede decir que “el espectador que sufre una exposición prolongada y excesiva a la violencia televisiva, corre el riesgo de adoptar las actitudes agresivas que observa, modificándose así su propia conducta hacia estados más elevados de agresividad” (Barrios, 2005: 7).

De igual forma, Albert Bandura —uno de los principales exponentes de la teoría del aprendizaje— propone que “los individuos que experimentan o se encuentran expuestos a la violencia tienen una mayor probabilidad de cometer actos violentos...” (Sanmartín, 2004: 52). En síntesis, lo que la teoría propone es que se pueden aprender comportamientos por imitación, como lo afirma el mismo autor mediante la visión de esos comportamientos observados que han sido recompensados o reforzados.



Así mismo, lo anterior se refuerza en las palabras de DiCaprio (1989) al apuntar que:

Según Bandura, el aprendizaje puede ocurrir tanto en una consecuencia del reforzamiento como a través del modelamiento u observación. En alguna situación, las personas aprenden lo que deben y lo que no deben hacer por medio de la observación de las conductas de quienes parecen saber cómo actuar. No hay duda de que gran parte del aprendizaje de los seres humanos consiste en igualar la conducta de los demás (484).

Con estas teorías queda clara la influencia del contenido de la televisión para generar conductas violentas en los jóvenes. Almera & Romero (2006) mencionan varias investigaciones que comprueban y correlacionan el uso de la televisión y la presencia de un ambiente de violencia, malos modales y falta de valores. En este tenor cabe mencionar que en ningún momento se deja de lado la multifactoricidad del fenómeno, pero por ahora nos ocupamos del impacto de los contenidos violentos.

[...] algunos estudios, han puesto de manifiesto como no es cuestión sólo de la exposición a un determinado medio con contenidos violentos, sino que también influye el tratamiento de los contenidos y la escenografía que se utiliza, y en este sentido parece ser que es influyente: el atractivo del agresor, la naturaleza de la víctima, la justificación de la acción violenta, el que el agresor sea recompensado por sus actos, la utilización de armas convencionales, las consecuencias de la violencia desde la perspectiva que aparezcan o no las consecuencias de la violencia (Almera & Romero, 2006: 64).

Además Almera & Romero (2006) hacen una consideración importante al decir que en la influencia de los medios de comunicación, la edad de la persona —y por ende la maduración— determinan si la influencia de la televisión es mayor o menor, siendo mucho mayor ésta en los niños y adolescentes que en los adultos, lo cual es lógico.

Estrategia metodológica

Para obtener los resultados de la investigación se utilizó la encuesta como estrategia metodológica. Operar esta técnica consistió en crear la prueba piloto del instrumento correspondiente (cuestionario), el cual estaba compuesto por veinte preguntas que fueron distribuidas en tres apartados.

En el primero se solicitaba el llenado de los datos sobre el uso y acceso que tienen a la televisión los jóvenes estudiados. En la segunda sección se solicitó que escribieran el nombre de los canales de televisión y programas que son de su agrado, con el fin de observar los géneros televisivos con que se identifica la población, lo cual permitirá ver si hay coherencia en las actitudes hacia la violencia. En la tercera y última sección del instrumento, se utilizó una escala tipo Licker, con el fin de medir la actitud de la población hacia la violencia.

El instrumento fue aplicado a treinta jóvenes de entre 16 y 26 años de edad del municipio de Ciudad Guzmán, Jalisco. Aproximadamente el tiempo del llenado de cada una de las encuestas fue de diez minutos y fue de manera personal, dos de los investigadores se reunieron en la plaza principal y abordaron a cada uno de los encuestados de manera directa, lo cual redujo los incidentes en el llenado del instrumento y propició una rápida aplicación.

Impacto de la televisión en la formación de creencias favorables hacia conductas violentas en los jóvenes

A continuación presentamos gráficas de los resultados obtenidos en la aplicación de cuestionarios a los jóvenes estudiados, para visualizar con mayor precisión el proceso general de nuestra investigación, con la finalidad de identificar si verdaderamente, la televisión influye en la formación de creencias favorables a conductas violentas en los jóvenes.



Características generales de los jóvenes estudiados del municipio de Ciudad Guzmán, Jalisco

Los resultados de la primera gráfica representan la edad de los candidatos, mismas que oscilan entre 16 y 26 años.

Tabla 1

Nivel educativo	Primaria		Secundaria		Preparatoria		Licenciatura		Total
	H	M	H	M	H	M	H	M	
GÉNERO									
EDAD	1	-	2	2	2	3	7	11	28
16 Años	-	-	1	-			-	-	1
17 Años	-	-	-	-	2	1	-	-	3
18 Años	-	-	-	-	-	-	-	-	0
19 Años	-	-	-	-	-	-	-	1	1
20 Años	-	-	-	-	-	1	-	1	2
21 Años	-	-	-	1	-	-	-	-	1
22 Años	-	-	1	-	-	-	-	2	3
23 Años	-	-	-	-	-	-	3	7	10
24 Años	-	-	-	-	-	-	1	-	1
25 Años	-	-	-	1	-	-	2	-	3
26 Años	1	-	-	-	-	1	1	-	3
TOTAL	1		4		5		18		28
TOTAL %	3,3%		13,3%		16,7%		60%		93,3%

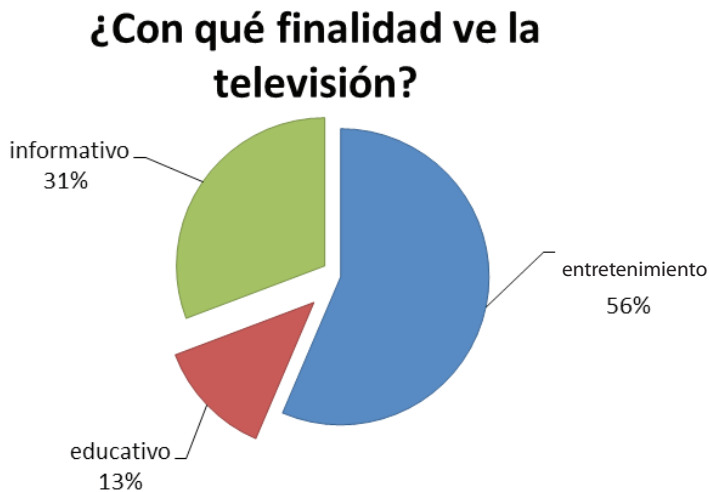
Fuente: Datos obtenidos mediante la aplicación de 30 cuestionarios a jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán en el estado de Jalisco (julio, 2012).

Del total de los encuestados, encontramos que el 33.3 % de los jóvenes tiene 23 años y son estudiantes de licenciatura, el 10% tiene 17 años y son estudiantes de educación medio superior, mientras que los jóvenes de edades de 16, 22 y 25 años representan el 6.6% cada uno respectivamente. Los jóvenes de 16 años cuentan con estudios de secundaria mientras que los jóvenes de veintidós y veinticinco años afirmaron estudiar una licenciatura. Así mismo, de la muestra total, el 53% de los encuestados son mujeres, el 43% hombres y un 7% no especificó su sexo.

Características del uso de la televisión por parte de los jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán

Al aplicar la encuesta a los jóvenes del municipio se demostró que el 100% de ellos observan contenido de televisión. El 56% de los jóvenes estudiados (ver gráfica 1) aseguraron que su finalidad es principalmente por entretenimiento, mientras que el 31% aseguró que utiliza este medio de comunicación como un medio informativo y la minoría de los jóvenes que representan el 13% afirmó que lo utilizan como medio educativo.

Gráfica 1

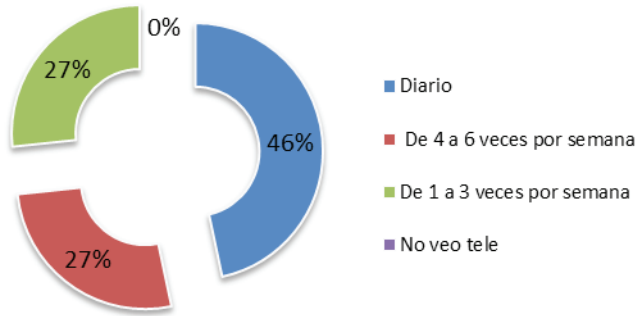


Fuente: Datos obtenidos mediante la aplicación de 30 cuestionarios a jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán en el estado de Jalisco (julio, 2012).

En cuanto a la frecuencia con la que usan la televisión los jóvenes, resultó que la gran mayoría (46%) hace uso del aparato diariamente; el 27% de los jóvenes afirmaron que ven televisión de 4 a 6 veces por semana; y, para finalizar, el 27% restante aseguró verla de una a tres veces por semana. Esto podemos apreciarlo en la gráfica que se muestra a continuación.



Gráfica 2

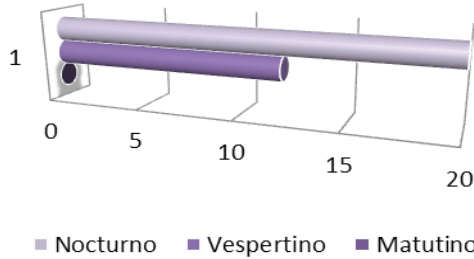
¿Con qué frecuencia ve televisión?

Fuente: Datos obtenidos mediante la aplicación de 30 cuestionarios a jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán en el estado de Jalisco (julio, 2012).

En cuanto al horario de uso, más del 50% de jóvenes encuestados prefieren observar televisión en el transcurso de la noche, hora en que la mayoría de los programas con contenido adulto se encuentran en transmisión, mientras que un porcentaje menor lo hace durante la tarde. Cabe mencionar que —en algunos casos— los encuestados refirieron tener horarios mixtos, además que los horarios dependen en gran medida de la ocupación o actividades que tiene cada uno de los jóvenes.

Gráfica 3

Horario de uso de la televisión por los jóvenes estudiados

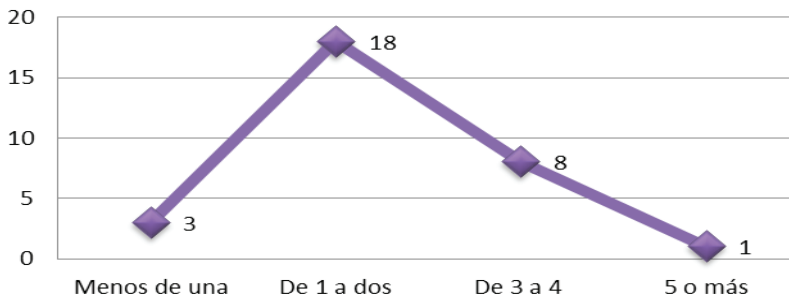


Fuente: Datos obtenidos mediante la aplicación de 30 cuestionarios a jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán en el estado de Jalisco (julio, 2012).

Ahora bien en lo referente al tiempo que dedican los jóvenes encuestados para ver televisión, se encontró que más del 50% dedica una o dos horas al día para esta actividad; cerca del 30% lo hace de tres a cuatro horas. Lo anterior se puede apreciar mejor en la gráfica que se muestra a continuación.

Gráfica 4

Tiempo que dedican los jóvenes en hacer uso de la televisión



Fuente: Datos obtenidos mediante la aplicación de 30 cuestionarios a jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán en el estado de Jalisco (julio, 2012).



Así mismo, para comprender más sobre el contenido televisivo que observan los jóvenes, se les interrogó si los mismos cuentan con servicio de televisión por cable o solamente cuentan con el servicio de señal abierta. Los resultados arrojaron que el 60% de los jóvenes estudiados cuentan con servicio por cable y el 40% restante aseguró que solamente cuentan con señal abierta. Este dato es de gran importancia, ya que aquellos jóvenes que tienen televisión de paga cuentan con más opciones que los otros y eso los pone en desventaja; estos datos pueden verse mejor en la gráfica siguiente.

Gráfica 5

¿Cuenta con servicio de televisión de paga?

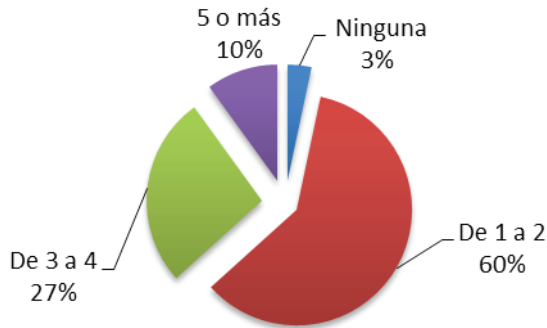


Fuente: Datos obtenidos mediante la aplicación de 30 cuestionarios a jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán en el estado de Jalisco (julio, 2012).

Otro aspecto que es importante ver, es el acceso o tenencia de aparatos; en la siguiente gráfica los resultados de la encuesta afirman que el 60% de los jóvenes estudiados tienen de uno a dos televisores en su casa, el 27% cuentan con tres a cuatro, el 10% de los encuestados aseguró tener cinco televisores o más en su hogar y la minoría, que representa el 3% afirmó no tener televisor en su casa. Este último caso de carencia en la casa del encuestado no ha sido limitante para que vea la televisión en algún otro sitio.

Gráfica 6

Cantidad de televisores con los que cuentan los jóvenes en su hogar



Fuente: Datos obtenidos mediante la aplicación de 30 cuestionarios a jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán en el estado de Jalisco (julio, 2012).

Características de los hábitos en consumo de televisión

El objetivo de este apartado es ver qué tipo de programación ven los encuestados con el fin de identificar si hay violencia en esos canales y programas para después observar si existe una repercusión en la normalización de conductas violentas. Debido a la naturaleza cualitativa más que cuantitativa de los datos de este apartado, se decidió presentar los resultados de forma descriptiva, con el fin de ilustrarlos mejor. Además, se ha tratado de clasificar la información, por ejemplo, los canales de televisión se han concentrado según el principal tipo de programas que transmitan, es decir, documentales, películas, series, telenovelas, deportes, etcétera y se procedió de la misma forma al clasificar los programas.

En el caso de los canales más vistos por los encuestados se encontró que son principalmente: *Canal de las estrellas*, *Azteca 7*, *Telehit*, entre otros; por ser los que ofrecen más entretenimiento,



aunque fueron más mencionados los dos primeros. Esto muestra total congruencia con los resultados del apartado anterior, ya que es la principal razón para ver televisión.

Otros de los canales que se ven con mayor frecuencia son aquellos que ofrecen películas y series, por ejemplo HBO y FOX, que son en este caso los más vistos por los jóvenes encuestados; además, estos canales pueden catalogarse de entretenimiento, al igual que los canales de caricaturas y comedias como Canal 5 y Disney.

Por otro lado, los jóvenes encuestados mencionan que también ven canales educativos e informativos pero en menor grado. Entre los más vistos por la muestra encuestada están National Geographic, Discovery y History; mientras que los de información sólo se mencionaron a CNN de noticias en general y a ESPN y FOX SPORT en deportes.

Ahora bien, cada uno de los canales tiene una programación diferente de tal forma que el público puede escoger; en este sentido, los jóvenes encuestados señalan ver en su gran mayoría series como CSI, Bones, Mentas criminales, Dr. House y Malcom el de en medio principalmente. Otro tipo de los programas que los jóvenes encuestados refirió ver son las telenovelas que trasmite el Canal de las estrellas; cabe mencionar que algunos de éstos jóvenes mencionaron mirar estos programas sólo porque su familia lo hace y por ser una forma de reunirse a pasar tiempo, mientras otros mencionaron hacerlo porque eso los distrae un poco.

En lo referente a otros programas como las noticias, encontramos que los jóvenes ven noticieros de la cadena Televisa, lo cual resulta un tanto incongruente, ya que algunos jóvenes encuestados mencionaron ver canales de noticias como CNN, especializado en noticias principalmente objetivas.

Finalmente, el resto de los programas más vistos son de música, caricaturas, deportes y —en menor medida— documentales o programas educativos como Emergencias bizarras y El precio de la historia.

En esta misma sección se preguntó sobre los personajes favoritos de los jóvenes encuestados, siendo los más mencionados aquellos que los jóvenes consideran como un ejemplo a seguir por sus conocimientos o habilidades; por ejemplo, reporteros como Denise Dresser, Joaquín López Dóriga, Javier Alatorre o el personaje del "Dr. House" de la serie con el mismo nombre; así como el personaje "Hanibal" de la películas con el mismo nombre. El joven que mencionó este último personaje, dijo que las razones por las cuales le gusta son: su inteligencia y como la utiliza para manipular a la gente, lo cual denota un rasgo negativo del sujeto, pues encamina de forma dañina una cualidad positiva.

Entre otros personajes que mencionaron los jóvenes encuestados están algunos deportistas a los cuales admiran por sus capacidades físicas y su forma de juego, artistas como Andrea Legarreta o Galilea Montijo por su alegría, y personajes de caricatura como "Bob Esponja", "Bart Simpson", "Homero Simpson" y "Timy Torner" (éste último de la caricatura Los padrinos mágicos).

Los jóvenes refieren que estos personajes les gustan por ser chistosos, en ocasiones sarcásticos; en general, los personajes que los jóvenes refirieron como sus preferidos, presentan características positivas y, además, las razones por las que les gustan están en el mismo sentido; aunque también hay algunos como "Hanibal", "Homero Simpson" y "Bart Simpson", en los que se encuentran más rasgos negativos que positivos en la personalidad.

El tipo de personalidad más común en estos tres es un serio problema con la autoridad, bajo control de impulsos, egocentrismo, gusto por la violación de la ley y despreocupación o indiferencia hacia las consecuencias que sus actos puedan tener en los otros.

Por otro lado, se preguntó también sobre los personajes que les desagradan, en este rubro más de la mitad de la población mencionó sentir desagrado hacia la conductora Laura Bozo, ya que les parece una persona hipócrita, sin valores, inculta, farsante, irritante y violenta. Otros de los mencionados fueron Juan José Origel y Víctor Trujillo (mejor conocido como "Brozo"), por ser personas desagradables e irrespetuosas de los demás.



También se mencionaron personajes de programas de comedia como “Carly” y “Espencer” de *I Carly* y “Bob Esponja” de la caricatura con el mismo nombre. En general, las razones de desagrado hacia estos personajes dejan ver que existe crítica por parte de los jóvenes y que además hay una identificación de características inadecuadas para la sociedad en esos personajes.

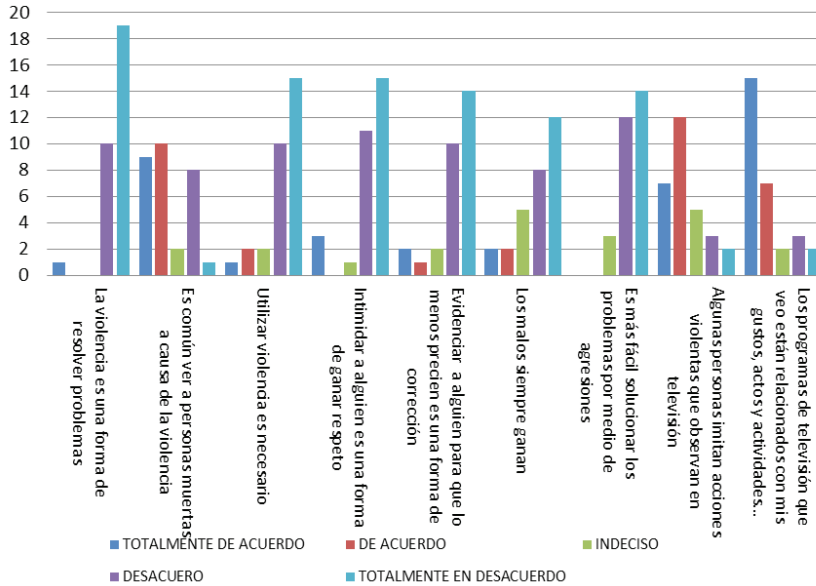
Actitudes de los jóvenes frente a la violencia

Para este apartado se utilizó una escala tipo *Licker*, que se conformó de ocho ítems en los que se plantean situaciones donde la violencia es adecuada, con el fin de saber y medir la postura que tienen los jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán sobre la normalización de ésta en el estado de Jalisco; mientras más respuestas de desacuerdo dieron los jóvenes la normalización de la violencia es menor, en este sentido, los resultados obtenidos fueron que los jóvenes encuestados presentan actitudes de desaprobación y disgusto frente a la violencia lo cual indica que, en general, no hay normalización.

Sin embargo, se encontraron dos casos en los que los jóvenes presentaban una normalización a la violencia, pues respondían de forma positiva a las proposiciones que se les hizo y al ver los dos apartados anteriores, se observó que hay una exposición de más de cuatro horas a la televisión diaria y consume programas como *Los Simpson* y series policiacas; además, los personajes que le gustan son aquellos que muestran actitud negativa como la de “Homero Simpson”.

Gráfica 7

Actitudes de la población frente a la violencia



Fuente: Datos obtenidos mediante la aplicación de 30 cuestionarios a jóvenes del municipio de Ciudad Guzmán en el estado de Jalisco (julio, 2012).



Conclusiones

Se ha investigado mucho sobre los medios de comunicación como factor generador de violencia, en específico, hay estudios de la influencia de la televisión en muchos aspectos de la formación de las persona. Específicamente, en esta investigación se buscó ver cuál era el impacto en la normalización de las conductas violentas, partiendo de la idea de que el tipo de programas televisivos que se consumen afecta la formación de la realidad social, es decir, la televisión hace que se estereotipe la realidad. En este sentido, después de analizar los antecedentes y la información que se obtuvo del instrumento aplicado, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Existe una correlación entre la formación de una realidad social y el contenido de los programas de televisión que se ven, pero no es determinante para la normalización de conductas violentas.
- En Ciudad Guzmán la población ve programas televisivos sólo por entretenimiento y tienen claro este objetivo, lo cual genera que los jóvenes no tomen como parte de su realidad los estereotipos que la televisión les muestra.
- Para los jóvenes de Ciudad Guzmán no existe una normalización de la violencia.

Finalmente, no se puede evitar preguntar: ¿Se obtendrán los mismos resultados si se aplica el mismo instrumento en otra comunidad del estado de Jalisco?, y de ser así ¿Se podría considerar a la televisión como un medio para la recuperación de valores y confianza en la sociedad?

Recepción: Febrero 8 de 2013

Aceptación: Marzo 1 de 2013

Referencias bibliográficas

- Aguaded Gómez, J. I. (s.f.). El discurso televisivo: los fundamentos semiológicos de la televisión. Recuperado el 12 de julio de 2012. Disponible en: http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Especialidad/TecnologiaEducativaG13/Modulo4/unidad%203s1/lec_3_el_discurso_televisivo.pdf
- Almera, J. & Romero, R. (15 de Junio de 2002). tecnologiaedu.us.es. Recuperado el 10 de julio de 2012. Disponible en: <http://tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/violencia.html>
- Barrios, C. (2005). redalyc.uaemex.com. Recuperado el 2 de Julio de 2012. Disponible en: <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=15825074>
- DiCaprio, N. S. (1989). *Teorías de la personalidad*. México: McGraw-Hill.
- Estévez, L. E. (2005). *Violencia, victimización y rechazo escolar en la adolescencia*. Departamento de psicología social: Universitat de Valencia.
- González, M. D. (23 de Abril de 2008). ONU: México, primero en delincuencia con violencia. En: periódico El Universal.
- ICESI (2010). www.icesi.org.mx. Recuperado el 2 de Julio de 2012. Disponible en: http://www.icesi.org.mx/documentos/encuestas/encuestasNacionales/ENS17_resultados_nacional_y_por_entidades_federativas.pdf
- López Islas, J. R. & Cerda Cristerna, A. D. (s/f). Violencia en la televisión mexicana: Un análisis del contenido de los treinta programas con mayor nivel de audiencia. ITESM Campus Monterrey, pp. 1-18.
- Dominick, J. (2006). *La dinámica de la comunicación masiva* (segunda edición). México: McGraw-Hill.
- Ruiz, Á. L. (2004). Medios de comunicación, educación formal y violencia. En: *Comunicar*, pp. 207-214.
- Sanmartín, J. (2004). *Laberinto de la violencia*. Causas, tipos y efectos. Barcelona: Ariel.
- Sartori, G. (1998). *Homo Viden; la sociedad teledirigida*. Madrid: Santillana.



• *Rafael Alejandro Márquez Munguía*

Correo electrónico: rafaalejandromarquez@hotmail.com

Mexicano. Alumno de la licenciatura en comunicación de la Facultad de Letras y Comunicación de la Universidad de Colima, México.

• *Gabriela Mireles Conteras*

Correo electrónico: gabymir_06@hotmail.com

Mexicana. Pasante en criminología por la Universidad de Ixtlahuaca C.U.I., México.

• *Joaquín Emmanuel Armeaga Díaz*

Correo electrónico: juaco63@hotmail.com

Mexicano. Pasante en criminología por la Universidad de Ixtlahuaca C.U.I., México.