

LOS EFECTOS DE LA TELEVISIÓN SOBRE EL COMPORTAMIENTO DE LAS AUDIENCIAS JÓVENES DESDE LA PERSPECTIVA DE LA CONVERGENCIA Y DE LAS PRÁCTICAS CULTURALES

MARITHZA SANDOVAL ESCOBAR*
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA KONRAD LORENZ

Recibido: junio 5 de 2006

Revisado: junio 27 de 2006

Aceptado: julio 17 de 2006

ABSTRACT

The existing relation between the consumption of television and the behavior of the children and adolescents has been a topic of interest for different sciences implied in the analysis and intervention on the collective social behavior. Although a definitive answer does not exist, the evidence demonstrates that television has important effects on the aggressive behavior, but questions subsist about the conditions under which these effects appear. Since one is a global social phenomenon, the relation between televising media and the behavior of the viewers extends the analysis and intervention of the individual behavior, so that it becomes necessary to use a more integrating and interdisciplinary frame to explain and to predict the effects. Of such form, this article reviews the positive evidence of the hypothesis of injurious effects of the television, shows a more integrating frame to include and understand the effect of televising media from the perspective of the cultural practices and explains the social effects of the television from the analysis of the convergence.

Keywords: Television, effects, behavior, children, adolescents, aggressive behavior, cultural practices, convergence, commercial television-influence, aggression.

* Marithza Sandoval. Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Cra. 9 bis No. 62-43, piso 4. Facultad de Psicología. Postgrado en Psicología del Consumidor. Bogotá, Colombia. Tels. 3472311-3472390. Correo electrónico: msandoval@fukl.edu.

RESUMEN

La relación existente entre el consumo de televisión y el comportamiento de los niños y adolescentes ha sido un tópico de interés para las diferentes ciencias implicadas en el análisis e intervención sobre el comportamiento social colectivo. Aunque no existe una respuesta definitiva, la evidencia demuestra que la televisión posee efectos importantes sobre la conducta agresiva, pero subsisten interrogantes respecto a las condiciones bajo las cuales se presentan dichos efectos. Dado que se trata de un fenómeno social global, la relación entre el medio televisivo y el comportamiento de las audiencias trasciende el análisis e intervención de la conducta individual, de forma que se hace necesario emplear un marco más integrador e interdisciplinario para explicar y predecir los efectos. De tal forma, este artículo revisa la evidencia a favor de la hipótesis de efectos nocivos de la televisión, muestra un marco más integrador para comprender el efecto del medio televisivo desde la perspectiva de las prácticas culturales y explica los efectos sociales de la televisión a partir del análisis de la *convergencia*.

Palabras clave: Televisión, efectos, comportamiento, niños, adolescentes, conducta agresiva, prácticas culturales, convergencia, televisión comercial-influencia, agresividad.

La televisión se ha convertido gradualmente en el medio de comunicación más influyente en el desarrollo de diferentes patrones de comportamiento de las audiencias; los niños y adolescentes del mundo entero han crecido conjuntamente con la evolución del mercado televisivo. Los diversos estudios indican que esta relación entre televisión y comportamiento existe, pero ha sido complicado identificar algún tipo de nexo causal. Estas investigaciones se han realizado principalmente en países desarrollados, donde el gobierno, el sector académico y algunas organizaciones privadas se han preocupado por estudiar los efectos de la televisión desde una perspectiva de diseño y planeación cultural.

En Colombia se han desarrollado diversas investigaciones para estudiar las relaciones entre la televisión y el comportamiento de las audiencias jóvenes desde los años ochenta, pero no se observan avances significativos. Según Rincón (2002), todavía son muchos los vacíos metodológicos, teóricos y contextuales en las investigaciones sobre la televisión colombiana, de manera que es necesario fortalecer líneas de investigación continuas y sistemáticas sobre el tema. El mismo autor identifica algunas tendencias en los estudios sobre televisión colombiana, encontrándose tres líneas de estudio: 1) Las investigaciones dirigidas al diseño de nuevos lenguajes televisivos. 2) Los estudios que enfatizan en el rol de la televisión como

agente educativo, que se han interesado por las relaciones con el contexto escolar, la ecología y el impacto sobre el desarrollo de aprendizajes a partir de la exposición al medio. 3) Las investigaciones sobre tendencias de las audiencias juveniles en cuanto a *rating* y patrones de comportamiento asociados a la televisión. Las dos primeras líneas cuentan con algunas investigaciones, principalmente vinculadas al sector académico nacional, mientras que la última línea ha mostrado un gran auge desde la década de los noventa en Colombia, merced a la necesidad de datos para apoyar las decisiones respecto de la pauta publicitaria, en las diferentes franjas horarias. Sin embargo, un hecho sorprendente es que la psicología colombiana no ha tomado el tema como un tópico central de interés teórico e investigativo, cuando en el mundo desde hace cinco décadas y dada su relevancia social, es un área de estudio central de la psicología. Producto de este interés de las comunidades académicas en el mundo, los psicólogos podrían dar respuestas muy completas al menos en dos de las líneas de estudio trabajadas en Colombia, o al menos, sustentar preguntas de investigación específicas que permitan el desarrollo de programas de investigación sobre el tema. Por otra parte, existen aspectos de la televisión que han sido trabajados en Colombia y en el mundo, desde la perspectiva de otras ciencias sociales, tales como el análisis y diseño de contenidos, las relaciones cultura-com-

portamiento en las audiencias y las condiciones sociales que favorecen la adquisición de patrones de conducta aprendidos en la televisión. Estos aspectos han sido de interés interdisciplinario y la psicología deberá integrar esos hallazgos en un marco comprensivo más global e integrador si desea aportar a la explicación e intervención de fenómenos colectivos.

Un cuestionamiento a la psicología contemporánea es su papel dentro del cambio cultural en diferentes niveles de la organización social humana. Las áreas aplicadas de la disciplina han desarrollado numerosos modelos y se han aventurado a demostrar que las leyes y principios psicológicos planteados por los diferentes enfoques tienen aplicabilidad y poseen una función social importante. Infortunadamente, muchos de esos esfuerzos han encontrado grandes brechas entre los ideales de la ciencia básica y las realidades bajo las cuales ocurren los fenómenos sociales y culturales. Así mismo, las numerosas aproximaciones psicológicas en ocasiones se entrecruzan en los esfuerzos por modificar la realidad social y muchos de los programas de intervención dejan de lado la demostración de sus efectos, así como de las variables responsables de los mismos.

Por otra parte, la psicología ha sido una ciencia tradicionalmente fundamentada en una visión individualista del comportamiento humano y para la psicología general el ambiente sociocultural se ha considerado una variable independiente que determina las diferencias individuales o al menos aporta a éstas alguna varianza. En una visión como ésta, comprender las profundas interacciones que existen entre el comportamiento humano y la cultura, las intrincadas redes de interconexión entre los individuos de una sociedad y los procesos psicológicos puede resultar un tema difícil de manejar desde una perspectiva individualista del comportamiento. Como una alternativa, se han formulado algunas visiones que rechazan la idea de que existen procesos psicológicos centrales o básicos comunes a todos los seres humanos; por el contrario, asumen que el ambiente cultural moldea también la topografía, estructura y función de los así llamados procesos psicológicos. Si se conceptúa el proceso de socialización de un ser hu-

mano como un fenómeno continuo, cambiante y no generalizable, es posible afirmar que el estudio de la influencia de los medios de comunicación sobre el comportamiento humano requiere una aproximación interdisciplinaria, aun cuando siendo coherentes con las afirmaciones previas, toda manera de abordar problemáticas sociales relacionadas con el comportamiento humano requeriría la misma consideración.

El presente artículo revisa la evidencia a favor de la hipótesis de efectos nocivos de la televisión, muestra un marco más integrador para comprender el efecto del medio televisivo y explica los efectos sociales de la televisión a partir del marco de la *convergencia*.

Relaciones entre la exposición a la televisión y la conducta agresiva

Las tres líneas de interés investigativo planteadas al inicio de este documento se relacionan con una pregunta más general: ¿Cuáles son los efectos de la televisión en las audiencias jóvenes? Al parecer los efectos son muchos y en su mayoría negativos. Una gran parte de las investigaciones se han dirigido a probar la relación entre la televisión y la conducta agresiva, debido a que en algunos estudios cumbres sobre aprendizaje social realizados por Bandura, Ross y Ross (1963) se encontró que cuando los niños eran expuestos a modelos agresivos, imitaban esta clase de conductas en situaciones de juego posteriores, especialmente cuando se involucraban juguetes similares a los que se encontraban en las escenas televisadas. La mayoría de investigaciones ulteriores concuerdan en que existe una alta correlación entre la exposición al medio y las conductas agresivas y violentas; lo mismo sucede con la aceptación de la violencia de otros (Bandura, 2002). Los estudios de laboratorio también indican que cuando los niños son expuestos a programas violentos actúan posteriormente de forma más agresiva (Paik & Comstock, 1994), se eleva la presión sanguínea (Huesmann y cols., 1994) y pelean más con los compañeros de juego. En esta dirección, un estudio de Boyatzis y Matillo (1995) se concentró en los efectos de un programa de televisión popular entre los niños de

ese entonces, los Power Rangers. Los niños se asignaron a un grupo experimental que veía el programa o a un grupo control que no lo observaba. Los resultados demuestran que los niños del grupo experimental que veían el programa cometieron más actos agresivos que los niños del grupo control, y los niños fueron más agresivos que las niñas.

No obstante, no se tienen los mismos efectos con respecto a la conducta de ver televisión sobre la etiología y exacerbación de la conducta agresiva, en niños con problemas emocionales. Con el fin de comprender el efecto de la televisión sobre este tipo de niños, Kenneth y Joyce (1993) realizaron un estudio longitudinal de 10 años observando los hábitos de ver televisión, la comprensión y reactividad frente a contenidos agresivos y no agresivos, así como la responsividad a un programa en habilidades para ver televisión. Se demostró que los niños con disturbios emocionales ven grandes cantidades de material violento, prefieren los personajes agresivos y creen más en el contenido de ficción. No obstante, ellos no se comportaban agresivamente en situaciones sociales naturales después de ver programas con altas dosis de agresión. El programa que implementaron las autores no alteró de forma importante la conducta de los niños.

Las investigaciones sugieren que el realismo en los programas de televisión incrementa de modo dramático los efectos de involucramiento y agresión, temor inmediato, la idea de que el mundo es un lugar peligroso, así como la desensibilización, especialmente en niños mayores, quienes pueden diferenciar contenidos televisivos realistas de contenidos no realistas. Esto implica que es posible que los niños que ven noticieros se vean más afectados en su comportamiento que aquellos niños que no los ven (Walma van der Mollen, 2004). Los estudios en esta dirección indican que efectivamente los niños que han seguido de cerca noticias sobre terrorismo y guerras muestran efectos emocionales fuertes y duraderos, lo mismo se observa cuando los niños son expuestos a noticias de crímenes, accidentes y violencia de diversos tipos (Murray, J. P., citado por Walma & Mollen, 2004). Estas investigaciones también demuestran que los efectos emocionales se presentan debido a las escenas de dolor que en muchas ocasiones se adjuntan a la misma noticia.

¿Qué puede concluirse entonces respecto a la relación entre la televisión y la conducta agresiva? Aunque existe alguna evidencia en contra, la literatura se inclina a apoyar la idea que los efectos de la televisión existen y que los consumidores fuertes del medio televisivo poseen un factor de riesgo mayor a largo plazo de participar en incidentes de violencia juvenil (Bushman & Huesmann, 2001; Huesmann & cols., 2000, citados por Anderson & Bushman, 2001 y Bandura, 2000). Probablemente, aquellos estudios que no muestran la relación entre televisión y conducta agresiva o violencia, han evaluado algunos aspectos que conforman parámetros importantes para predecir qué tipo de niños se verán afectados por la televisión y cuáles no. Entre estos parámetros se encuentran las experiencias previas y el tipo de contexto en el cual se desarrolla el niño. Los autores, dependiendo de su enfoque teórico, han rotulado de modo diferente estos factores, pero en esencia se refieren a los mismos parámetros: la historia del individuo que genera una configuración disposicional particular y sensible a los modelos agresivos, así como las contingencias sociales que favorecen el mantenimiento de los comportamientos aprendidos a través del medio televisivo. Así por ejemplo, Gerbner y cols. (1980b) encontraron que los usuarios fuertes de televisión, aquellos que ven más de tres horas al día, muestran mayores efectos de los modelos agresivos y gradualmente llegan a ser menos sensibles a la violencia tanto en la televisión como en la vida real. Así mismo, Huesmann y cols. (1994) encontraron que los niños que ven muchas horas de televisión son incapaces de empatizar con las víctimas de la violencia. En el caso de los juegos violentos, Funk (2000) citada por Bandura (2002) describe un programa de investigación diseñado para evaluar la preferencia por juegos violentos y diferentes rasgos sociopsicológicos. Ella encontró que la preferencia por juegos violentos está correlacionada con problemas de ajuste y autopercepciones negativas en algunos grupos de niños. Anderson y Dill (2000) encontraron que los videojuegos violentos estaban correlacionados positivamente con la conducta agresiva y la delincuencia, con una correlación más fuerte para personas con personalidades agresivas.

vas y preferentemente de género masculino. Cuando los autores realizaron experimentos controlados, el efecto para hombres y mujeres fue un incremento en pensamientos y conductas agresivas después de haber estado expuestos a videojuegos violentos. Sin embargo, Goldstein (2000) muestra que existe un problema en el momento de distinguir juego agresivo de conducta agresiva y que la conducta agresiva incluye por definición el intento por dañar a alguien, mientras que para los comportamientos donde la actividad y creatividad tienen consecuencias positivas para aquellos involucrados, se usan otros términos. Como este mismo autor señala, los videojuegos estimulan el juego agresivo mas no la conducta agresiva; el efecto sólo se presentaría en individuos con una configuración particular de su comportamiento, bajo condiciones sociales específicas.

Las consideraciones anteriores ilustran la necesidad de un paradigma más integrador en donde se asuma que los riesgos asociados con los efectos del medio televisivo dependen del contenido del mensaje, en conjunción con las características del televidente y de su familia, así como del entorno social y cultural donde se desenvuelve diariamente. Este paradigma deberá trascender las consideraciones psicológicas tradicionales, que si bien son importantes y han recibido el apoyo de los datos de investigación, desconocen el hecho de que los efectos nocivos de la televisión son un problema de salud pública, dado que en un sinnúmero de culturas y especialmente en los estratos socioeconómicos bajos, los niños son educados por la televisión, única forma de diversión y apertura a un mundo cada vez más globalizado. De igual modo, el paradigma integrador trasciende las intervenciones psicológicas individuales, dado que se concibe al medio televisivo como un agente educativo que actúa a gran escala, y desde esta perspectiva, las intervenciones deberán asegurar un amplio espectro de cobertura. Así, el nuevo paradigma resulta de la consideración de diferentes ciencias sociales en la manera de abordar la problemática y define el objeto de estudio como el acto en contexto; por tanto, estudiar el efecto de la televisión no solamente requiere el análisis de cierto tipo de actos, sino la consideración de los

contextos en los cuales dicho efecto ocurre, y estos se desarrollan históricamente, dependen de condiciones sociales, culturales, económicas y políticas cambiantes, y generan configuraciones particulares del repertorio de los individuos.

La evidencia apoya el uso de un paradigma integrador para interpretar los hallazgos transculturales en relación con los hábitos de consumo de televisión y las altas correlaciones entre exposición a la televisión y comportamientos antisociales que se han demostrado en diferentes culturas con distintos rasgos lingüísticos, sociales y geográficos. Esto significa que la televisión ha encontrado un lenguaje común más homogéneo que trasciende las restricciones culturales; las películas, series animadas y programas de deportes, entre muchos otros, han logrado romper las barreras geográficas e idiosincrasias alrededor del mundo. La televisión es un ejemplo de cómo los medios de comunicación ejercen el control social a través de la penetración gradual y simbiótica en el comportamiento de las audiencias, usualmente a favor de los grandes grupos económicos del entretenimiento, pero en detrimento de las prácticas prosociales requeridas para la subsistencia y adaptación de algunas sociedades caracterizadas por la pobreza y la violencia. Algunos autores inclusive han llegado a modelar estadísticamente los patrones de consumo de televisión y el proceso de decisión de canal/programa, incluyendo los criterios de segmentación geográfica y cultural como una variable más de la ecuación (ver los trabajos de Tavakoli & Cave, 1996, para un modelamiento matemático del consumo de televisión).

Lo cierto es que la televisión tiene un papel demostrado en la manera como las personas evalúan su calidad de vida y potencia los riesgos asociados con el perfil económico y sociocultural de las audiencias. Por ejemplo, Sirgy y cols. (1998) realizaron un estudio para identificar la relación entre la exposición a la televisión y el nivel de satisfacción con la propia vida. Los autores hipotetizaron que el hecho de ver televisión tiene influencia en el materialismo y la insatisfacción con el estándar de vida, lo cual a su vez contribuye con los sentimientos de insatisfacción con la vida en general. Ellos recolectaron datos de cinco paí-

ses (Estados Unidos, Canadá, Turquía, Australia y China). Aunque en todos los países los resultados fueron consistentes con la hipótesis, el efecto más fuerte se observó en los Estados Unidos debido a los altos niveles de exposición a la televisión. A pesar de las diferencias culturales entre los países, los autores concluyeron que la televisión en este país contribuye a que las personas se sientan más infelices debido a los altos estándares de “buena vida” que muestran los modelos televisados. Producto de esta comparación, muchos aspectos de la vida de una persona pueden verse afectados a partir del contacto con la televisión, y en un sentido amplio ocasionar que ciertas características personales, familiares y ambientales cobren importancia para predecir efectos positivos o negativos sobre las audiencias.

Sobre estos aspectos se han realizado algunas investigaciones que confirman la conclusión. Walsh, Lacznia y Carlson (1998) examinaron las preferencias de las madres norteamericanas por la regulación de la televisión para sus hijos. Encontraron que de acuerdo con el estilo de crianza (autoritario, permisivo, autoritativo o negligente) ellas se adjudican o no el control sobre la programación que ven los niños. En el caso de las madres autoritativas, ellas asumen que es su responsabilidad, mientras que los padres indulgentes asumen alguna responsabilidad, pero también se la adjudican a otros. Las madres autoritarias culpan más a las cadenas y al gobierno. Las negligentes muestran inconsistencias entre sus opiniones ante la televisión y el control que ejercen sobre los niños. Al comparar madres norteamericanas y japonesas, los resultados son convergentes. Rose, Bush y Kahle (1998) estudiaron los patrones de comunicación entre padres e hijos entre los 3 y 8 años en Estados Unidos y Japón para analizar su relación con las reacciones frente a la publicidad. Encontraron que aquellas madres con bajo nivel socioeconómico y bajo autoconcepto tienen actitudes más positivas frente a la publicidad y participan moderadamente en la regulación de la exposición a la televisión. Este fue el caso de las madres japonesas. Por otra parte, las madres pluralistas y democráticas influyen mucho sobre los programas que ven sus hijos y muestran actitudes más negativas

frente a la publicidad. Las madres de Estados Unidos se encuentran en esta categoría.

Los estudios anteriores demuestran que la televisión interactúa con otras formas de socialización dentro de las diferentes culturas y que sus efectos deben estudiarse a partir de modelos que describan los efectos del medio sobre la percepción del mundo por parte de niños y adultos. Gerbner y cols. (1980b) propusieron la teoría de que la televisión estimula en la audiencia fuerte (aquella que ve televisión más allá del promedio) una visión altamente sesgada hacia el contenido narrativo estilizado de la televisión, mientras que los consumidores ocasionales del medio probablemente observan más incongruencias entre los contenidos televisados y el mundo social real. Estas aseveraciones se sustentan en los estudios correlacionales que demuestran asociaciones entre ver mucha televisión y los estimativos acerca de la prevalencia de la prostitución, el alcoholismo, el uso de drogas, los crímenes y la violencia (Shrum, 1996). O’Guinn y Shrum (1997) realizaron dos estudios para probar los efectos de socialización. El primero de ellos encontró que la cantidad de televisión que ve una persona correlaciona positivamente con los estimativos de prevalencia de productos particulares y conductas asociadas con la posesión de dinero. De la misma manera, se encontró que el ingreso y la educación correlacionan negativamente con la cantidad de tiempo que se ve televisión y correlacionan negativamente con la preferencia por la adquisición de bienes costosos mostrados en la televisión. En el segundo estudio se determinó que los consumidores fuertes de televisión muestran realmente prevalencia en el consumo de ciertos productos y conductas asociadas con el estatus, al mismo tiempo que poseen mayor accesibilidad a la información para construir juicios acerca de contenidos televisivos. Ambas investigaciones demuestran que la exposición prolongada a modelos de consumo de personas clasificadas como “ricas” está asociada con las creencias acerca de lo que otros consumidores tienen y hacen; en otras palabras, demuestra que la televisión tiene un efecto sobre el consumo normativo y la accesibilidad a esas creencias. Esto significa que a medida que se pasa

más tiempo mirando televisión, mayor cercanía temporal existe entre las situaciones reales y los contenidos televisivos, es decir, se usan más heurísticos de esta clase, se recuerdan más detalles y se recrean de manera más profunda. Shrum, Wyer y O'Guinn (1998) demostraron en esta misma línea, que puede establecerse una relación causal entre el tiempo que una persona ve televisión y la formación de creencias respecto al mundo social. A partir de estos datos, los autores concluyen que la televisión es un factor causal, más que un correlato de los juicios acerca de prevalencia del crimen y las ocupaciones de las personas. Es importante aclarar que la televisión está relacionada de manera causal con la forma como los individuos analizan el mundo y lo que esperan de él, no con la ejecución de los actos que describen como característicos de su contexto social.

Anderson y Bushman (2001) han desarrollado un modelo cognitivo para explicar los efectos de los medios sobre la conducta agresiva, denominado el MAG (Modelo de Agresión General), en el cual la predicción de si se presentará un efecto de los contenidos televisivos violentos sobre la conducta agresiva del niño o adolescente depende de tres componentes centrales: el aprendizaje, la activación y los esquemas almacenados en la memoria del individuo. De tal forma, será más probable que se presente un efecto del contenido violento sobre la conducta de un niño si posee experiencias de aprendizaje en su familia o su contexto cercano, si tiene recuerdos esquemáticos acerca de dichas experiencias y si las escenas son lo suficientemente violentas como para producir la activación. Los efectos a largo plazo de la violencia televisada se producen por el desarrollo, práctica y automatización de los esquemas de conocimiento agresivo, de las expectativas sociales y de los guiones conductuales relacionados. De igual modo, la exposición a contenidos violentos correlacionará negativamente con la conducta prosocial en el contexto real. Los autores encontraron evidencia para estas conclusiones en un meta análisis sobre las investigaciones en efectos de los medios (televisión y videojuegos) sobre la agresión y la conducta prosocial.

De tal manera, los estudios se han concentrado en la búsqueda de relaciones entre configura-

ciones particulares del contexto social de los niños y los patrones de consumo del medio televisivo. Un ejemplo de esta línea se observa en el estudio de Groebel (1999) sobre hábitos de consumo de la televisión en niños de diferentes regiones del mundo. La investigación se desarrolló entre 1996 y 1997 y contó con el apoyo conjunto de la UNESCO, la Organización Mundial del Movimiento Scout y la Universidad de Utrecht. Se aplicó un cuestionario a 5.000 niños de 12 años en 23 países del mundo. El estudio partió de la denominada teoría de la brújula, según la cual, dependiendo de las experiencias ya existentes, del control social y del entorno cultural, los contenidos de los medios ofrecen una orientación a través de un marco de referencia que determina la dirección de la propia conducta. Los espectadores no necesariamente adaptan simultáneamente lo que han observado, sino que miden su propia conducta en términos de la distancia a los modelos que se ven en los medios. Por ejemplo, en países con altos índices de violencia (como en el caso colombiano) dada la crueldad que se vive en la cotidianidad, los maltratos menores serían cosas demasiado sencillas como para ser consideradas negativas por un niño o adolescente expuesto a ciertos contenidos violentos de la televisión. Con estas bases teóricas, se diseñó un cuestionario general con 50 variables para evaluar actitudes hacia los medios y ante el contexto real, tendencias agresivas, uso de los medios y preferencias y los valores asociados a su propia vida. La distribución por género para los niños de 12 años, mostró una tendencia porcentual casi equitativa entre masculino y femenino, ellos y ellas pertenecían en su mayoría a familias con ambos padres, generalmente nucleares y en un 49% residían en ciudades grandes. Aproximadamente un tercio de los niños pertenecían a entornos agresivos. El estudio se concentró en cuatro regiones: África, América Latina, Asia (Pacífico y Europa) y Canadá. Se encontraron algunas diferencias entre las regiones. En cuanto al uso de los medios, el 97% de las áreas escolares de la muestra tenía acceso al menos a un canal de televisión y los niños poseían al menos un aparato de televisión en su casa; esto confirma el estimativo de penetración del medio

en el mundo, el cual sobrepasa la radio y la prensa de forma contundente. En África la radio juega un papel también muy importante para la información. Para la mayoría de las áreas el promedio está entre cuatro y nueve canales, aunque también se ven casos frecuentes de zonas que poseen más de diez canales. En promedio los niños pasaban tres horas diarias ante la pantalla y esto correspondía al 50% más del tiempo que ocupaban en cualquier otra actividad, incluyendo las tareas escolares. Los niños evaluaban su vida como satisfactoria y manifestaban ser felices, aunque un porcentaje menor indicaba haber vivido el sufrimiento. El 47% de los niños afirmaba que les gustaría vivir en otro país. En cuanto a los héroes, el 26% de los niños nombraba a un héroe de acción, seguido por estrellas del pop o músicos (18,5%). Para las niñas primero iban las estrellas de farándula y después los héroes de acción. En general, otros personajes ocupaban lugares muy secundarios. El 90% de los niños creía en Dios y su mayor aspiración (40%) era tener una familia o tener buenas relaciones con la que poseían; un 10% esperaba tener suficientes alimentos. Los niños de África, América Latina y Asia experimentaban más ansiedad que los niños de Europa y Canadá. De la misma manera, se observaron diferencias entre los niños que vivían en entornos agresivos y los niños que habitaban en vecindarios tranquilos; los primeros tenían una conducta agresiva, mayor ansiedad y anhelaban más que los demás vivir en otro país. El estudio indica que las formas de agresión son evaluadas de forma distinta en las diferentes culturas del mundo. En Europa y Canadá los niños consideraban que el peor ataque es pegar con los puños y que tratar a otros con calificativos insultantes era menos agresivo, mientras que en Asia el resultado fue inverso. África se parece a Asia y a América Latina en que ambos tipos de ataques se consideraron de la misma importancia. El 9% de la muestra consideró la posibilidad de disparar contra otros un arma en casos de agresión. Un dato importante es que los niños criados en entornos altamente agresivos mostraban poca capacidad de diferenciación entre la ficción y la realidad, dado que los contenidos altamente violentos se ajustaban perfectamente a su estilo de

vida. Para el tiempo del estudio los héroes transculturales de los niños con entornos agresivos eran *Terminator* y *Rambo*; las razones para que todos los niños tuvieran como ídolos a los superhéroes tienen que ver con la protección y fortaleza que los caracteriza. Respecto de la búsqueda de sensaciones en el medio televisivo, se encontró que en entornos con mayor desarrollo tecnológico, los niños puntuaron más alto en la búsqueda de sensaciones que en regiones donde el desarrollo tecnológico era menor, como es el caso de África. Al unir esta tendencia con la preferencia por programación, se encontró que la búsqueda de riesgo estaba correlacionada con la preferencia por contenidos más agresivos; de este grupo de niños, el 47% manifestó su deseo de encontrarse en una situación de riesgo real. Como una conclusión general de este estudio, Groebel (1999) afirma que la censura de contenidos no es la solución, dado que culturalmente, y aún regionalmente, los significados de los actos distan mucho de ser uniformes. Además, cree que en este tópico deben confluír los análisis de diferentes disciplinas para dar un debate científico más que político. Finalmente, se deja claro que el problema de la influencia de la televisión es más una interacción entre las características del niño, su entorno social y familiar, con unos contenidos televisivos que pueden percibirse como lejanos y ficcionales o como congruentes con la realidad del niño, expandiéndose el poder de influencia en este último caso.

Este punto resulta de vital importancia, si se consideran las características del contexto al cual se ve expuesta la niñez en Colombia. En el caso colombiano, existen algunas investigaciones sobre la interrelación entre los medios de comunicación y la configuración del contexto social y familiar de los niños. En 1997 el Ministerio de Salud divulgó una investigación realizada en hogares colombianos sobre violencia intrafamiliar y medios de comunicación, particularmente la televisión. Básicamente se hizo un registro de actos violentos en la programación catalogándolos como agresiones físicas o agresiones psicológicas y se indagó sobre la percepción que se tenía en los hogares sobre la violencia observada. Los resultados mos-

traron que la programación que presentaba un mayor número de escenas violentas eran las telenovelas (315/día), los programas recreativos incluidos dibujos animados y series infantiles animadas (176/día) y los noticieros (83/día). Lo anterior expuesto de otra forma mostró que había un promedio de 27 agresiones por hora. Si se considera que en Latinoamérica los niños y los adultos ven dos horas y 3,5 horas en promedio al día respectivamente de televisión, se tiene que un niño está apreciando 54 actos violentos y un adulto 95 actos violentos diariamente.

En esta misma línea, la Universidad Santiago de Cali (2003) realizó un estudio sobre la recepción televisiva y su relación con el contexto familiar. Se encontró que las reglas de recepción televisiva en el ámbito doméstico se encuentran asociadas al desempeño escolar de niños y niñas, así como a la valoración que tienen los padres y las madres de la educación. Los aspectos como el estrato socioeconómico o las estructuras de las familias no tienen una incidencia tan fuerte en estas regulaciones como la importancia que cada hogar le da al mundo escolar. Para las familias de estrato uno y dos, la escuela representa el tránsito para convertir a sus hijos al éxito y cambiar en un futuro la situación de pobreza. Para las familias entrevistadas de estrato tres y cuatro, la escuela cumple la función de *aprendizaje de reglas de comportamiento social*, mientras que en las familias de estrato cinco, la escuela relaciona a los niños con la palabra impresa, con la escritura y la lectura, así como con el bilingüismo, las nuevas tecnologías y los adelantos de la ciencia. “Desde estas tres perspectivas, la percepción de la televisión es negativa en tanto que para cada una de estas familias funciona en contravía de los propósitos que desean alcanzar con sus hijos. La televisión para unos desvía a los niños y a las niñas del camino del “progreso”; para otros, los aparta de las normas de obediencia y disciplina y para los últimos no aporta en el desarrollo de sus habilidades de lectura y escritura” (Rodríguez, Avellaneda, Ramírez & Cataño, 2003, p. 123).

Esta investigación encontró que existen numerosos argumentos para responsabilizar a la televisión de los comportamientos agresivos o del aislamiento social y que estos argumentos varían dependiendo de las problemáticas presentes den-

tro de la familia y del desempeño escolar de los niños y niñas. Frente a un alto desempeño escolar, medido con los parámetros de las escuelas a las que asisten estos niños y niñas, las regulaciones sobre la televisión se tornan laxas. Por el contrario, un bajo desempeño escolar desencadena una serie de regulaciones muy fuertes sobre el consumo de televisión. Rodríguez y cols. (2003) proponen tres estilos de control sobre la recepción televisiva en el medio colombiano, que describen aproximadamente los patrones de comportamiento observados en la investigación: *la recepción vertical, la recepción en transición y la recepción democrática*. La recepción vertical es en la que opera el mayor número de restricciones, los padres aplican castigos para controlar la cantidad y tipo de programación a la cual se exponen los niños; la recepción democrática se caracteriza por sustentarse en la negociación y el diálogo; la recepción en transición ocurre como una oscilación entre la recepción vertical y la recepción democrática.

Estos modos de recepción televisiva no son propios de un estrato socioeconómico o de una estructura familiar específica. Los niños y las niñas son castigados con rudeza en el estrato uno y en el estrato cinco. Existen modos de recepción democrática en el estrato dos y en el estrato cinco. Como se dijo anteriormente, estas regulaciones están asociadas al desempeño escolar de los niños y las niñas (Rodríguez y cols., 2003). Este estudio y otros adicionales, han mostrado que existe otro factor que tiene una incidencia importante en la forma como se establecen las regulaciones sobre las audiencias, y es la historia de aprendizaje de los padres como televidentes y sus propias preferencias. Muchas veces el valor que ellos asignan a la televisión es inclusive mayor que el que sus hijos otorgan. El gran interrogante que la investigación no respondió y que queda abierto se relaciona con la relación entre el comportamiento social adaptativo o desadaptativo; en otras palabras, ¿cuál es el efecto de dichos patrones restrictivos sobre la conducta de los niños y adolescentes? El interrogante no ha sido respondido explícitamente en Colombia y esto conlleva un gran vacío no solo en el campo del conocimiento sino en la planeación social y cultural que requiere la televisión.

Infortunadamente, y debido a las condiciones éticas para investigar efectos específicos sobre las audiencias, los datos confirman que la exposición a escenas de violencia televisada sobrepasa significativamente la exposición a tales escenas en la vida real, pero no se conocen con seguridad los efectos psicológicos de la violencia televisada. En un experimento que prueba efectos indirectos, Bushman (1998) expuso a los televidentes a una serie de comerciales incorporados dentro de las escenas violentas y no violentas de ciertas películas y encontró que los comerciales expuestos en las franjas violentas contaban con menor recordación que los comerciales presentados en las franjas no violentas. Otro estudio orientado en esta misma línea, encontró que las personas que fueron expuestas a comerciales con un contenido neutral muestran un mejor desempeño en tareas de memoria, que aquellas personas expuestas a comerciales con contenido sexual o violento, demostrando de esta manera que la programación violenta y sexual disminuye significativamente el impacto que tienen los mensajes en la audiencia en general. (Bushman & Bonacci, 2001).

Los efectos de la televisión desde la hipótesis de la convergencia

Mientras que los analistas conductuales aplicados han dedicado grandes esfuerzos para evaluar el impacto de diferentes eventos físicos, situacionales, sociales, interpersonales y culturales sobre los patrones de comportamiento de las personas, el estudio del impacto de los medios masivos de comunicación ha sido virtualmente ignorado (Laitinen & Rakos, 1997). Una razón para este hecho se relaciona con la gran dificultad que representa el rastrear los efectos de los medios, dado que estos no son directos. Los cambios en los patrones de las audiencias no se relacionan con variables específicas de la comunicación; las asociaciones no son simples y el control del comportamiento se difunde entre múltiples variables. Esto no minimiza el poder social de los medios, su capacidad para modelar patrones de comportamiento: los medios masivos de comunicación son una de las fuentes de socialización más potentes

en las culturas modernas. Permiten la demostración de modelos de comportamiento, mantienen patrones de conducta adaptativos o desadaptativos, están relacionados con el desarrollo de las culturas en diversos sentidos y forman una parte fundamental del conjunto de principios, valores, creencias y reglas de una sociedad. El gran interrogante que se plantea es con respecto al tipo de prácticas culturales que describen los medios masivos de comunicación y cuál es su impacto en la adquisición y mantenimiento de formas de conducta en la población.

El problema de la violencia juvenil afecta la calidad de vida de muchas personas en la sociedad, especialmente de los grupos más vulnerables. Lowey y Mattaini (1999) afirman que la prevención de la violencia ha sido el foco principal de la investigación en los últimos años y se han observado incrementos en la atención y la financiación en relación con estos temas desde 1990 con enfoques diferentes desde diversos niveles gubernamentales y privados en Estados Unidos. Los datos arrojados por la ciencia conductual suministran una guía considerable al momento de seleccionar aproximaciones que tengan mayor probabilidad de éxito que otras posibles intervenciones en esta área. Aquellas aproximaciones simplistas que promueven principalmente la autosuperación y el uso de talleres para aprender a convivir sin violencia, han demostrado no ser adecuadas dadas las condiciones contextuales y los eventos en los cuales se ven involucrados los adolescentes, particularmente en aquellas situaciones en las que ellos no encuentran otras formas para influenciar su ambiente y la violencia les ofrece poder. El problema de la violencia entre la juventud en general es consistente con un contexto sociocultural que está de muchas maneras organizado alrededor del poder coercitivo, incluyendo amenazas, fuerza y violencia (Lowery & Mattaini, 1999), los cuales actúan como factores de mantenimiento dado que permiten el acceso a múltiples fuentes de refuerzo social, económico, sexual, etc.

Estudiar los efectos de la televisión desde la perspectiva de las prácticas culturales es fundamental, dado que en Colombia existen numerosos factores de riesgo para las audiencias, entre

los que se encuentran la ausencia de sustitutos de entretenimiento y recreación así como la vulnerabilidad para el aprendizaje de la conducta agresiva, proveniente de un medio escolar y familiar en la mayoría de los casos violentos, los cuales son incapaces de frenar el efecto de la exposición ante contenidos antisociales. Dos millones de niños y niñas son maltratados al año en sus hogares en Colombia, 361 niños y niñas de cada 1.000 sufren de algún tipo de maltrato. Sin duda alguna muchos de los niños colombianos deben vivir o ver continuamente el maltrato. Estas afirmaciones están sustentadas en las estadísticas planteadas por UNICEF Colombia en el *Informe sobre la niñez* del 2002 y el 2003 y el *Informe sobre el estado de la niñez en el mundo* para el año 2005. En la década de los 90 las infracciones a la ley penal por parte de adolescentes, niños y niñas se incrementaron, adquiriendo mayor complejidad. Los reportes de los juzgados informan que los principales delitos cometidos por adolescentes son acciones contra el patrimonio económico como hurto calificado, estafa, fraude y extorsión. El ICBF reporta que en el 2000 el 37% de los 20.000 menores de edad vinculados a procesos penales estaban privados de la libertad sin tener definida su situación jurídica. Este índice se relaciona con la fuerte presencia de organizaciones de delincuentes administradas por adultos que reclutan muchos niños aprovechando la desprotección de ellos, la violencia familiar y la falta de oportunidades.

Esta es una sociedad violenta y los niños son víctimas directas de esto. Con este panorama, no se puede descartar el riesgo que representa el manejo inadecuado de los contenidos presentados a los niños y jóvenes en los medios de comunicación, en contraste con el papel proactivo que deberían tener, si se exponen contenidos enriquecidos con comportamientos prosociales y contextos basados en la resolución de conflictos que fortalezcan las prácticas de convivencia, tolerancia y construcción de la paz. A partir de esta hipótesis, en el año 2003, como parte del programa de investigaciones académicas sobre televisión de la Comisión Nacional de Televisión (CNTV), la autora de este artículo realizó una serie de estudios sobre la exposición a escenas violentas y su relación con el comporta-

miento de las audiencias juveniles. Se llevaron a cabo tres estudios con el objetivo de identificar las prácticas culturales que los programas de mayor audiencia adolescente de la televisión colombiana modelaban, para establecer la preferencia, actitudes y opiniones de los adolescentes frente a esos contenidos y géneros de la televisión y probar un modelo multicomponente de diseño cultural en términos de sus efectos sobre la conducta prosocial y antisocial en adolescentes. En el Estudio 1, se desarrolló una observación de los cuatro programas de televisión con mayor audiencia adolescente y se realizó un análisis funcional de sus contenidos. Los resultados confirman que en los cuatro programas se presenta una mayor proporción de actos antisociales en comparación con los actos prosociales, en donde, además, más de la mitad de las veces los actos antisociales son premiados y aproximadamente la tercera parte de los actos prosociales son castigados. En el Estudio 2, se entrevistaron 360 adolescentes bogotanos entre los 12 y 17 años pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5. Los resultados derivados del análisis descriptivo y correlacional, muestran que existe coherencia entre sus preferencias y los datos de *rating*; además se encontró que la televisión es un medio importante en el proceso de socialización de los adolescentes y que en general estos aprueban las prácticas culturales modeladas en la televisión. En el Estudio 3, se desarrolló una investigación sobre los resultados de un programa para incrementar las conductas prosociales y disminuir comportamientos antisociales en dos colegios de la ciudad de Bogotá. Se encontró que el programa obtuvo resultados exitosos en la institución que era compatible culturalmente con los objetivos y prácticas comprendidas dentro del programa, mientras que en el colegio donde las prácticas educativas no eran compatibles con el programa los resultados fueron poco significativos (Sandoval & Ardila, 2006).

Este estudio plantea claramente que existe una preponderancia en el modelamiento de los efectos positivos de prácticas antisociales en la televisión colombiana, que los adolescentes no desapruueban dichos modelos y que las intervenciones congruentes con las prácticas culturales presentes en el contexto del niño o adolescente son aquellas que tienen

efectos rápidos y prolongados. Desde esta perspectiva, se puede inferir que en nuestro país los efectos de la televisión son poderosos en las audiencias juveniles, dada esta *convergencia*. He planteado este término para significar que el analista del comportamiento debe evaluar los elementos individuales, sociales y culturales de forma simultánea, para predecir los efectos de cualquier acción de comunicación o intervención global.

La convergencia implica una consideración diferente de los eventos denominados psicológicos; si se define la cultura como una serie de símbolos, conceptos, significados y términos lingüísticos compartidos, los cuales son socialmente construidos, los símbolos culturales organizan el fenómeno psicológico a través de la clasificación y rotulación de los fenómenos psicológicos (Ratner, 1999). La ira ante un evento por ejemplo, es el resultado de la manera como se interpreta la acción de otra persona, pero de hecho el otro individuo tiene un comportamiento; el evento psicológico para un observador no es la conducta de uno u otro, sino su interacción. Dentro de esta conceptualización, los fenómenos culturales son psicológicos en esencia. El fenómeno psicológico se forma en la medida en que las personas participan en la vida social, incorporan unas características de su vida social particular y generan conductas que perpetúan las relaciones sociales particulares. Así, los fenómenos psicológicos se forman y son compartidos a través de procesos sociales que trascienden los procesos individuales. Los fenómenos culturales-psicológicos son psicológicos en su naturaleza pero no tienen su fuente en la psicología individual, sino en la construcción social.

Esta concepción de lo psicológico ha caracterizado algunas vertientes de la psicología cultural y las versiones modernas del conductismo contextual que sustenta el análisis de las prácticas culturales. En las dos posiciones, la cultura existe a partir de la organización social de los individuos, que depende de la evolución del grupo humano a través del tiempo. Cada grupo posee características particulares que responden a las leyes de la adaptación, y la estructura del contexto en términos de los recursos favorece algunas prácticas pero extingue otras. En estas aproximaciones, el com-

portamiento y el ambiente sociocultural son interdependientes y conforman una unidad indivisible; en otras palabras, para las nuevas visiones conductistas lo psicológico corresponde a la descripción del significado de un acto en contexto. En otras palabras, los enfoques conductistas mencionados previamente asumen que la unidad de análisis no está ni el sujeto ni en el ambiente exclusivamente, las causas del comportamiento no se encuentran dentro o fuera de las personas; más que esto, el comportamiento y el ambiente sociocultural conforman un campo interactivo.

La investigación de prácticas culturales ha materializado de manera prometedora una visión del comportamiento que involucra cuatro fortalezas: a) el acto en contexto como unidad de análisis, b) la consideración directa y deliberada del ambiente sociocultural como elemento fundamental del campo psicológico, c) la visión pragmática de predicción e influencia sobre el comportamiento y d) la potencialidad para el desarrollo de metodologías de investigación e intervención adaptadas a las diferencias cualitativas del contexto de la especie humana (Biglan, 1995). Este es un verdadero análisis *convergente*.

Un verdadero análisis convergente deberá entonces permitir hacer descripciones de los procesos culturales en términos de los factores contextuales involucrados, las metacontingencias presentes para el grupo y las contingencias individuales que interactúan para dar resultados específicos de conducta. Las metacontingencias hacen referencia a las consecuencias macro que generan y mantienen determinadas formas de interacción entre individuos particulares de una cultura (Glenn, 1988). La identificación de metacontingencias permite realizar un análisis cultural basado en la consideración de variables que afectan grandes grupos poblacionales; no obstante, las metacontingencias requieren de la definición de elementos moleculares en las contingencias y esto complica un poco la evaluación conjunta de consecuencias sociales inmediatas con las "prácticas culturales" grupales muchas veces comprendidas de manera abstracta.

Cualquier intervención desarrollada a partir de las prácticas culturales deberá poseer al menos las siguientes características:

1. Considerar el macronivel y las metacontingencias vigentes en este nivel. En otras palabras, se diseñan programas acordes con programas gubernamentales o sectoriales que se mantendrán en virtud de la coherencia y congruencia con los requerimientos de una cultura dada.
2. Considerar las prácticas sociales y organizacionales cercanas al individuo y desarrollar intervenciones acordes con dichas prácticas; en caso de querer modificarlas, diseñar procesos de cambio con objetivos de conducta claros, reconociendo las limitaciones de cada etapa del proceso y diseñando sistemas de apoyo para generar o soportar el cambio.
3. Se preocupa por los significados que las prácticas tienen para los individuos de una cultura, comprende las prácticas verbales y las relaciona con el diseño de estrategias para el cambio.

¿Cómo se podría aplicar un *análisis convergente* al estudio e intervención del problema de los efectos sociales de la televisión?

El análisis convergente implica analizar el fenómeno de la televisión desde diferentes niveles, los cuales interactúan unos con otros para determinar la estructura y función del contexto social en el cual sucede el comportamiento individual y grupal de las audiencias.

En un primer nivel macro, es necesario considerar que los sistemas modernos de comunicación y la tecnología de información en la actualidad son capaces de transmitir información rápidamente sin tener en cuenta los límites políticos artificiales o las restricciones ideológicas. En la democracia contemporánea, la aparente ausencia de controles gubernamentales sobre la información es considerada típicamente como una característica fundamental de una *sociedad libre*. Sin embargo, la falla en el control aversivo no significa que la información es libre de las funciones de control (Mattaini, 2001; Mattaini & Meyer, 2004). Por el contrario, los mecanismos actuales de influencia, a través de las contingencias políticas y económicas directas e indirectas, representan una gran amenaza para la diversidad conductual. En la actualidad las audien-

cias se caracterizan por estilos de vida caóticos, están menos informadas y menos involucradas políticamente, y dentro de los elementos que deben incluir los mensajes en los medios de comunicación para lograr persuadir a la audiencia se encuentran la presentación de conclusiones más que de razones, eslóganes simples más que análisis complejos, imágenes visuales más que ideas verbales, hechos presentados como una realidad simple más que observaciones que puedan argumentarse y utilización de modelos atractivos que envían los mensajes, más que expertos en el tema del que trata el mensaje (Laitinen & Rakos, 1997).

El siguiente nivel de análisis debe dar explicación acerca de aquellas variables y aquellos procesos que han dado origen y mantienen la industria como una entidad cultural viable. La capacidad de los medios para influenciar las prácticas culturales y los comportamientos de los ciudadanos se ve incrementada por la estructura y el control sobre las fuentes de información que producen los contenidos de los medios. Esto se potencializa en las sociedades postmodernistas, a través del uso de oficinas y servicios gubernamentales y corporativos que distribuyen aparentemente información creíble y aceptable. Cuando se realizan reportes acerca de noticias, en ocasiones se persigue la objetividad y la verificación de la información; el único criterio para la aceptación de estos reportes es que “tengan sentido” y refuercen las creencias y las actitudes de la audiencia. Las fuentes de información actúan como sistemas con prácticas culturales convenientes, en donde los papeles y las acciones de los participantes son fijas y predecibles: se reparten reportes con los hechos y resúmenes, los reporteros realizan las preguntas adecuadas a un grupo de expertos que realizan una exposición pertinente; la programación de estos eventos frecuentemente funciona como una orquesta para lograr el establecimiento del cierre de las noticias. Como un resultado de esto, se diseña un sistema interconectado de contingencias económicas e interpersonales, el cual se mantiene en virtud de las entidades patrocinadoras. A través del control de estas contingencias, los servicios de información corporativa y gubernamental pueden ampliar poderosamente la influencia so-

bre los reportes y los puntos de vista no oficiales o contrarios. (Laitinen & Rakos, 1997)

En un nivel intermedio, se debe analizar la estructura del contexto inmediato de la audiencia. En particular, una gran parte de los niños y jóvenes en Colombia viven, como se afirmaba previamente, en situación de pobreza y bajo condiciones de deprivación social, tecnológica, educativa, afectiva, que a su vez están determinadas por el nivel macro. La escuela, los programas comunitarios y sus intervenciones sociales, las organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, poseen una influencia limitada sobre los grupos de jóvenes. Al mismo tiempo, los grupos de referencia y de pertenencia de coetáneos adquieren una importancia fundamental dada la deprivación económica y afectiva, convirtiéndose en fuentes principales de aprendizaje, usualmente de comportamientos antisociales. Esto implica que no existen mecanismos sociales que contrarresten las intencionalidades y recursos comunicativos presentes en el nivel superior; se presenta una convergencia en los dos niveles. La televisión muestra de manera convergente lo que ya sucede en el medio real de la audiencia y por esto no son ajenas al niño las escenas de violencia, tortura, delincuencia, etc.

En un nivel específico, se debe indagar por la convergencia entre la estructura y las relaciones de los procesos sociales presentes en la comunidad donde se desarrollan los niños y las condiciones familiares. Las cifras de maltrato y abuso en Colombia contra los niños, así como los estudios sobre espacio familiar, aspectos emocionales y televisión reseñados previamente, indican que también allí existe convergencia.

Con este panorama es posible afirmar que el análisis de la convergencia entre los niveles de análisis para evaluar los efectos de la televisión sobre la conducta antisocial para el caso colombiano indica que estos podrían ser poderosos y servir para mantener prácticas antisociales en las audiencias juveniles actuales. Por supuesto, es necesario investigar a profundidad este punto, pero al menos preliminarmente los diferentes datos son coherentes con la hipótesis de la convergencia.

Conclusiones

El análisis de la convergencia es alternativa metodológica interesante para establecer las limitaciones y potencialidades de los efectos de los medios de comunicación. Esta metodología implica asumir que los individuos aprenden a través de la televisión nuevas formas de conducta, pero que su imitación depende realmente de las consecuencias modeladas a través del medio de comunicación. También implica suponer que existe una intencionalidad macrosectorial en la estructura del mercado televisivo, en los contenidos que reciben los televidentes y en los formatos televisivos. Desde la visión de la convergencia, como sostiene la explicación conductual, cuando se observan regularidades en las relaciones entre eventos (en este caso entre ciertos actos y sus consecuencias), las personas derivan reglas y estas pueden relacionarse con la ejecución de los actos. El aprendizaje del comportamiento social a partir de este proceso se potencializa si la ejecución del comportamiento posee las mismas consecuencias que las observadas en un programa de televisión. En un país tan violento como Colombia es posible que las escenas televisadas que muestran consecuencias favorables frente a los actos antisociales sean las mismas en el contexto real, potenciando el aprendizaje de reglas de conducta antisocial. Los análisis de contenidos tradicionales no permiten develar el proceso mediante el cual se produce el aprendizaje de reglas sociales y no explican el poder de la coherencia o convergencia entre el contexto simbólico y el contexto social real.

La visión funcional de los contenidos de la televisión colombiana en lo que se refiere a audiencia adolescente indica que los programas replican parcialmente la realidad de las metacontingencias sociales en el país. Así como las leyes coexisten con la impunidad o laxitud, de la misma manera, la televisión muestra actos ilegales y antisociales de diversa índole que no reciben consecuencias aversivas para quien los ejecuta. El estudio de la autora de este artículo en el año 2003, ofrece datos que sustentan esta visión.

El análisis de la convergencia plantea algunos cuestionamientos respecto al papel de una televi-

sión responsable en relación con el diseño de contenidos y las funciones de los entes reguladores de este medio de comunicación. Un diseño responsable deberá delimitar contenidos con una carga más alta de actos prosociales en relación con los no prosociales. De la misma manera, sería necesario dentro de un diseño responsable mostrar las metacontingencias que se aplican frente a una gran variedad de actos antisociales. Desde esta perspectiva, cualquier intento de regulación de la televisión debe centrarse en la *demonstración* de relaciones probables entre la exposición a contenidos y los patrones de comportamiento de las audiencias. Esto no sucede en la actualidad. Los organismos de control en Colombia intentan regular contenidos, pero dado que no poseen una metodología para identificar y argumentar relaciones probables, los canales privados usualmente ganan el debate al no poderse demostrar que ciertos programas son peligrosos o dañinos para las audiencias jóvenes.

Los estudios sobre audiencias juveniles e infantiles demuestran que a los niños y adolescentes les gusta la televisión que programan los canales en general. Esto muestra una convergencia entre la selección que realizan los programadores y las presiones de audiencia. Se requiere entonces una serie de esfuerzos a nivel educativo para romper con el círculo que implica la convergencia y esto solamente puede lograrse mejorando los criterios de regulación de la televisión. Experiencias anteriores en los intentos por controlar contenidos televisivos dirigidos a audiencias jóvenes, demuestran que no es verdad que la audiencia responda siempre positivamente a programas con mayor carga antisocial. El caso del rediseño de contenidos en *Francisco el Matemático* por el programa *Haz paz* en el año 2001, demostró que los jóvenes incrementaron el *rating* aun cuando se modificaron todos los contenidos agresivos y antisociales durante un año. Este hecho conduce a definir cuál sería la “pedagogía de los medios” que fortalece la identidad y la socialización apropiada al contexto juvenil colombiano y a diseñar estrategias para aprovechar la capacidad de la televisión en términos de su aporte educativo, social y ético. Para esto es necesario que se realice un análisis cuidadoso de las prácticas culturales dentro de las

instituciones educativas donde se intenta enseñar y afianzar la conducta prosocial. Recientemente Colombia ha dedicado muchos esfuerzos por implantar dichos programas, pero éstos han estado basados más en los aspectos de intervención programática y menos en la consideración cultural integral del país y sus instituciones. Como Manjarrés y Uricoechea (1997) afirman, los medios afectan el fenómeno educativo y el proceso de socialización dado que forman parte de los procesos de interacción de grupos y de la construcción de identidad en los jóvenes. La relación temprana de los estudiantes con ellos ha hecho de la escuela el lugar para *reeducar* los valores construidos a partir de dicha relación. Por consiguiente, una educación para los medios no puede entenderse solo como una cátedra más dentro de los planes de estudio o como un esfuerzo marginal de grupos y organizaciones populares. Debe ser una perspectiva pedagógica integral que vincule a la educación con la comunicación y con la sociedad, así como con la estructura y dinámica propia de la institución educativa.

Las investigaciones presentadas en este artículo, contribuyen a la comprensión del papel de los medios masivos de comunicación en la consolidación de prácticas prosociales en las audiencias infantiles y juveniles. Este objetivo será difícil de lograr si no se toma en serio a la televisión y si se es indiferente a la gran cantidad de estudios disponibles que demuestran los efectos de la televisión: muy pocas investigaciones han encontrado que la televisión sea un medio inocuo, por el contrario se ha indicado que posee efectos combinados con otros medios de socialización y que bajo condiciones sociales desfavorables agudiza el impacto de la violencia y el contexto antisocial de las audiencias. No se trata de condenar al medio. Algunos estudios demuestran que si bien muchas prácticas modeladas son de tipo antisocial, también es cierto el hecho de que una parte de ellas son castigadas (Sandoval & Ardila, 2006); esto implica que la televisión diseñada a partir de objetivos culturales claros puede contribuir al aprendizaje de patrones de conducta prosociales. Corresponde a los organismos de control, a la comunidad académica y a la ciudadanía en gene-

ral pronunciarse respecto a las formas en las que se debe realizar tal diseño cultural y realizar una función de control informado. Para esto se requiere tomar de manera profunda y socializar las investigaciones nacionales e internacionales en el campo de la televisión y sus efectos.

Referencias

- Anderson, B. A. & Bushman, B. J. (2001). Effects of Violent Videogames on Aggressive Behavior, Aggressive Cognition, Aggressive Affect, Physiological Arousal and Prosocial Behavior: A Meta-analytic Review of Scientific Literature. *Psychological Science*, 12, No. 5.
- Anderson & Dill (2000). Video games and aggressive thoughts, feelings and behavior in the laboratory and in life. *Personality and Social Psychology*.
- Biglan, A. (1995). *Changing cultural practices: A contextualist framework for intervention research*. Reno, NV: Context Press.
- Bandura, A., Ross, D. & Ross, S. (1963). Imitation of film mediated aggressive models. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 3-11.
- Bandura, A. (2002). Social cognitive theory of mass communication. Jennings Bryant, & Dolf Zillmann (Eds.) *Media Effects: Advances in Theory and Research* (2nd Ed.). LEA's Communication Series, pp. 121-153. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.
- Boyatzis, C. J. & Matillo, G. M. (1995). Effects of "The Mighty Morphin Power Rangers" on children's aggression with peers. *Child Study Journal*. 25, 1.
- Bushman, B. J. (1998) Effects of television violence on memory for commercial messages. *Journal of Experimental Psychology*, 4(4), 291-307.
- Bushman, B. & Bonacci, A. (2001). Sex and Violence Diminish TV Advertising's Impact, Impair Memory of Ad's Content, Says Iowa State University Study. Ascribe Newswire: *Health*, 6(25).
- Comisión Nacional de Televisión (2002). La televisión que Colombia necesita: Documento de consulta para el Plan de Desarrollo 2002-2007. Bogotá: Colombia.
- Comisión Nacional de Televisión (2005). Informe del Estudio General de Medios en Colombia, Bogotá: ACIM.
- Funk, J. & Buchman, D. (1996a). Children's perceptions of gender differences in social approval for playing electronic games. *Sex Roles*, 35(3), 219-231.
- Funk, J. & Buchman, D. (1996b). Playing violent video and computer games and adolescent self- concept. *Journal of Communication*, 46, 2, 19-32.
- Gerbner, G.; Gross, L.; Morgan, M. & Signorielli, N. (1980). Aging with Television: Images on Television Drama and Conceptions of Social Reality. *Journal of Communication*, 30(2), 37 – 47.
- Glenn, S. (1988). Contingencies and metacontingencies: Toward a synthesis of behavior analysis and cultural materialism. *The Behavior Analyst*, 11, 161-179.
- Goldstein, J. (2000). The impact of interactive violence on children: hearings before the senate comm. *On commerce, Science and Transp. 106th. Cong* (2000) (Written testimony of Jeffrey Goldstein, Ph.D), reprinted at 2000 WL 11069631.
- Groebel, J. (1999). La violencia en los medios: estudio global de la UNESCO. *Proyecto principal de educación*, Boletín 49.
- Huesmann, L., Rowell, S. & Miller, L. (1994). Long-term effects of repeated exposure to media violence in childhood. En: L. Rowell Huesmann (Ed.) *Aggressive Behaviour: Current Perspectives*. Plenum Series in Social/Clinical Psychology. (153-186). NY: Plenum Press.
- Kenneth, G. & Joyce, S. (1993). Television "violence" and children with emotional and behavioral disorders. *Journal of Emotional & Behavioral Disorders*, 1 (1).
- Lamal, P. (1997). *Cultural contingencies: Behavior analytic perspectives on cultural practices*. Westport, CT: Praeger.

- Lamal, P. (2000). *Cultural Contingencies*. USA: Greenwood.
- Latinen, R. E. y Rakos, R. F. (1997). Corporate Control of Media and Propaganda. En: Lamal, P. A. (Ed.) *Cultural Contingencies: Behavior Analytic Perspectives on Cultural Practices*. Westport, CT: Greenwood Publishing Group.
- Loudon, J. & Della Bitta, M. (1996). *Comportamiento del consumidor*. México: Mac Graw Hill.
- Lowery, C. & Mattaini, M. (1999). The science of sharing power: Native American thought and Behavior Analysis. *Behavior and Social Issues*, 9, 3-23.
- Manjarrés, M. & Uricoechea, L. (1997). *La investigación sobre comunicación y educación en Colombia: Estado del arte (1986-1997)*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.
- Mattaini, M. (1996). Envisioning Cultural Practices. *The Behavior Analyst*, 19(2), 257-272.
- Mattaini, M. (2001). *Peace power for Adolescents: Strategies for A Culture of Nonviolence*, Washington, DC: NASW Press.
- Mattaini, M. (2001). Constructing cultures of non-violence: The PEACE POWER! strategy. *Education and Treatment of Children*, 24, 430-447.
- Mattaini, M. & Meyer, C. (2004). The ecosystems perspective. En M. A. Mattaini & C. T. Lowery (Eds.), *The foundations of social work practice: A graduate text* (3rd ed.). Washington, DC: NASW Press.
- Ministerio de Salud de Colombia (1997) *Memorias Foro Nacional: El sector Salud frente a la violencia en Colombia*. MINSALUD. Santafé de Bogotá.
- National Television Violence Study (1996). *National television violence study* (Vol 1). Thousand Oaks, C.A.: Sage.
- National Television Violence Study (1997) *National television violence study* (Vol 2). Studio City, C.A.: Mediascope.
- O'Guinn, T. & Shrum, L. J. (1997) The Role of Television in the Construction of Consumer Reality. *Journal of Consumer Research*, 23, 278-294.
- Paik, H. & Comstock, G. (1994). The effects of television violence and antisocial behavior: a meta-analysis.
- Ratner, C. (1999) Three approaches to Cultural Psychology: A Critique. *Cultural Dynamics*, 11, 7-13.
- Rincón, O. (2002). Tendencias de la investigación sobre la televisión infantil en Colombia. En *Televisión infantil: Voces de los niños y de la industria televisiva*. Bogotá: Convenio Andrés Bello – Fundación Restrepo Barco.
- Rodríguez, A., Avellaneda, E., Ramírez, C. & Cataño, M. (2003). Los niños y las reglas de recepción televisiva en el ámbito doméstico. Universidad Santiago de Cali. Programa de Investigaciones Académicas de la Televisión, CNTV.
- Rose, G., Bush, V. & Kahle, L. (1998). The Influence of Family Communication Patterns on Parental Reactions toward Advertising: A Cross-National Examination. *Journal of Advertising*, 27(4), 71 – 85.
- Sandoval, M. C. & Ardila, R. (2006). *Los jóvenes y la televisión*. Serie de publicaciones sobre investigaciones académicas en televisión. Comisión Nacional de Televisión, Bogotá: Colombia, en prensa.
- Shelov, Steven & Baron (1995). Children, Adolescents and Advertising. *Pediatrics*, 95, 2.
- Shrum, L. J. (1996). Psychological Processes Underlying Cultivation Effects: Further Test of Construct Accessibility. *Human Communication Research*, 22(3), 482-309.
- Shrum, L. J., Wyer, R. & O'Guinn, T. (1998). The Effects of Television Consumption on Social Perceptions: The Use of Priming Procedures to Investigate Psychological Processes. *Journal of Consumer Research*, 24(2), 447-458.
- Sirgy, J., Lee, D., Kosenko, R., Meadow, L., Rahtz, D., Cicic, M., Jin, G., Yarsuvat, D., Blenkhorn, D. & Wright, N. (1998). Does Television Viewership Play a Role in the perception of Quality of Life. *Journal of Advertising*, 27(1), 125-142.

- Tavakoli, M. & Cave, M. (1996). Modelling Television Viewing Patterns. *Journal of Advertising*, 23(4), 71-85.
- UNESCO, ACENTO (1999). *Informe mundial sobre la comunicación: Los medios frente al desafío de las nuevas tecnologías*. Madrid: Fundación Santa María.
- Walma van der Mollen, J. H. (2004). Violence and Suffering in Television News: Toward a Broader Conception of Harmful Television Content for Children. *Pediatrics*, 113, 1771-1775.
- Walsh, A., Laczniak, R. & Carlson, L. (1998) Mother's Preferences for Regulating Children's Television. *Journal of Advertising*, 27(3), 23-36.