

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 64 - DICIEMBRE 1998

Director

Asdrúbal de la Torre

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín

Fernando Checa Montúfar

Lucía Lemos

Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Wladimiro Alvarez Grau,
Ministro de Educación y Cultura

Paulina García de Larrea,
Min. Relaciones Exteriores.

Juan Centurión, Universidad de
Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA
Consuelo Feraud, UNESCO.

Luis Espinoza, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Lenin Andrade, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Rubén Vásquez

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584, Quito, Ecuador

Tel. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://www.comunica.org/chasqui>

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui.

NOTA A LOS LECTORES

El e-mail cayó con el peso enorme de la ausencia que anunciaba: "Mi padre, Mario Kaplún -nos escribía su hijo Gabriel- murió el 10 de noviembre pasado. Estos han sido, entonces, días de despedida, con dolor y tristeza, pero también con serenidad y ternura. Por una vida bien vivida, en la que nos dio mucho a muchos... 'Tu viejo vive viajando', me decían a veces. Me gusta pensar que ahora sigue viajando y, de ese modo, viviendo entre nosotros" -concluía Gabriel. Sí, viajero incansable, no solo en el sentido físico del magnífico espacio de Nuestra América y otros lares, que enriqueció con su presencia, sino también en el sentido existencial, más trascendente, que le permitió recorrer el corazón, el sueño y las mentes de miles de alumnos que le hacen el homenaje cotidiano, el mejor, con su práctica de una comunicación democrática. Su corpórea ausencia no hace más que acrecer su entrañable presencia a través de su obra viva, abierta, con múltiples ecos.

Han sido cerca de 60 años de prolífica actividad y compromiso con la "educación comunicativa" -como le gustaba llamar a lo que hizo- y con la utopía de una sociedad más humana, más fraterna, más justa. Desde sus 17 años, cuando empezó a preocuparse por una radio creativa, educativa y verdaderamente democrática; hasta sus últimos días cuando su lucidez y experiencia relativizaron la supuesta panacea en que muchos han convertido al ciberespacio: "¿acaso -se preguntaba- no estamos tecnológicamente hipercomunicados, pero socialmente aislados?". Sin embargo, se reconoció apenas como "un aprendiz de comunicador" -humildad consonante con su sabiduría- y lo demostró en cada acto de su vida. Su praxis educomunicativa en varios ámbitos y con diversos grupos: las organizaciones populares de la Patria Grande o las aulas universitarias; CIESPAL (que honró muchas veces y donde publicó las primeras ediciones de tres de sus libros) o los estudios de varias radios y de la TV uruguaya... Por donde anduvo dejó la huella de esa relación dialéctica, de ese dar y recibir, enseñar y aprender, siempre en comunión.

Con **Mario Kaplún, un homenaje**, Chasqui comparte trabajos en torno a su palabra y pensamiento. Primero, su texto último e inédito en el cual ratifica lo de la "educación comunicativa", y sostiene que la conformación del "ciberespacio educativo" implica un espectacular avance; pero, desde una racionalidad pedagógica, se pregunta, ¿lo será también?, ¿se establece una verdadera comunicación?, y responde que las nuevas tecnologías son válidas siempre y cuando vayan más allá de la relación hombre-máquina y permitan una construcción común del conocimiento.

Segundo, una semblanza del Maestro escrita por su hijo Gabriel desde el corazón de una relación filial, de alumno y amigo. Semblanza aderazada para el regodeo con algunas anécdotas cálidas y sustanciosas, extraídas de su conversatorio en el I Festival de Radiosapasionados y Televisonarios realizado en CIESPAL, en noviembre de 1995. Por último, diez consejos entresacados de sus libros y seleccionados por José Ignacio López Vigil.

Al dedicar esta edición al Maestro queremos y creemos que el mejor homenaje que le podemos rendir es continuar su obra, no repitiéndola sino recreándola, en el marco de la utopía que guió su vida y su quehacer: "Definir qué entendemos por comunicación -dijo- equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir... Comunicación es una calle ancha y abierta que amo transitar. Se cruza con compromiso y hace esquina con comunidad". Gracias Maestro por todo. Hasta siempre.


Fernando Checa Montúfar
Editor

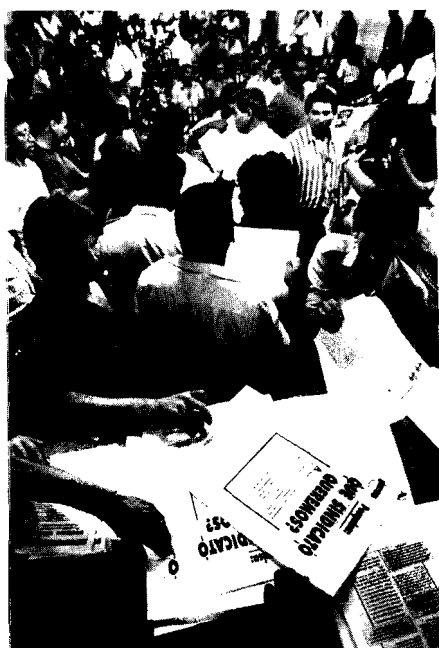
MARIO KAPLUN, UN HOMENAJE



Aunque se autodefinió como “aprendiz de comunicador”, no hay duda alguna que es y será el Maestro de los radioapasionados y educomunicadores de Iberoamérica. Esta edición se la dedicamos como un modesto homenaje al hombre y su obra.

- 4 Procesos educativos y canales de comunicación
Mario Kaplún
- 9 Mario Kaplún, El viajero
Gabriel Kaplún
- 15 Diez consejos de Mario Kaplún
José Ignacio López Vigil

DERECHOS HUMANOS Y COMUNICACION



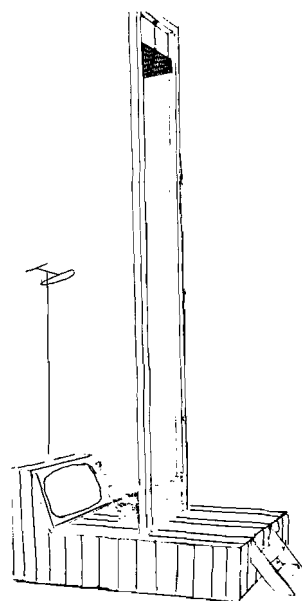
A propósito de los 50 años de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de la ONU, presentamos análisis y propuestas desde la perspectiva de la comunicación, que también es un derecho, y muy importante.

- 18 Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación
Rossana Reguillo

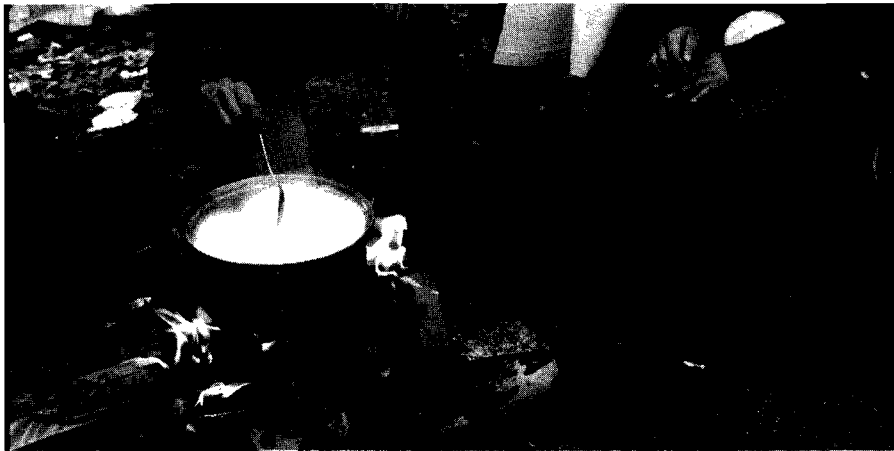
- 24 Comunicadores y derechos humanos: ¿de malos amigos a ángeles guardianes?
Luis Ramiro Beltrán S.
- 29 Iniciativas ciudadanas por el derecho a la comunicación
Osvaldo León
- 33 Ghetto cybernético amenaza a los derechos humanos
Alain Modoux

LA “MASSMEDIACION” DE LA SOCIEDAD

Sin duda alguna, los medios ocupan un lugar privilegiado en la sociedad contemporánea, hecho que exige reflexiones profundas y propuestas creativas para evitar peligrosas concentraciones de poder.



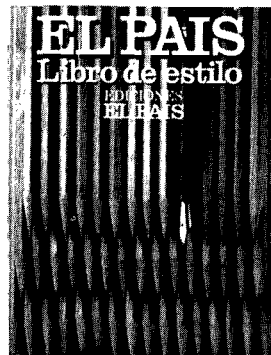
- 36 La socialidad de la comunicación
Irey Gómez,
Luis Alarcón,



- 38 Medios masivos y movimientos sociales
Francisco de Jesús Aceves
- 42 Grupos minoritarios y medios de comunicación
María Elena Hernández, Sergio René de Dios
- 46 La comunicación computarizada y su impacto en las organizaciones
Federico Varona Madrid
- 51 Opinión pública, medios y ciudadanía
Rosa María Alfaro
- 55 Un dilema cultural de fin de siglo
Kintto Lucas

CONTRAPUNTO

- 58 Manuales de estilo: entre la utilidad y el anacronismo
José Luis García
- 62 Manuales de estilo: ¿Y en qué quedamos?
Hernán Rodríguez Castelo



APUNTES

- 65 Humor y periodismo científico
Manuel Calvo Hernando
- 68 América Latina: hacia la reforma de la TV Pública
Valerio Fuenzalida
- 73 Violencia y medios de comunicación
Luis Fernando Vélez
- 78 Las Radios Universitarias en México
Irving Berlín Villafaña
- 83 Globalización e interculturalidad
Enrique Ipiña Melgar

86 NOTICIAS

87 ACTIVIDADES DE CIESPAL

RESEÑAS

- 89 Libros sobre la radiodifusión iberoamericana
Daniel E. Jones



PORTADA Y CONTRAPORTADA

RUBEN VASQUEZ

“Vendrá la muerte y no tendrá sus ojos”

Tinta. 45 x 60. 1985.

Sin título.

Tinta. 45 x 60. 1988.



- Eric Kaplún: un mensaje
- Brecht: humanos y comunicación
- “massmediación” de la sociedad

Violencia y medios de comunicación



Cartoonists & Writers Syndicate

Escribimos sobre la violencia en los medios de comunicación y nos quejamos permanentemente de que promueven violencia. Es un debate apasionado, caracterizado por posiciones extremas, muchas respuestas, pocas preguntas (¿nos estamos haciendo las preguntas adecuadas?) y aun menos propuestas de acción. Este artículo propone algunos temas para ampliar el debate y se atreve a plantear algunas acciones, no con el fin de establecer verdades, sino de aportar a la discusión en aras de encontrar salidas al problema.

Es necesario aclarar que aquí no se hace referencia a la crónica judicial como género. A pesar de su importancia, se deja por fuera porque no se discute la relación medios-violencia desde el ejercicio del periodismo, sino desde un contexto social, cultural y político.

Modelos culturales de relación social

Para ser funcionales y mantener la unidad de los pueblos, las sociedades

LUIS FERNANDO VÉLEZ, colombiano. Director del Instituto CISALVA y profesor auxiliar en la Escuela de Salud Pública, Universidad del Valle, Cali.
E-mail: luivelez@sinsa.univalle.edu.co

establecen modelos culturales que guían las relaciones sociales. Estos modelos se transmiten entre grupos y generaciones por medio del intercambio, la migración, la invasión, etc. La manera más sólida para transmitir patrones culturales son los mitos que, podría decirse, son un conjunto de símbolos.

Cada cultura construye mitos para sus valores esenciales. Sin embargo, muchos son comunes a la mayoría de las culturas y hacen parte de la esencia de las relaciones humanas. Esos mitos suelen ilustrarse por medio de historias, hechos, lugares y personajes de alguna manera heroicos.

En el Ecuador, por ejemplo, el encan-

tador carácter asertivo y a su vez amable de muchas mujeres puede estar relacionado con los mitos alrededor de personajes como La Princesa Paccha y las Manuelas. Por desgracia, también se construyen mitos alrededor de la violencia y la guerra como mecanismo de regeneración social y cultural. Se cree que a través de la guerra se logran cambios sociales y políticos, se preservan íntegras las naciones y se expande la cultura.

Así, los Estados Unidos introduce en su cultura el mito de la frontera, con personajes como Daniel Boone o Davy Crockett. En Nicaragua está Sandino, con la guerrilla revolucionaria y a su alrededor se construyen leyendas, poemas,

canciones, etc. En México están Pancho Villa, Zapata y la revolución, Atahualpa, Rumiñahui y la dominación inca en Ecuador, entre otros.

Lo lamentable es que la vida de estos hombres estaba llena de hermosas expresiones de amor, libertad, justicia y paz. A pesar de ser la guerra el fracaso de estas expresiones, las culturas modernas no han logrado sostener estos valores por encima de la violencia. El mito de la regeneración a través de la violencia se ha construido con héroes que en algún momento empuñaron las armas, dejando de lado sus mejores cualidades (Slotkin, 1993).

La comunicación es el intercambio directo o mediado de símbolos y es a través de este como se mantienen las culturas. Los medios sirven para transmitir modelos culturales de relación a las nuevas generaciones, pero ante la masificación, también a otras sociedades. Sin embargo, los medios no inventan los mitos; los símbolos van de la cultura al creador, de este al medio y por allí a todos los demás.

Conflicto y violencia

Conflicto es aquella situación en la cual coinciden los intereses de dos o más sujetos, pudiendo alguno de ellos no llegar a satisfacer sus necesidades. La violencia es una de las alternativas para resolver los conflictos e implica imponer los intereses de uno sobre otro; pero, en realidad, la mayoría de los conflictos se resuelven negociando salidas satisfactorias para todas las partes.

Cada sociedad acepta diferentes mecanismos de resolución de conflictos, los mantiene y transmite no solo demostrándolos, sino creando mitos y pasándolos a otras generaciones. Aunque es difícil hablar de culturas violentas, sí podemos decir que existen modelos culturales que facilitan la violencia.

Las sociedades integran Estados y estos reflejan la cultura propia de su sociedad constituyente, pero a su vez transforman patrones culturales con el fin de mantener su integridad. Las acciones de los Estados, con frecuencia, introducen en la cultura sólidos patrones violentos de relación. Ellos son los principales difusores de la violencia cuando invitan y preparan a los jóvenes para la guerra, compran armas a pesar de las necesida-



Marco Polo Dávila, México

La violencia es una de las estrategias para la resolución de conflictos. En nuestros países, los Estados son los principales promotores de modelos violentos de relación.

des de la población, asaltan el tesoro público desconociendo los intereses comunes en favor de unos pocos, aceptan la brutalidad de las Fuerzas Armadas y otras violaciones de los derechos humanos y promueven grupos de justicia privada o exterminio.

Medios y violencia

La violencia que aparece en los medios de comunicación masiva transmite modelos culturales de resolución de conflictos. Anteriormente se conocían muchos de los actos violentos pero su difusión tardaba, mientras ahora sabemos de la mayoría en solo un instante. Los medios nos acercan unos a otros, pero los contenidos de los medios tienen una persona detrás, ya sea un paisano o un forastero; alguien hizo o inventó lo que aparece allí, alguien lo volvió un producto y alguien lo comercializó.

¿Por qué, entonces, es tan común la violencia en los medios de comunicación? ¿Será que en nuestras sociedades la violencia es tan frecuente como aparece en los medios? No, eso sencillamente no es posible. Cuando aparece un conflicto terminado en un homicidio, han de-

Acusar a los medios por presentar la violencia es “buscar la calentura en las sábanas”. El problema radica en los monopolios que quieren el máximo de ganancias con la mínima inversión, la carencia de incentivos para la producción local y nacional, la falta de acceso democrático a dichos medios ...

jado de presentarse millones de conflictos resueltos sin la violencia. En el Ecuador, en 1997, aproximadamente uno de cada diez mil habitantes murió asesinado. Esto no implica que 9.999 de cada diez mil no tuvieran conflictos ese año, sino que los resolvieron sin perecer en el intento.

Aun no siendo la violencia, en realidad, la forma más común de resolver conflictos cotidianos en ninguna sociedad, suele aparecer sobrerrepresentada en los medios por varias razones. La primera: "A la gente le gusta ver violencia, se vende", dicen los dueños de tabloides sensacionalistas y están en lo cierto.

No se trata de una perversión morbosa de algunas personas. A la mayoría nos interesa conocer hechos violentos de la sociedad, porque como animales gregarios queremos saber cuándo, cómo y dónde están sufriendo nuestros semejantes. Esto nos permite idear esquemas mentales para evitar un sufrimiento similar o responder de una manera apropiada en caso de riesgo. Como es obvio, quienes se sienten más vulnerables, tienen mayor necesidad de estar preparados. Por eso, los principales consumidores de estos productos son los varones, en general, y en especial los jóvenes y los más pobres, acertadamente pues se sienten con mayor riesgo de ser víctimas de violencia.

En cuanto a los productores, la violencia resulta más barato. En general, es más fácil para un reportero cubrir un hecho violento: no necesita ser especialmente creativo, consultar muchas fuentes, ni esforzarse para darle credibilidad a su noticia. Algunos cubren la sección judicial, o de crónica roja, con ética y profesionalismo, aunque son más la excepción que la regla; pero, para hacer como la mayoría, no se requiere un comunica-

dor muy calificado cubriendo violencia y esto abarata los costos para los dueños. A los periodistas mejor preparados no los "desperdician" en eso.

Para el cine y los programas de entretenimiento en la televisión también es más barato producir violencia. No se pagan grandes actores, hasta el más mediocre dispara un misil frente a una cámara. Tampoco se requieren libretistas excelsos ni genios de la dirección, cualquiera escribe o ejecuta un guión basado en puños y disparos. Como si fuera poco, algunas escenas, como la voladura de carros o la explosión de edificios, se hacen por lo general en maquetas o mediante efectos digitales y llegan a reciclarlas de una película a otra.

Por último, las cintas de "acción" son mucho más fáciles de traducir y eso asegura un mercado internacional. El drama o el humor son muy particulares en cada cultura y traducirlos es costoso. En la televisión latinoamericana tenemos muchos más dibujos animados violentos no porque en Japón se produzcan solo de este tipo, sino porque la violencia traduce igual en cualquier idioma. Al ampliar el mercado se aumentan las ganancias de los productores, y los dueños de los medios, en los países pobres, compran más barato.

Nuestras producciones suelen ser costumbristas y resaltan, por lo general, valores de convivencia y relación armónica, como esos maravillosos antihéroes que son "El Chapulín Colorado" o "Cantinflas", con quienes la sencillez, la humildad, la honestidad y la solidaridad se recrean en el absurdo cotidiano. Desafortunadamente, para los empresarios latinoamericanos de pequeños medios y canales comunitarios es cada vez más difícil mantenerse por las presiones del mercado. Los medios de comunicación es-

tán en poder de grandes monopolios y para todos, hoy en día, resulta más barato importar producciones mediocres, que presentan violencia de acuerdo a los patrones culturales de su región de origen.

Los medios reflejan y transmiten valores correspondientes a los intereses de quienes los producen. La violencia en los medios no es, en realidad, el problema sino la consecuencia de restringir el derecho de todos a comunicar sus experiencias e ideas. Por esto, siendo la violencia una realidad, no es criticable presentarla, sino dedicarle un tiempo no correspondiente a la realidad en la cual priman expresiones creativas y lúdicas y la resolución pacífica de conflictos.

En resumen, acusar a los medios por presentar violencia es "buscar la calentura en las sábanas". El problema radica en los monopolios que quieren el máximo de ganancias con la mínima inversión, la carencia de incentivos para la producción local y nacional, la falta de acceso democrático a dichos medios, la existencia de patrones culturales que favorecen la violencia y la promoción que de estos hacen los mismos Estados.

¿Produce algún efecto la violencia en los medios?

Sobre el efecto nocivo de la violencia en los medios se ha escrito mucho más de lo comprobado. Por desgracia, los miles de publicaciones al respecto, la mayoría esencialmente anecdóticas y con muy pobre base empírica, han llevado a la comunidad científica y al público en general a creer que el asunto ya no necesita más discusión ni más estudio. En realidad, solo hay pocas conclusiones significativas al respecto.

La primera corresponde a estudios desarrollados en la Escuela de Comunicaciones de Annenberg en la Universi-



dad de Pensilvania, liderados por el profesor George Gerbner (1994). Gerbner demostró que el número de horas dedicado por una persona a consumir medios masivos (especialmente televisión), está directamente relacionado con su percepción de un mundo más violento y lo llamó "Síndrome del Mundo Hostil". A más horas de televisión observadas, menos interacción con la comunidad, más temor de salir a la calle y mayor uso de medidas de seguridad.

Esto sin duda es disfuncional y entorpece el desarrollo del individuo y de su comunidad, lo cual podría relacionarse con la violencia social, sin llegar a ser prueba incontestable de que la violencia en los medios genera violencia en la comunidad. Podría argumentarse que, cuando una persona siente su entorno como hostil, tiende a responder con violencia ante los conflictos, pero hay una serie de variables sociales, estructurales, instrumentales y de personalidad mediando en este efecto.

Jerome y Dorothy Singer (1986), en el Centro de Estudios de Familia de la Universidad de Yale, comprobaron en niños el mencionado síndrome, pero en ellos la interferencia en el desarrollo es

Es decir, aunque los medios no inventan nada por sí solos y la mayoría de los actos violentos mostrados en televisión son sofisticaciones de acciones mucho más cotidianas, la televisión les da categoría social y podría motivarnos a repetirlos en la situación apropiada y con incentivos adecuados.

mayor y se agravan los efectos de las agresiones que muchos sufren diariamente en su propio hogar y en la escuela. Sin embargo, en aquellos niños que crecen en un hogar armónico y no son víctimas de castigo corporal, el efecto del "Síndrome del Mundo Hostil" parece no ser significativo.

Los investigadores también demostraron que, cuando los niños observan los medios en presencia de un adulto significativo que emite juicios críticos sobre los actos violentos, al entender el carácter ficticio de esos actos y establecer un principio de rechazo a la programación violenta, no aparece el problema.

Los mismos esposos Singer han estudiado otro efecto de los medios en el comportamiento de los niños: ver televisión los vuelve hiperactivos al disminuir el tiempo que dedican a actividades lúdicas y creativas. Los niños hiperactivos tienden a ser explosivos y tienen dificultades para mantener la atención. Esto los hace malos estudiantes y, a su vez, víctimas frecuentes de maltrato por parte de padres y maestros que no toleran su comportamiento. Si los niños son violentos, tienen mayor probabilidad de usar la violencia cuando adultos.

Aunque la hiperactividad está relacionada con el consumo de televisión, no depende del tipo de programación sino del tiempo dedicado a verla. Es necesario además tener en cuenta que un niño que dedica mucho tiempo a ver televisión no tiene padres que jueguen, lean o le cuenten historias. El problema es entonces la falta de atención, a veces por negligencia de los padres, pero generalmente debida a que el sistema los obliga a ambos a trabajar tiempos extras, sin que se ofrezca atención adecuada para los niños.

El tercer efecto es mucho más controvertible, aunque es el fundamento de muchos detractores de los medios y sus muchas publicaciones. Albert Bandura demostró, en 1963, que la mayoría de los comportamientos se aprendían por observación y no por experiencia propia (Bandura, Ross & Ross, 1963). Sus experimentos consistieron en poner niños de 4 años frente a una persona que golpeaba "con acciones complejas" un muñeco inflable, y observó cómo la mayoría repetían espontáneamente el comportamiento cuando los dejaban solos.

Bandura también comprobó que los niños reproducían el comportamiento cuando lo observaban por televisión y un adulto les incentivaba. Con esto concluyó que aprendían "nuevos comportamientos" observando a otros hacerlo. Su calificación de "nuevo" se basaba en que, acciones como torcer la nariz o la oreja o pegarle hacia un lado determinado, no se le ocurrieron a los niños antes de la demostración. La conclusión es: "si observaron por televisión a alguien golpeando un muñeco y luego lo hicieron, la televisión les enseña a los niños a ser violentos".

Veamos esto con atención. Primero, fue un experimento de laboratorio que nunca ha sido reproducido en un contexto social cotidiano. Además, los niños que observaron el experimento por televisión tenían a un adulto aprobando el comportamiento (la contracara de lo hallado más tarde por los esposos Singer) y su respuesta pudo ser para corresponder al entusiasmo del adulto.

La esencia de la conclusión de Bandura está en que los niños veían por primera vez el comportamiento. Desafortunadamente, no controló si los niños habían observado antes algo al menos similar en su casa o en su entorno, y resulta bastante arriesgado decir que lo aprendieron de la televisión. Por último, la complejidad del comportamiento demostrado le indicaba al investigador que, si lo reproducían, lo habían aprendido allí. Pero lo complejo no eran las acciones sino la secuencia y podría ser que la televisión le indique a un niño cómo ordenar acciones que casi con seguridad ha visto antes en su entorno.

Es decir, aunque los medios no inventan nada por sí solos y la mayoría de los actos violentos mostrados en televisión son sofisticaciones de acciones mucho más cotidianas, la televisión les da categoría social y podría motivarnos a repetirlos en la situación apropiada y con incentivos adecuados.

Finalmente, a los medios se les responsabiliza de cotidianizar la violencia con la consecuente banalización y desensibilización de la audiencia. Si en el diario aparecen hoy cinco muertos, uno mañana no llamará la atención. Lo mismo sucede a los soldados en la guerra o a las fuerzas policiales. O sea, es un efecto real e indiscutible de la cercanía de la violencia, mas no es exactamente

causado por los medios. Por los medios sabemos de masacres en algún país el día mismo de su descubrimiento, pero el horror no está en la publicación sino en el acto de violencia.

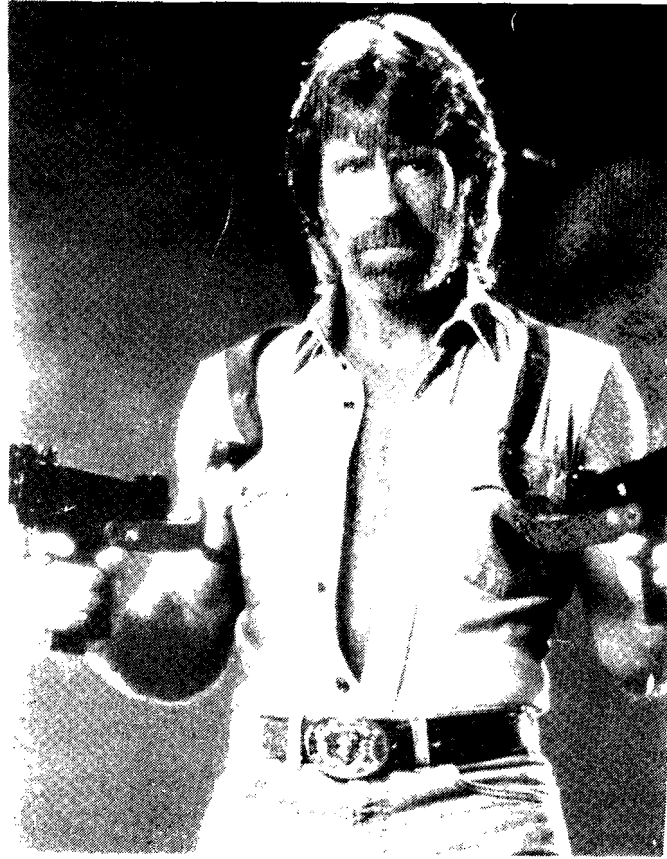
Esta última reflexión nos enfrenta a varios hechos: hay violencia en el mundo y la violencia hace parte del menú de estrategias de resolución de conflictos, en unas culturas más que en otras. Los Estados son actualmente los principales promotores de modelos violentos de relación. Por la presencia de los medios aprendemos sobre otras culturas y otros grupos sociales y eso incluye la violencia, y al fin y al cabo tenemos derecho a saber dónde y cuándo están sucediendo las cosas. En cuanto a la violencia como entretenimiento en los medios, el problema es de la economía de mercado y del orden político.

¿Qué hacemos entonces?

¡Muchas cosas! Pero lo único que no podemos hacer es sentarnos a criticar a los medios sin tomar acciones contundentes. Empecemos por aceptarlo: los medios son una forma moderna de transformar, mantener y transferir símbolos culturales. Resistirnos nos inmoviliza. Necesitamos inventar formas para mantener, en este entorno globalizado e inmediatesta, los principios de paz que aún tienen nuestras culturas y prescindir de los que favorecen la violencia.

Esto implica, no solo cuestionar a los medios por presentarnos violencia, sino revisar los modelos culturales que la favorecen. Podemos actuar contra la violencia estatal, la guerra, la corrupción, las violaciones de derechos humanos, la brutalidad policial y todas aquellas acciones por medio de las cuales los Estados ejecutan y promueven violencia. Podemos criticar a las sociedades y procurar un cambio en ellas.

Igualmente, podemos actuar frente a los monopolios. Pongámosle una cara a los responsables. Acusar a los "medios" mientras transamos con sus dueños, callar cuando un grupo económico absorbe un periódico o abstenernos de participar cuando se legisla sobre las comunicaciones masivas, son actos de ignorancia o de doble moral y cualquiera de los dos nos deslegitima para participar en esta discusión. Es urgente asumir una posición política clara frente al problema del acceso democrático a los medios.



Para los monopolios que están detrás de los medios resulta barato y rentable importar producciones mediocres que presentan violencia de acuerdo a los patrones culturales de su región de origen.

Además, necesitamos promover las creaciones locales, favorecer los productos nacionales, apoyar a los medios comunitarios o a los propietarios de los pequeños medios, incluso comprando sus productos y sintonizando sus estaciones.

Finalmente, es posible aprender a usar los medios, a interpretar sus contenidos y a decodificar esos símbolos que nos vienen de otras culturas. Esa es la manera de moderar el interés por una violencia que nos presentan como entretenimiento. Por supuesto, eso implica también educar a nuestros hijos al respecto. Sin embargo, también se hace necesario asumir una postura política clara en favor, no solo de la obligación, sino del DERECHO de los padres a atender a sus hijos. Si nos preocupa tanto la violencia en los medios, nos debe preocupar aún más que muchos no tengan todas las garantías para dedicarle tiempo a sus hijos.

Una última nota sobre la codificación de la señal de los programas de televisión que presentan violencia, para poder

bloquearla en el receptor mediante una tarjeta digital conocida como *V-chip*. Siendo una alternativa para aquellos padres que no pueden dar atención cercana a sus hijos, está lejos de ser una solución porque, como dijimos, "la calentura no está en las sábanas".

REFERENCIAS

- BANDURA, A., ROSS, D. & ROSS, S. (1963). "Imitation of film-mediated aggressive models". In: *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 66, 3-11.
- GERBNER, G., MORGAN, M. & SIGNORELLI, N. (1994). *Television violence profile # 16: The turning point from research to action*. Annenberg School of Communication, University of Pennsylvania. Manuscrito no publicado.
- SINGER, J.L. & SINGER, D.G. (1986). "Family experiences and television viewing as predictors of children's imagination, restlessness and aggression". In: *Journal of Social Issues*, 42, 107-124.
- SLOTKIN, R. (1993). *Gunfighter Nation: the myth of the frontier in twentieth century America*. Harper Perennial, NY.