

Licenciatura en Publicidad

Vitale Ariadna Ludmila

Universidad UAI

Quisiera expresar mi agradecimiento por la paciencia y por su generosa contribución de documentación a las personas que colaboraron para realizar este trabajo, por el cálido espacio y aportes recibidos a todos los miembros de las bibliotecas y hemerotecas visitadas, por sus desinteresadas contribuciones a todos los entrevistados, por sus enseñanzas y consejos a todos los profesores que conocí en la carrera.

*"...la tentación del mal está presente incluso en quien posee
una noción más fundada y revelada del bien."*

Humberto Eco

INDICE

Introducción	5
---------------------	---

Presensación del tema	6
------------------------------	---

Capítulo I: Descripción de la Violencia

1. ¿Qué es la violencia?	8
2. Tipos de violencias	9
3. La mentalidad violenta	12
4. ¿La violencia está en auge?	13
5. Desde lo más elemental la...	17

Capítulo II: Los medios televisivos

1. Introducción	20
2. Hoy es lo que hay	21
3. Así parece que influye	24
4. Tipos de programas	28
5. Los niños y la televisión	31
6. La influencia de la televisión	32
7. Niños Vs. Violencia	33
8. Entre realidad y ficción	37
9. Los sentidos	38
10. Incidencias de las imágenes	39
11. Efectos macro sociales	40
12. Mitos y realidades	43
13. Mirando la TV Argentina	48
14. La teleadicción	51

Capítulo III: Publicidad

1. Definición de Publicidad	54
2. La publicidad	55
3. La violencia como recurso creativo	56
4. Efectos de la publicidad violenta	58
5. La publicidad esta de moda	62

Conclusión general	62
---------------------------	----

Bibliografía utilizada	66
-------------------------------	----

Anexos	69
---------------	----

Introducción

Con este trabajo presentado a continuación pretendo demostrar la influencia que proyecta los tipos de programas televisivos, y las publicidades, con un contenido altamente nocivo para la sociedad en general, pero peor aun para los preadolescentes que en estos días son los mayores consumidores de este medio de difusión, pero no solo ellos son los que consumen estos programas, si no también niños, adolescentes, amas de casa, padres de familia, abuelos y abuelas entre otros personan que pueden conformar el grupo familiar y social de hoy. Estoy hablando de los todos los programas televisados de este último tiempo, y de los tipos de publicidad dañina por su contenido implícito o no de violencia.

Si bien la televisión es uno de los medios masivos de comunicación con mayor influencia en nuestras vidas cotidianas, y de seguro lo va a seguir siendo por un tiempo más. ¿Porque consumimos o asimilamos lo que hoy en día ofrecen los productores de televisión?, la llamada "televisión basura". ¿A caso ya es un estilo, una moda, en el medio actual, o solo trata de reflejar a la sociedad Argentina, con sus problemas sociales, económicos y culturales de todos los argentinos? ¿Será así en realidad? O solo es una decadencia generalizada, y falta de creatividad e innovación por parte de las productoras que inundan las mañanas, las tardes y noches con programas vacíos, carentes de forma, y con contenido que desprecia al medio televisivo, como si lo que idealizaron este tipo de programación no tuvieran nada que ver con el medio, sin importar que tan abajo pueda caer su imagen, y mucho menos estar sin cuidado de cómo va a reaccionar el publico que lo consume.

A lo largo de este escrito quiero desarrollar este género, más que un género, un estilo de televisión, para ello trato de poner en contacto con las opiniones de la gente que consume la televisión habitualmente, para que ellos mismo me comenten que perciben de la televisión argentina, y como llego a ser lo que hoy en día es...una verdadera vergüenza. Pero no hay que olvidarse de la información que puede llegar a ser útil para aquel que lea este trabajo o simplemente le eché un ojo, información que sirva para comparar la televisión actual, con la pasada. No hay que dejar de lado ciertos géneros televisivos que tomaron fuerza en esta década con gran contenido de violencia.

Presentación del tema

Influencia de los mensajes publicitarios televisivos con contenido de violencia en los últimos años.

¿Por qué lo elegí?

Uno de los factores principales por el cual abordo este tema de investigación, fue por el simple hecho de dar opiniones constructivas, negativas y positivas sobre la televisión actual, y sobre todo el tipo de publicidades televisivas que podemos encontrar a toda hora, tan cargadas de violencia, malos ejemplos, morbosas, crueles, etc.

Pero la pregunta al dilema es, cuando hablamos de televisión violenta, ¿A qué nos referimos?. Me enfocaré particular y especialmente en los efectos de los programas violentos o con contenidos de violencia. Y de ahí a la violencia publicitaria, la otra nueva forma de comunicación.

Lo que pretendo averiguar es como se llega al termino violencia en las comunicaciones masivas. Y el efecto que este causa en la sociedad.

Me pregunto: ¿Este tipo de televisión y publicidad, que es fuertemente consumida por toda la sociedad, hasta donde pretende llegar?

¿Por qué se consume y se vende tanto la comunicación publicitaria desde la violencia?

Objetivos:

Determinar la influencia de los mensajes violentos en la sociedad.

Establecer los motivos por los cuales tienen influencia en la sociedad, dichos mensajes.

Determinar cuales son los motivos que llevan a la utilización de mensajes con contenido de violencia.

Capítulo 1

1. ¿Que es la violencia?

La Violencia es un problema social que afecta diversas esferas de nuestra vida. De manera cada vez más evidente todos estamos expuestos a la violencia y todos podemos generarla en distintas formas. La violencia no toma en cuenta diferencias de etnia, religión, edad o género, ni tampoco nivel socioeconómico. Podemos experimentarla o encontrarla en el trabajo, en la calle, en la comunidad y hasta en nuestra propia casa.

Hasta hace muy poco la sociedad empezó a dejar de ver la violencia familiar como algo natural, normal y sin remedio. Hoy sabemos que la violencia se enseña, se aprende, se legitima y desafortunadamente se repite. También sabemos que se puede prevenir y que es posible salir de un círculo de violencia. La violencia se promueve de diferentes maneras. Un ejemplo de ello está en algunos mensajes que transmiten los medios masivos de comunicación (televisión, radio, periódicos y revistas). En muchas ocasiones, éstos presentan la violencia como una forma válida para relacionarse con los demás y para resolver problemas. Los gritos, las ofensas, las amenazas y las disputas pueden tener distintos grados de violencia.

El problema de la violencia es más amplio de lo que creemos y no siempre es ajeno a nosotros. Por eso, es importante pensar si en nuestra convivencia cotidiana existen situaciones de violencia que pueden manifestarse de diferentes formas, desde una mirada y un silencio con intención de herir, hasta un golpe, porque de ser así aún es tiempo de cambiar.

2. Tipos de violencia:

- **Violencia Física**

Es el daño corporal que le hacemos a alguien más débil que nosotros. Puede ser de hombre a mujer, de hombre a hombre, de mujer a hombre o de cualquiera de los dos a un menor, a un anciano o anciana o a personas con alguna discapacidad.

Esta violencia se caracteriza por lastimar cualquier parte del cuerpo de una persona con las manos, los pies o con objetos. Algunas madres golpean a sus hijos apoyadas en la autoridad paterna. Suelen acusarlos con el padre diciendo: "tu hijo no me obedece" o "ya es tiempo de que le des un castigo ejemplar".

Asimismo, en muchas ocasiones los padres golpeadores maltratan a sus hijas o hijos con el respaldo de las madres, o sin él. Estos padres constantemente les dan golpes, manotazos, bofetadas, coscorrones o pellizcos a sus hijos. Los menores se asustan, guardan resentimiento hacia sus padres, se vuelven inseguros y pueden aprender a ser violentos.

- **Violencia Psicológica o Emocional**

La violencia psicológica o emocional no se percibe tan fácilmente como la física, pero también lastima. Consiste en enviar mensajes y gestos o manifestar actitudes de rechazo.

La intención es humillar, avergonzar, hacer sentir insegura y mal a una persona, deteriorando su imagen y su propio valor, con lo que se daña su estado de ánimo, se disminuye su capacidad para tomar decisiones y para vivir su vida con gusto y desempeñar sus quehaceres diarios.

- **La violencia verbal**

Esta tiene lugar cuando mediante el uso de la palabra se hace sentir a una persona que no hace nada bien, se le ridiculiza, insulta, humilla y amenaza en la intimidad o ante familiares, amigos o desconocidos.

- **La violencia no verbal**

Es aquella que se manifiesta en actitudes corporales de agresión como miradas de desprecio, muestras de rechazo, indiferencia, silencios y gestos insultantes para descalificar a la persona.

Otra forma de comportamiento que sin ser violenta puede causar daño es el caso de la sobreprotección y el excesivo consentimiento, pues la confundimos con cariño y afecto.

Sobreprotegemos a nuestros seres queridos cuando les queremos resolver todos y cada uno de sus problemas, cuando no confiamos en ellos, cuando les decimos qué hacer y cómo hacerlo sin dar lugar a sus iniciativas personales, cuando no dejamos que se equivoquen y aprendan de sus propios errores, cuando no permitimos, en el caso de los padres con los hijos que se separen ni un momento por temor a que les pase algo.

La sobreprotección y el excesivo consentimiento pueden hacer a las personas dependientes, inseguras, irresponsables y en consecuencia incapaces de resolver sus vidas por sí mismas.

La violencia existe cuando una persona o institución pisotea tu intención y te convierte en instrumento de la intención ajena. También cuando te apoderas de la intención de los otros sin importar lo "buenos" que sean tus propósitos.

Generalmente se asocia a la violencia solo con su expresión más grosera que es la física, pero hay otras formas de hacer o generar violencia desde la economía, la religión, lo racial, lo sexual, la psicología, lo moral, etc.

La violencia fue y es encomendada por las principales manifestaciones históricas, la religión y las doctrinas política, siendo ambas a nivel de masivo. Y la televisión como medio masivo cada vez más se inclina por la comunicación violenta.

La violencia nos ha acompañado desde muy antiguo. En toda la historia humana muchas cosas se han transformado, han evolucionado; pero la característica principal de toda esta etapa ha sido la violencia. Todavía se cree que la única forma de responder a la violencia es con más violencia, que el único modo de solucionar las cosas es con más violencia.

La violencia corresponde a una etapa muy infantil y primaria de la humanidad y más vale que maduremos antes de que sea tarde.

Hoy es necesario dejar atrás esta etapa que corresponde a la prehistoria.

Salir de la prehistoria significa dejar atrás la violencia y la dominación de cualquier ser humano sobre otro ser humano.

Esta sociedad, basada en el poder y la violencia, está provocando mucho dolor, por lo tanto no funciona y tendremos que organizarnos y cambiarla.

Hay mucho por hacer...

3. La mentalidad violenta

Nuestra sociedad se esta disolviendo cada vez más...

Se percibe una apología a la destrucción intelectual humana, la sociedad urbana actual, tiende a disgregar la armonía psíquica de las personas con desequilibrios mentales quitándole causalidad o sentido a los actos que realizan, llenos de crueldad y hechos traumáticos, la mentalidad violenta, en las personas generan mensajes y acciones violentas que repercuten en la sociedad actual, esto lo podemos ver en las luchas sociales, los piquetes, los distintos enfrentamientos políticos, en los cuales se utiliza la violencia como medio de comunicación y expresión, ya que se cree que con esta, se pueden solucionar ciertas cosas, y muy por el contrario, lo que se está generando es más agresión.

4. ¿La violencia está en auge?

“Los medios de comunicación informan a diario sobre las diversas manifestaciones que la violencia adopta en nuestra sociedad. Homicidios, violaciones, asaltos y secuestros son sólo algunas de sus expresiones. Sensibilizados, conscientes de la proximidad del fenómeno, nos preguntamos acerca de su origen y de los posibles mecanismos que nos permitan resguardarnos de sus consecuencias. La percibimos y denunciemos a la espera de un cambio.

Paradójicamente otras formas de violencia continúan escondidas, siendo denunciadas esporádicamente y con escasa energía¹”.

“¿Por qué no logramos asignar a la violencia social y familiar similar protagonismo? ¿Por qué una clase de violencia es sancionada enfáticamente y la otra aceptada en la creencia de que siempre existió y existirá en mayor o menor grado?

Es en el ámbito familiar donde las mujeres y los niños están más expuestos a sufrir abuso físico, emocional y sexual de variable intensidad y persistencia. En la sociedad patriarcal el abuso hacia las mujeres y niños se disfraza de normalidad²”.

“Nos convoca un problema social de enorme magnitud que recorre todos los sectores sociales, sin distinción de clases, nivel educacional, edad o grupo étnico.

Se sustenta en una compleja red de estructuras culturales, psicológicas, sociales, legales, económicas y políticas. El flagelo se ampara en la vigencia de tradiciones, normas consuetudinarias y modelos familiares que lo legitiman y reafirman cotidianamente.

Estos modelos familiares identifican las relaciones violentas como procedimientos aceptables para la resolución de conflictos y la expresión de sentimientos de malestar³”.

1, 2,3- Lic Gabriela M. Tortosa “Socióloga. Servicio de Psicopatología y Salud Mental. Hospital Materno Infantil “Ramón Sardá”

“A través del proceso de socialización adquirimos sensibilidad ante los estímulos sociales y aprendemos a comportarnos como otros en nuestro grupo cultural.

La incorporación de estos modelos resulta de la acción conjunta de las instituciones educativas, recreativas, religiosas, de los medios de comunicación y de las diferentes formas simbólicas de acceso a la cultura que perpetúan el sistema social patriarcal. La socialización genérica tradicional hace extensivas las diferencias biológicas entre las personas a lo social, generando desigualdad, subordinación y vulnerabilidad

*Social”*⁴

4-Lic Gabriela M. Tortosa

“Socióloga. Servicio de Psicopatología y Salud Mental. Hospital Materno Infantil "Ramón Sardá"

“El nivel de violencia en el mundo actual se ha incrementado. Según las diversas causas, relacionadas entre si, que dan lugar a este fenómeno, intenta arribar a nuevas preguntas”.⁵

1. *“El ser humano posee una predisposición natural hacia la violencia”.*
2. *“Las condiciones de vida en las ciudades favorecen el incremento de violencia”.*
3. *“La vuelta al narcismo es una forma de defenderse de esa violencia y preservarse de la enfermedad mental social”.*
4. *“El aumento de violencia se relaciona con la crisis que padece la familia, base del proceso de socialización”.*
5. *“La imposibilidad de una respuesta positiva (no castigos) ante la violencia y la educación deficiente de la población en cuanto a valores y alternativas socialmente viables para controlar agravan el problema”.*

“El ser humano es el resultado de un largo proceso evolutivo”⁶ Para que el hombre actual exista debió darse el proceso de la selección natural como lo describe Darwin. Si consideramos que para sobrevivir en el mundo del pasado los hombres tenían que ser bravos ante sus rivales y vencer en lugar de ser vencidos tendremos que concluir que en nuestros genes solo pudieron perpetuarse los antepasados mas agresivos y mejor dotados para el combate, pero no tanto que en su afán de lucha no dispusieran de tiempo y energía para aparearse”.⁷

5-*“La problemática de la violencia en el mundo actual”*, de la Universidad Argentina John F. Kennedy; 1994.

6-Darwin; *“la evolución de las especies”*, Hispamérica, Buenos Aires; 1991

7- Michelle Pallottini; *“La Violencia ayer y hoy”*

“Desde antes de nacer el ser humano manifiesta respuestas a las agresiones externas, esto es, se defiende atacando. Podemos remontarnos antes aun, al hecho de que para que se produzca la fecundación, el espermatozoide deberá sortear toda suerte de agresiones (defensivas) por parte del sistema inmunológico femenina, claro que también habrá elementos facilitadores, pero sabremos que solo los espermatozoides mas fuertes, los mas enérgicos y agresivos llegan al huevo, y esto es uno entre billones; el mejor dotado para la lucha”.⁸

8-“La problemática de la violencia en el mundo actual”, de la Universidad Argentina John F. Kennedy; 1994.

5. Desde lo más elemental la agresividad constituye la vida.

“Los estudios de neurobiología nos explican que en nuestro cerebro existen estructuras arcaicas, que se fueron subordinando a las más avanzadas. Nuestro paleocéfalo o proto cerebro posee sistemas que gobiernan las conductas agresivas, por el hecho de que tengamos una corteza cerebral capaz de realizar abstracciones, no dejamos de poseer esas estructuras arcaicas siempre dispuestas a preservar al organismo por medio de huida, ataque y defensa. Muchos autores afirman que la existencia de este paleocefalo en el hombre es el origen de comportamientos violentos, cuando no es controlado por el neocéfalo que representa lo propiamente humano.

La biología de los componentes ha apartado desde el punto de vista interdisciplinario nuevos conocimientos. Si pretendemos estudiar seriamente un fenómeno como la violencia en la especie humana, no podemos dejar de considerar que le acervo filontogenético del hombre esta fuertemente implicado¹”.

Freid dice: “en los sentimientos de repulsión y de aversión que surgen en el hombre sin disfraz alguno contra personas extrañas, con las cuales nos hallamos en contacto, podemos ver la expresión de un narcismo que tiende a afirmarse y se conduce como si la menor desviación de sus propiedades y particularidades individuales implicase una critica de las mismas y una invitación a modificarlas. Lo que no sabemos es por que se enlaza tan grande sensibilidad a estos detalles de la diferenciación, en cambio es innegable que esta revela una disposición al odio, y una agresividad a las cuales podemos atribuir un carácter elemental (...) El enlace libidinoso, el sentimiento de pertenencia a un todo es lo que inhibe estas tendencias narcisticas, y por lo tanto la agresividad. (...) En el desarrollo de la humanidad, como en el individuo es el amor lo que ha revelado ser el principal factor de civilización, y aun quizá el único, determinado el paso del egoísmo al altruismo.²”

“En los animales la agresividad puede estar al servicio de la depredación o del ataque a sus congeneres, en el hombre, aunque se da, esto no es tan frecuente ya que las funciones intelectuales permitan cierta mediación y control de sus instintos, razón por la cual el universo sentimental de los animales es mucho mas intenso³”.

1-Imbriano; “El lóbulo prefrontal y el comportamiento humano”, principios etológicos fundamentales, Buenos Aires.

2-Freud; “Psicología de las masas y análisis del yo”, Hispamèrica, Buenos Aires; 1988

3-Dröscher; “La vida amorosa de los animales”, Sudamericana Planeta, Buenos Aires; 1984

Los jóvenes se aturden con alcohol o drogas, o se quedan pegados al espejo de un gimnasio; como no pueden moldear la realidad que los circunda, optan por moldear sus cuerpos, que constituyen el único lugar donde ellos pueden actuar con total libertad. “*El narcisismo gana espacios en una comunidad agresiva, competitiva y egoísta*”⁴; crece porque algún espejo es necesario, y uno de vidrio es más seguro que mirarnos en los ojos de nuestro semejante.

El espejo solo refleja nuestra opinión, no así el otro que puede tener su propio parecer. Perdimos al otro, lo cambiamos por el walkman, el trabajo, la computadora o el teléfono celular. El desafío que representa tener otro ser humano en frente, mirándonos, es demasiado grande; registrar al otro nos demandaría tenerlo en cuenta en nuestras decisiones, y esto nos perjudicaría si es que queremos ser mas que el.

Al recorrer la ciudad encontramos un alto nivel de agresividad imperante. Detenerse a mirar una vidriera implica ser llevado por delante varias veces, y quizá ser insultado. Los ancianos suelen recibir también agresiones por no poder caminar rápido, las bocinas nos destrozan los oídos, la contaminación ambiental perjudica nuestra respiración. Los autos se detienen (cuando lo hacen) en los lugares por los cuales se supone que hay que cruzar la calle y cada tanto nos obligan a correr por nuestra vida. Cada día al salir a trabajar nos topamos con los tan fastidiosos, violentos y revoltosos piqueteros. Que entorpecen y dan malestar a el transito en la ciudad, como si fueran una plaga, a su paso todo lo que tocan lo destruyen.

Podemos también contar los carteles con publicidad agresiva cargada de sexualidad y de competencia. Si uno no hace lo que ellos dicen, uno es un perdedor, un tonto, o no tiene personalidad, nivel, etc. Y si uno lo hace se da cuenta de que le mintieron, pues los mensajes son equívocos, nunca se alcanza lo que prometen. Desodorantes que cambian la vida, limpiadores que hacen todo por uno, cremas, fajas, licuados, ejercicios que dan soluciones mágicas.

4-Guillermo Daniel Leone; “*Violencia en el mundo actual*”, Universidad Argentina J.F.Kennedy, 1994

Capítulo 2

1. Introducción

Pasamos horas delante del televisor mirando esos programas que reflejan nuestra vida como adolescentes, y nuestras orejas están casi siempre cubiertas por un walkman con la radio de onda a todo volumen, y después Internet, casi un vicio...

Desde allí mensajes, muchas veces contradictorios, imágenes y publicidades que nos bombardean sin respiro, buscando vendernos desde una gaseosa, cigarrillos, alcohol, hasta nada más y nada menos que la felicidad...

Pensemos en esto y hagamos un análisis del mundo de las imágenes del que participamos los adolescentes y los no tanto, a través de los medios de comunicación, especialmente la TV y las publicidades...

Aquí entonces me surge una pregunta...

¿Por qué les gusta tanto a los medios de comunicación hablar de hechos relacionados con este instinto ofensivo del hombre?

Se dice que a la gente le gusta leer o escuchar las malas noticias más que las buenas, y que no habría público suficiente para la vida de ningún diario si la prensa solo relatara sucesos agradables...

Entonces me surge una segunda pregunta...

¿Cómo podríamos explicar, además, que se hable tanto de Violencia por quienes deberían odiarla?

Violaciones y homicidios, matanzas, profanaciones y torturas, las hubo siempre. Sin embargo, en el hombre civilizado juega hoy una fundamental hipocresía: condenamos la acción criminal y nos compadecemos de las víctimas. Pero, en realidad, estamos dispuestos a admitir varias formas de violencia, en particular, unos más que otros, el uso de la fuerza al servicio de las ideas.

2. Hoy, es lo que hay

Hoy en día hay gente que aún se acuerda que en su niñez la tele no ocupaba el centro de su vida, simplemente porque en su casa no había tele. Y sorprendentemente estas personas no recuerdan una infancia triste y aburrida. No tuvieron la ocasión de sentarse en el sillón tarde tras tarde delante de la tele; se vieron simplemente obligados a jugar al “ta-te-ti-suerte-pa-ra-mi”, al “pan y queso”, al “piedra, papel o tijera”, al Estanciero, a las escondidas, a la mancha, a remontar su propio barrilete, a jugar a los indios, a las bolitas, a las muñecas, a la pelota y a otros inventos propios de la época.

En aquel momento los infaltables compañeros de la tele eran Titanes en el Ring, Piluso, Pepe Biondi, Los tres chiflados, Clave de sol, Invasión Extraterrestre, El gordo y el flaco, Seper agente 86, El show de Carlitos Bala, La pandilla del barrio, Alf, etc. Personajes amigables, queribles, de los cuales aprendimos lecciones de vida, y la “violencia “ que generaban por así decirlo, era generada desde la torpeza, y no desde la crueldad como la violencia que generan los personajes de los programas actuales.

Ahora los personajes favoritos de los niños son Power Ranger, las chicas super poderosas, Los Simpson, Futuraza, Etc. Personajes que generan violencia constantemente desde lo verbal a lo físico y esta es inmediatamente imitada, y puesta en práctica. Estos tipos de programas no dejan ningún mensaje positivo para la enseñanza de los niños que los ven.

Los niños actuales disfrutan mucho más viendo por la tele como patinan, corren y juegan sus personajes favoritos que patinando o corriendo ellos mismos.

Últimamente se van escuchando voces que afirman que la tele sí salpica. No de un modo físico, porque ni la sangre ni las balas atraviesan el televisor y ensucian el cuarto, pero sí salpican psíquica y moralmente a quien se pone mucho rato delante, especialmente los más pequeños, teniendo en cuenta las altas horas en permanente exposición que están frente a la televisión y específicamente a sus programas favoritos sabiendo que comunican violencia.

Prueba de ello son las numerosas investigaciones realizadas en los últimos años que afirman, que en los hogares donde se abusa de la televisión, se suele respirar un ambiente de violencia, desorden, egoísmo, insolencia, malos modales, falta de creatividad y de valores que, lógicamente fomentan la intolerancia, la violencia, el nerviosismo, y la falta de comunicación entre los miembros de la familia.

Cuando hablamos de violencia, en los medios, nos referimos fundamentalmente a la televisión por ser el medio básico de comunicación social en nuestra sociedad, en un futuro no muy lejano este espacio lo ocupará sin lugar a dudas Internet.

Los medios de comunicación reflejan de forma general el modelo cultural en el que se desenvuelve nuestra sociedad y los valores que imperan en la misma.

Lamentablemente, se habla de la violencia constantemente, vivimos en una sociedad violenta, con odios y agresividad, estamos rodeados de acontecimientos violentos: guerras, mujeres violadas, de los niños drogados y prostituidos, robos, secuestros. Pero la realidad es que sabemos más bien poco sobre la violencia, y se ha estudiado menos. Y ello se amplifica cuando hablamos de la relación con los medios de comunicación, donde la superficialidad de los comentarios es una constante, y los argumentos se mueven alrededor de lo mítico.

De todo esto lo que sí está claro, es que, la violencia desgraciadamente ha sido algo que ha ido arraigado en la evolución tecnocultura humana desde siempre.

En nuestra sociedad contemporánea de la información, los medios de comunicación social cumplen una función trascendental como instrumentos socializadores, con un fuerte impacto en la configuración de los valores, creencias y actitudes de las personas que se desenvuelven en ella. La violencia que están comunicando constantemente, no les crea un buen ejemplo a la sociedad y más especialmente a los niños.

Sin entrar en el debate de si la violencia y la agresividad tienen un componente fisiológico, no podemos dejar de reconocer su fuerte influencia sociocultural, donde influye desde el entorno social donde se desenvuelve el sujeto, su familia y amistades y por supuesto los instrumentos culturales de la sociedad en la que se desenvuelve, de los cuales los medios de comunicación social, tanto los tradicionales, prensa, cine y televisión, como los novedosos, Internet y videojuegos, son los que muestran un impacto más significativo.

Creo que todos estamos de acuerdo en dos hechos importantes, las manifestaciones violentas, no todas, pero si una gran parte, tienen una influencia en el entramado social y familiar en el que nos desenvolvemos. La violencia parece ser que se encuentra en mayor

grado en zonas marginales y deprimidas socioeconómicas, con una fuerte tasa de desempleo y con bajos niveles culturales.

En el caso de la familia, la situación es que aquellas familias donde los padres actúan de forma violenta entre sí y contra sus hijos, éstos después replicarán el mismo comportamiento con sus propios hijos o con sus hermanos y hermanas.

Entonces las dos son parte determinante y responsables de las conductas violentas que reflejan los adolescentes.

3. Así parece que influye

Han existido dos posiciones, que además se han mostrado de formas irreconciliables:

Una, *“la violencia en los medios de comunicación es la causa directa de la violencia en la sociedad, causando graves perjuicios en los espectadores, especialmente en los niños y los adolescentes que les lleva a la realización de conductas violentas”*¹.

Otra, *“los medios de comunicación lo único que hacen es reflejar la violencia de la sociedad”*².

Un fuerte argumento para una de las posiciones nos lo encontramos en los trabajos realizados por el psicólogo social *Bandura*, que demostró a través de diferentes estudios experimentales, que *“el aprendizaje vicario, es una de las formas a través de las cuales el ser humano aprende el comportamiento, y ello ocurre no sólo mediante la observación de modelos reales, como podrían ser los padres, sino también a través de modelos vicarios, como serían las películas o los programas de televisión. Los resultados de estos trabajos apuntaron una serie de hechos significativos, que podrían sintetizarse en el asumir que la exposición de los niños y adolescentes a la observación de acontecimientos violentos, aumenta la probabilidad de que lleguen a actuar de forma más violenta”*³.

“Hoy sabemos que la exposición a escenas violentas no afecta a todos por igual, ni siempre afecta en el mismo sentido y dirección.

*Y bajo esta perspectiva el número de actos violentos que se muestran en los programas de televisión son tan numerosos que perfectamente pueden ir creando un comportamiento agresivo en los receptores, como la gota que lentamente va golpeando una roca”*⁴.

1,2- AGUADED, J.I. (2000): *Televisión y telespectadores*. Huelva. Grupo Comunicar.
3, 4- Dpto. Didáctica y Organización Escolar y M.I.D.E, expuso el trabajo del psicólogo social BANDURA, A. Y WALTERS, R.H. (1963): *“learning and personality development”*: Nueva York: Holt, Rinehart y Winston

Entonces me surge una tercer pregunta...

¿Influye la violencia presentada por los medios de comunicación en la violencia real mostrada por los niños y adolescentes?

Pues como dice la canción de Jarabe de Palo, *"Depende todo depende"*. Es cierto, que *"hay comportamiento que los niños y adolescentes tienden a reproducir después de haberlos observado en las películas o los programas de televisión"*¹, se me viene ahora a cabeza el caso de un niño de 15 años en Lake City que disparó a su hermano de 10 años y contra su madrastra para imitar la película *"Asesinos natos"* de Oliver Stone; o el caso de los menores de Liverpool que en 1993 secuestraron y asesinaron a un niño de dos años reproduciendo escenas de la película *"Muñeco diabólico III"*. Estos ejemplos, y otros que seguro todos nos acordamos, nos llevan a la conclusión que existen comportamientos del mundo real que pueden haber encontrado una fuerte inspiración en los medios de comunicación social, sobre todo en los audiovisuales y los juegos informáticos.

Pero también, por el contrario, *"se han realizado estudios con adolescentes que podríamos calificar de problemáticos que han puesto claramente de manifiesto que no han sido grandes telespectadores"*⁵

*"Ambas posiciones pueden llevar su parte de verdad, y su parte de contradicción. Somos de los que piensan que los efectos de cualquier medio no son unidireccionales, sino que el resultado que obtengamos con ellos depende de una serie de variables, que van desde entorno social y cultural cercano donde se desenvuelve el individuo, su formación, compañeros, medios culturales con los que interacciona y otros más"*⁶

5, 6- Martínez, F.: *"Investigación y nuevas tecnologías de la comunicación en la enseñanza"*: el futuro inmediato. Revista de medios y educación, 2, 3-17 (1994)

*“Algunos estudios, han puesto de manifiesto como no es cuestión sólo de la exposición a un determinado medio con contenidos violentos, sino que también influye el tratamiento de los contenidos y la escenografía que se utiliza”.*⁷

Y en este sentido parece ser que es influyente: el atractivo del agresor, la naturaleza de la víctima, la justificación de la acción violenta, el que el agresor sea recompensado por sus actos, la utilización de armas convencionales, las consecuencias de la violencia desde la perspectiva que aparezca o no las consecuencias de la violencia.

*“Los datos que estoy apuntando nos llevan a destacar que la observación de actos violentos de los medios de comunicación puede influir en la creación de actitudes y comportamientos antisociales en los observadores”.*⁸

Ahora bien, desde mi punto de vista la cuestión no sólo tenemos que percibirla desde una posición directa, sino también indirecta, es decir, el hecho de crear insensibilidad ante los actos violentos, y asumir que ellos son actos usuales en nuestra sociedad.

En la televisión que nos acompaña...cuantas veces hemos observado en programas de televisión, situaciones violentas y las personas alejándose y no socorriendo a las víctimas.

*“Creemos que es el momento de realizar una matización importante, ya que el hecho de que dos variables, actos violentos y observación de programas de televisión, puedan ir de forma pareja no significa que la una sea la causa de la otra”.*⁹

*“Es también cuestión de señalar, que en la influencia de los medios de comunicación interviene también la maduración del receptor, de forma que los estudios realizados apuntan que la influencia es mucho mayor en los niños y adolescentes que en los adultos, lo cual es lógico también suponer por la formación de la personalidad”*¹⁰

7, 8- San Martín, J.: *“Violencia, televisión y cine”*, Barcelona, Ariel.

9, 10- Vazquez, G. (1998): *“La educación no formal”*: concepto. En Sarrañana, J. Vazquez, G. y Colom, J.A. *“Educación no formal”*. Barcelona: Ariel, 11-25

Las influencias son múltiples, hay un cierto riesgo de no saber hacia donde tenemos que dirigir nuestro esfuerzo para tratar de frenar esta invasión violenta que nos rodea: si a medidas sociales, si a medidas educativas, si a medidas dirigidas hacia las instituciones educativas.

En cuanto a las medidas sociales, y en este caso las medidas son simples ya que las cadenas de televisión deben de adquirir una serie de compromisos internos para regular la emisión de programas que incorporen acciones violentas y que asuman como principio de acción el respeto al género, las razas y las diferencias culturales.

Estamos inmersos en un contexto social violento, la sociedad es violenta y los medios deben reflejar esa realidad violenta de la cual formamos parte.

La escuela debería de introducir como material, el análisis de los medios de comunicación, y por tanto de los contenidos que por ellos se transmiten, para poder deliberar acerca de lo que se ve por la tele, y contrarrestar los efectos nocivos que esta le pueda causar a los chicos.

4. Tipos de programas televisivos:

Los programas televisivos, se encuentran orientados hacia diferentes perspectivas:

1. Televisión educativa:

Contempla contenidos que tienen algún tipo de interés formativo y/o educativo, pero que por algún motivo, no forman parte del curriculum escolar y van dirigidos a la totalidad de la población. Trata de incidir sobre la formación de los receptores, modificando su conocimiento, conductas, actitudes etc... pero en cualquier caso desean influir educativamente.

2. Televisión escolar:

Trata de suplantar al sistema escolar formal, marcándose como objetivos los mismos que el sistema educativo general.

2. Televisión cultural:

Tiene como objetivo la divulgación y el entretenimiento, con planteamientos narrativos propios de la televisión comercial.

*“Estas estructuras utilizan diferentes elementos sintácticos y semánticos para el diseño de sus mensajes, influyendo en la eficacia de los programas de televisión como la existencia de organizadores previos en los comienzos de los programas, redundancia de la información fundamental por medio de diversos sistemas simbólicos, establecimiento de los objetivos que se persiguen en el programa, evitar las estructuras bustoparlentes y ubicación al final de los programas de sumarios que resalten las ideas clave desarrolladas, etc”*¹

1-Cabrero, J. (coord.) (1998): *“Medios Audiovisuales y Nuevas Tecnologías para la Formación en el s. XXI”*.Edutec. Diego Marín

Anteriormente, señale que la televisión es el medio de comunicación con mayor incidencia en la vida cotidiana y en los procesos educativos, y si además tenemos en cuenta todo el discurso se hace necesario e inevitable plantear la importancia de educar para el análisis crítico televisivo; de ahí que recojamos las propuestas realizadas por Ferrés, que en definitiva no es más que un abanico de pautas para acercarnos al uso educativo de la televisión.

1. *“La incorporación de la televisión al aprendizaje como puente entre la escuela y la sociedad. De esta forma el alumno va adquiriendo recursos para el análisis crítico que podrá aplicar fuera de la escuela cuando contemple imágenes similares”.*¹

2. *“La incorporación del aprendizaje de la televisión, en una sociedad en la que la televisión se ha convertido en la actividad de ocio a la que más tiempo dedican los ciudadanos”.*¹

3. *“La metodología de análisis para hacer un estudio de diferentes programas (publicidades, series, film etc..)”*¹

4. *“La implicación de los padres ya que la televisión se contempla sobretudo en un escenario familiar”.*¹

5. *“El valor del diálogo, tanto en la escuela como en el hogar, la televisión debería verse no en un contexto unidireccional, sino bidireccional”.*¹

6. *“La destrucción del mito de la objetividad aprovechando la curiosidad de joven a saber cómo están hechas las cosas por dentro. Haciendo ver que la televisión no es una ventana abierta a la realidad, sino un discurso”.*¹

7. *“El análisis de la estructura narrativa, de los personajes y situaciones que se premian y castigan, de sus motivaciones, de los medios que utilizan para lograr sus objetivos etc...”*¹

8. "Los valores que la publicidad asocia a los productos, ver si son funcionales o emotivos, racionales o irracionales, evaluar la coherencia de esta asociación y analizar qué visión da el spot de estos valores." ¹

9. "La interpretación del éxito de los programas, ver que necesidades humanas de tipo sensorial, psicológico, fabulativo etc... satisfacen y qué valores e ideas potencian". ¹

1-Ferrès Prats, J.: "Niños y jóvenes ante la televisión". En Aguaded, J.L y Fera, M. *¿Cómo enseñar y aprender en la actualidad?*. Huelva. Grupo Pedagógico Andaluz "Prensa y Educación", 66-72 (1994)

5. Los niños y la televisión

El éxito que ha acompañado en nuestro país a la serie Heidi o el Chavo del ocho, por citar algunos, vuelve a colocar sobre la mesa la necesidad de una reestructuración a fondo de los programas infantiles y juveniles en la Televisión. Para ello es necesario realizar un estudio profundo que determine, de una vez, los efectos de la televisión sobre la infancia y la juventud.

Dicho objetivo ha sido atacado en diferentes ocasiones desde que en “1935 comenzó, en Berlín”. “Sin embargo y, pese a los esfuerzos realizados, no existe en este momento un estudio definitivo sobre la influencia, negativa o positiva, de la televisión. Las dificultades existen, fundamentalmente, en la gran cantidad de variables que intervienen en el proceso de análisis: el examen de los contenidos, los criterios a establecer para una determinación de los valores que le mensaje lleva implícito, la forma en que es narrada la historia, y sobre todo, el público que pretende estudiar su entorno (edades, nivel de inteligencia, formación, tipo de programas seleccionados, etc.). Pero quizás el mayor problema reside en el seguimiento de la muestra infantil a través de los años hasta llegar a la juventud. Este factor sería el determinante de unas conclusiones estables”¹

“Los estudios realizados hasta hoy se centran en las actitudes de los pequeños ante el televisor y sus posibles repercusiones sobre el comportamiento inmediato tanto en casa, como en las relaciones interpersonales fuera del hogar. El número de los estudios es absoluto y presenta el gran valor de unas conclusiones cada vez más coincidentes en torno al comportamiento de niños y jóvenes que habitualmente ven televisión. El tema es importante porque en esa contemplación se está jugando la salud mental, moral y física de los hombres y mujeres de mañana, en buena parte”.²

1- Pallottini Michele, “La violencia ayer y hoy”.Pag.40

2- Pallottini Michele, “La violencia ayer y hoy”.H 1145

6. Influencia de la televisión en los niños

Los principales agentes de socialización que nos integran en la sociedad, se han clasificado tradicionalmente en dos grupos. De un lado, aquellos que van a influir de forma importante en nuestra forma de ser y en la formación de nuestra personalidad, como los padres, la escuela, la familia y nuestros primeros amigos. De otro lado, aquellos que actúan directamente en el desarrollo de nuestra personalidad, en nuestra forma de actuar: grupos de amigos, compañeros, medios de comunicación, TV, cine, etc.

Pero lo que a mi me gustaría plantear es que la televisión, como tal, ha pasado a pertenecer al primer grupo, junto con los padres, la escuela y la familia. Es decir, que la influencia de la televisión como transmisora de información ha aumentado hasta el punto de que, si las tendencias continúan como ahora, los niños de nuestra época pasarán más tiempo delante de la televisión que con sus padres, de manera que la televisión se convertirá en uno de los principales educadores de niños y jóvenes, que captan todas los mensajes televisivos y retienen los más impactantes.

Los medios de comunicación en general ejercen una clara influencia sobre la sociedad. *“Las personas que permanecen mucho tiempo frente a equipos electrónicos, el televisor o una computadora, pierden los talentos necesarios para estar con otros seres humanos y concretamente en personas con carácter más débil, especialmente los niños y jóvenes, por lo que determinadas imágenes que emiten pueden servir de modelo, hasta el punto de llegar a identificarse estos espectadores con la vida de personajes televisivos.”*¹.

1-*Impacto en los cinco sentidos* (Alvarez Debans Norberto Ed. Valletta)

7. Niños Vs. Violencia Televisiva

Según *“investigaciones psicológicas, la violencia en la televisión afecta a niños negativamente”*.¹

Los tres efectos principales de la violencia televisiva son:

- *“Los niños pueden hacerse menos sensibles al dolor y al sufrimiento de otros”*.²
- *“Los niños pueden ser más temerosos del mundo que los rodea”*.³
- *“Los niños tienden a comportarse de manera más agresiva hacia los otros”*.⁴

El número de horas que pasan ante la televisión los niños y los jóvenes es cada vez mayor a nivel general y en todos los países. Este fenómeno lleva consigo la desatención de otros deberes familiares o relacionados con el estudio, y una gran influencia de los modelos y estilos de vida que se le ofrecen, superior en ocasiones a la que correspondería a los padres. Pero lo más preocupante es el aumento, a su vez, de los contenidos violentos de la programación televisiva, que empiezan a reflejarse, especialmente, en comportamientos de niños y jóvenes: a causa de una psicología aún inmadura, tienden a convertir en héroes a algunos de los personajes y a imitarlos.

1, 2,3 4- Michelle Pallottini, *“La violencia ayer y hoy”*, Pág. 41

La televisión se ha convertido en uno de los pasatiempos más importantes y de mayor influencia en la vida de los niños. Los niños almacenan todo tipo de información que reciben, sean de la escuela, de sus padres, de un cuento... y por supuesto, de la televisión. Por esa razón, el hábito de ver la tele todos los días esta despertando una gran preocupación por parte de muchísimos padres sobre la calidad de los contenidos que están siendo asimilados por sus hijos, como también sobre qué postura deben tener delante de sus hijos cuanto a la costumbre de ver la tele.

La televisión es una fuente efectiva para la formación de actitudes, adquisición de habilidades y la formación del comportamiento del niño. Es un medio de socialización. Los niños ven a la tele para distraerse, reducir las tensiones, y obtener información. Además, hay niños que ven la tele porque desde muy temprana edad les fue impuesta y a ellos no les queda otro remedio.

La televisión es la actividad líder de los niños. El tiempo que ellos dedican a la tele varía en función de la edad, sexo, clase social y está directamente relacionado con el tiempo dedicado por los padres. Así que los padres deben ser un ejemplo. No es justo achacar a un solo medio de difusión de información y de entretenimiento, lo que puede también ser culpa de muchos padres. Si en el ambiente del hogar los padres tienen la costumbre de ver la tele, seguramente los niños les seguirán. En muchos hogares, la televisión ejerce el papel de compañía, una especie de "niñera". Hay que estar atentos al hábito de ver la tele de los niños. Es necesario conocer más profunda y particularmente su terreno, para evitar que nuestros hijos adquieran conductas agresivas, erróneas,... aprendidas por imitación. No se puede olvidar que los niños que están iniciando su formación y todo lo que vean, escuchen, y vivan, pesará sobre todo.

Los niños ven televisión un promedio de tres a cuatro horas diarias. La televisión tiene una influencia poderosa en el desarrollo del sistema de valores y en la formación del comportamiento. Desgraciadamente, una gran parte de la programación actual es violenta.

*”Cientos de estudios sobre los efectos de la violencia en la televisión en los niños y los adolescentes han encontrado que ellos pueden”:*⁵

- Volverse "inmunes" al horror de la violencia
- Gradualmente aceptar la violencia como un modo de resolver problemas
- Imitar la violencia que observan en la televisión
- Identificarse con ciertos caracteres ya de víctimas o agresores

*”Los niños que se exponen excesivamente a la violencia de la televisión tienden a ser más agresivos”*⁶

A veces, mirar un solo programa violento puede aumentar la agresividad. Los niños que miran espectáculos en los que la violencia es muy realista, con frecuencia son los que más tratarán de imitar lo que ven. El impacto de la violencia de la televisión puede ser evidente de inmediato en el comportamiento del niño, o puede surgir años más tarde. Y la gente joven puede verse afectada aún cuando la atmósfera familiar no muestre tendencias violentas.

Esto no quiere decir que la violencia en la televisión es la única fuente de agresividad o de comportamiento violento, pero es un contribuyente significativo.

5-Trence H. Qualter, *“Publicidad y democracia en la era de las masas”*.Paidos comunicaciones

6-Lopez Badano cecilia, *“La problemática de la violencia en el mundo actual”*.1995

Los padres pueden proteger a los niños de la violencia excesiva en la televisión de la siguiente manera:

- Prestando atención a los programas que los niños ven en la televisión y mirando algunos con ellos.
- Estableciendo límites a la cantidad de tiempo que pueden estar viendo televisión.
- Señalándoles que aunque el actor no se ha hecho daño ni se ha muerto, tal violencia en la vida real resulta doloroso o hasta en la muerte.
- Negándose a dejar que los niños vean programas que se sabe contienen violencia, y cambiando el canal o apagando la televisión cuando se presenta algo inapropiado, explicándoles qué hay de malo en el programa.
- No dando su aprobación a los episodios violentos frente a sus hijos, enfatizando la creencia de que tal comportamiento no es la mejor manera de resolver un problema.
- Contrarrestando la presión que ejercen sus amigos y compañeros de clase, comunicándose con otros padres y poniéndose de acuerdo para establecer reglas similares sobre la cantidad de tiempo y el tipo de programa que los niños pueden mirar.

Basta con prender la TV para encontrar allí violencia... En el fútbol, violencia... en la escuela, violencia... las discos, violencia...En las calles, violencia...

Si, la gente está muy nerviosa, se gritan en la calle, se pelean por cualquier cosa, se ha perdido el respeto... eso es Violencia. Resulta difícil entender que la violencia es una forma de comunicación, algo negativa, ¿no?, pero se ha transformado en la "elegida" por la mayoría de la gente... desde los políticos de turno hasta el vecino...Todos en el día a día generamos o manifestamos algún tipo de violencia, convivimos diariamente con ella, nos acompaña siempre a todas partes.

8. Entre la realidad y la ficción

El punto de partida debe situarse en la presencia del niño ante el receptor. El ritmo de vida actual empuja a muchos padres a colocar a sus hijos ante al televisor con tal de que “les dejen tranquilos”. A partir de este momento entra en juego un tercer polo de autoridad y educación (padres, colegio, televisor) cuyos criterios de valor, y actitudes ante la vida, no solo no suelen ser coincidentes sino que, en muchas ocasiones, son radicalmente opuestos. Este tipo de exposición indiscriminada puede resultar el más perjudicial de todos, ya que el niño no cuenta con el apoyo selectivo de los padres ni con su presencia ante escenas de violencia y terror. Por ello antes de situar al niño frente la pantalla es preciso conocer su disposición, actitudes psicológicas y examinar el ambiente en el que vive como camino para determinar las posibles influencias nocivas de la televisión; estas pueden llegar a alcanzar a la inteligencia, la afectividad y el comportamiento, en consecuencia. Por otra parte, en aquellos hogares en que la televisión es un espectáculo familiar, éste suele convertirse en un elemento de ficción dado que los miembros de ese grupo no suelen ponerse de acuerdo sobre el programa a seleccionar.

Se ha podido observar que, ante situaciones similares, los adolescentes, dejan la televisión refugiándose en la radio o en sus grupos favoritos que eliminan ese enfrentamiento, pero también el dialogo abandonándose en su mundo.

Situando al público infantil ante el receptor, el segundo punto a tener en cuenta es la forma de actuar de la televisión. Para ser captada necesita de los sentidos visual y auditivo, precisamente aquellos por los que el niño aprende a diferenciar la realidad de la ficción principalmente. Una y otra se dan mezcladas en los programas, de manera que su distinción por parte del niño es realmente difícil y problemática, e incluso puede decirse que, de este modo, una exposición prolongada y frecuente ante la televisión puede transformarse en una alternativa perjudicial para la vida. Aunque ellos, como los adultos, prefieran los temas de ficción, tienen dificultades para distinguirla de la realidad.

9. Los sentidos

La percepción y comprensión de un relato en imágenes, necesita un tiempo de aprendizaje tanto en los niños como en los adultos que jamás se hayan enfrentado a una película o al televisor. Naturalmente este proceso es mucho menor en tiempo en los adultos y mayor en los niños. En estos, la simple lectura de la imagen, percepción y comprensión, es un proceso lento y costoso.

El niño, por lo tanto, desgaja detalles de la narración e ignora el resto, su interés se centra en acciones aisladas para las que necesita toda su atención es frecuente que no nos escuchen si los llamamos en esos momentos, para luego “desconectar”. Por esta razón los espacios preferidos por los mas pequeños , los mas atrasados en la lectura audiovisual, son los publicitarios, y esto debido a su corta duración, buen ritmo, técnica repetitiva que permite una vuelta atrás sobre lo visto, al contrario de los filmes, y sobre todo terminan bien siempre; esto significa, que no presentan problemas.

Otra cuestión que parece también aclarada es que la contemplación prolongada de la televisión por parte de los niños lleva implícita una renuncia de la actividad personal, física e intelectual. De modo que puede llegar a determinar una personalidad tendiente a la dependencia. Pero, tan importante como el tiempo de exposición ante la pantalla es el impacto que determinadas escenas pueden producirle.

*“Se ha podido comprobar que en los niños se acelera sensiblemente y las sensaciones de angustia pueden prolongarse algunas horas e incluso pasar a integrarse en los sueños, perjudicándole en su descanso. Por ello es recomendado, frecuentemente, que haya siempre un espacio de tiempo entre el momento de abandonar el televisor y el de marchar a la cama; tiempo que, en ningún caso, debe ser inferior a media hora”*¹

1-Michele Pallottini, “La violencia ayer y hoy”, Pág. 42

10. Incidencia de las imágenes

*“En un estudio hecho en nuestro país en 1996, se analizaron 534 emisiones -242 horas de programación- en un período de 6 meses donde se detectaron 4.703 escenas violentas, lo que equivale a una situación violenta cada tres minutos. El estudio asimismo detectó que el promedio de escenas violentas por programa aumenta en forma notable (entre un 100 a un 150%) los fines de semana y que la programación de cable y abierta no se diferencian demasiado. Así mismo la franja horaria que acumula mayor cantidad de escenas violentas, es la que va de las 19 a las 21 hs.”*¹

Si consideramos que el promedio del tiempo de un menor frente al televisor es de dos horas Algunos afirman que es de cuatro, entonces tenemos que el niño percibe unas 39 escenas violentas diarias, sin considerar las que además pueden sumárseles como consecuencia de la publicidad y avances de otros programas adultos. Pensemos que desde los cuatro hasta los diez años habrá acumulado en su memoria visual 85.410 escenas violentas.

*“En ese análisis desagregado de las escenas violentas, el estudio discrimina dentro de las discusiones agresivas, las discriminadoras –como ser “gorda inútil”, “hay que expulsar a los negros”,-las descalificadoras- del tipo “mueve el culo”, “basura”, “demente”- y las amenazadoras- “si no cumplen les daré sangre para beber”, o “te doy una opción, morir”. Estas expresión generan un impacto diferente bien sean enunciadas por un “bueno” o “un malo”, y siendo el primer caso con un mayor efecto identificador”.*²

Los efectos sobre los niños son profundos, porque ellos están aún en formación y no saben distinguir con claridad los límites de la ficción y la realidad. Todas las imágenes e informaciones que suministra la pantalla se acumulan como conocimiento en la memoria del niño y con el paso de los años, estos manifiestan más miedos frente a algunas situaciones.

1, 2- Michelle Pallottini, “La violencia ayer y hoy”. Pág. 39

11. Efectos Macro sociales

Hoy en día la televisión influye mucho en el pensar de la gente. Los niños, los adolescentes y los adultos se ven afectados por “La caja de Ilusiones”.

A la hora en que los chicos más chicos ven televisión muchas veces, como ya dije, aparecen publicidades o escenas de programas que no son aptos para ser vistas por niños ya que les afecta en profundidad. Las publicidades a veces les “hacen la cabeza” ya que creen que todo lo que muestran es verdad, y no saben que todo es “una fantasía”.

Las publicidades intentan vendernos un producto y siempre ofrecen “algo más” que tiene que ver con la fantasía y no tanto con el producto en sí.

A los adolescentes también les afecta la publicidad y la televisión, les “hace la cabeza”, pero de una manera diferente. Esto es por el producto y porque nosotros queremos estar “fashion” y a la moda.

Es una etapa de búsquedas, buscamos una identidad propia, separada de la de papá y mamá. Nos hacemos muchas preguntas, hay muchas dudas y no tantas respuestas. Todavía en nuestras búsquedas nos encontramos con infinidad de propuestas, las de nuestra familia, la de nuestros amigos, la del colegio y también las propuestas de la televisión.

Cuando somos adolescentes tenemos que decidir muchas cosas, entre ellas por quien nos guiaremos: familia, amigos, ídolos, colegio, por nuestros padres o por la televisión. Pero tratamos de combinarlos de la forma más acorde a nuestra forma de ser.

Pasamos horas delante del televisor mirando esos programas que reflejan nuestra vida como adolescentes, y nuestras orejas están casi siempre cubiertas por un walkman con la radio de onda a todo volumen, o discman con los CD favoritos y después Internet, casi un vicio...

Desde allí mensajes, muchas veces contradictorios, imágenes y publicidades que nos bombardean sin respiro, buscando vendernos desde una gaseosa, cigarrillos y alcohol, hasta nada más y nada menos que la felicidad.

Pensemos en esto y hagamos un análisis del mundo de las imágenes del que participamos los adolescentes, y los no tanto, a través de los medios de comunicación, especialmente la televisión y las publicidades...

El tiempo que un niño pasa frente al televisor es tiempo que se le resta a actividades importantes, tales como la lectura, el trabajo escolar, el juego, la interacción con la familia y el desarrollo social. Los niños pueden aprender cosas en la televisión que son inapropiadas o incorrectas. Muchas veces no saben diferenciar entre la fantasía presentada en la televisión y la realidad, como antes mencionaba. Están bajo la influencia de miles de anuncios comerciales que ven al año, muchos de los cuales son de bebidas alcohólicas, comidas de preparación rápida y juguetes. Los niños que ven demasiada televisión están en mayor riesgo de que:

- Saquen malas notas en la escuela.
- Lean menos libros.
- Hagan menos ejercicio físico.
- Tengan problemas de sobrepeso
- Se conviertan en niños pasivos

La violencia, la sexualidad, los estereotipos de raza y de género y el abuso de drogas y alcohol son temas comunes en los programas de televisión. Los niños son impresionables y pueden asumir que lo que ellos ven en televisión es lo normal, seguro y aceptable. Por consecuencia, la televisión también expone a los niños a tipos de comportamiento y actitudes que pueden ser difíciles de comprender

No cabe duda de que la producción de programas violentos se debe a que la violencia "vende bien" como vulgarmente se dice. La excesiva exposición de los niños y jóvenes a escenas sumamente agresivas puede conducir a reaccionar cada vez con más violencia a conflictos familiares y sociales. El patrón de violencia en algunas series y dibujos animados consiste en que siempre se genera un conflicto entre el protagonista y el enemigo. De esta manera no sólo se transmite violencia sino que también se justifica.

La televisión puede tener una influencia poderosa en el desarrollo de un sistema de valores y en la formación del comportamiento de cualquier individuo. De los "*cientos de estudios*"¹ sobre los efectos de la violencia televisiva en los niños y los adolescentes, se deduce claramente que estos espectadores pueden:

- Volverse inmunes al horror de la violencia
- Aceptarla e incorporarla cada vez más como un modo de resolver problemas
- Imitarla
- Identificarse con ciertos caracteres, ya sean de víctimas o de agresores.

Los niños que se exponen durante tanto tiempo a la violencia en la pequeña pantalla suelen ser más agresivos. Los niños que asisten con frecuencia a espectáculos en los que la violencia es muy realista, o bien se repite con frecuencia o comprueban que estas actuaciones violentas no reciben castigo, son los que más tratarán de imitar lo que ven. Sin embargo, esto no indica que la violencia sea la única fuente de agresividad o de comportamiento violento, pero es un contribuyente significativo.

1- "*Reflexiones sobre la violencia*" Vol.80082. Se adjunta en el dossier

12. Mitos y realidades

Mito:

La violencia en la televisión es la causa que explica todos los comportamientos agresivos de los niños y adultos.

Realidad:

*“El comportamiento humano es tan complejo que resulta imposible reducir su explicación a una sola causa. Si bien la violencia televisiva podrá ubicarse como uno de los elementos inductores de este tipo de conductas, no es la televisión el único medio a través del cual se propagan los comportamientos agresivos.”*¹

Mito:

Todos los niños imitan directamente lo que ven en la televisión

Realidad:

*“Cada persona cuenta con una serie de herramientas que le permiten decidir y elegir acerca de sus propias conductas. Algunos sujetos son más sensibles y se dejan influir por las conductas de los otros más fácilmente que otros. La educación y los valores que se reciben en la familia y a través de los colegios y demás instituciones determinan también el grado en el cual las personas se dejan o no sugestionar por la imágenes que ven en la televisión.”*²

Mito:

Prohibir terminantemente a los niños la televisión permite controlar efectivamente las influencias malignas y violentas sobre el comportamiento de los chiquitos.

Realidad:

“Si bien la televisión es un medio por el cual se transmiten mensajes con contenido violento, los seres humanos viven en un mundo plagado de fuentes de conductas agresivas. Prohibir a los niños ver la televisión bajo este argumento es absurdo. Lo más probable es que esta actividad se torne mucho más atractiva, sobre valorando las escenas y el contenido de la programación. Lo más conveniente ser’ a acoger las sugerencias hechas a los padres, explicando siempre a los niños las razones por las cuales ocurre algún comportamiento poco asertivo en la pantalla. Fomentar siempre el desarrollo de un pensamiento crítico que le permita a cada persona elegir aquellos

programas que considere más adecuados es siempre más efectivo que prohibir tajantemente algo.”³

Mito:

Dejar que los niños vean toda la programación, a cualquier edad, es totalmente inofensivo.

Realidad:

“Dependiendo de la edad, los niños ven y entienden la televisión de diferentes maneras, a partir del desarrollo diferencial de ciertas capacidades cognoscitivas, afectivas y comportamentales. Aunque los menores tienden a ser más sensibles ante los posibles efectos de la televisión de contenido violento, todas las personas (niños o adultos) son capaces de pensar y analizar la información a la cual están expuestos. Fomentar la constante construcción de esta habilidad crítica debe ser tarea de los adultos que rodean al niño, sin olvidar que esta capacidad existe en los chiquitos, y que sus opiniones son tan válidas como las de los grandes.”⁴

Mito:

Ver televisión es un acto que puede llenar cualquier momento libre en la medida en que es una actividad "vacía".

Realidad:

“Si bien no resulta conveniente acudir a la televisión siempre que se tenga un momento de ocio, existen ciertos programas cuyo contenido dista de ser violento, enriqueciendo los procesos de aprendizaje y formación de valores de las personas. Establecer cuál es la programación adecuada implica conocer los espacios que se emiten, eligiendo aquellos cuyo contenido sea rico en elementos culturales y con bajos niveles de violencia. Definitivamente la televisión, como cualquier construcción humana, debe ser destinada para el crecimiento de los seres humanos.”⁵

1, 2, 3, 4, 5- “Algunos instrumentos para reflexionar sobre la historia de la violencia”.H/5767 N° 10. 1995

La contemplación de la violencia provoca violencia o al menos eso es lo que se supone, pero es difícil de demostrarlo. Las variables que estarían implicadas en el impacto negativo de la violencia televisiva pueden ser las siguientes:

- *“El contexto donde ocurre esa violencia. Si los contextos violentos que se nos ofrecen son similares a nuestro medio vital habitual, se podría dar un aumento de las actuaciones violentas por identificación con las mismas. La mayor parte de la violencia en TV ocurre en contextos interpersonales muy similares a nuestras propias vivencias”*⁶
- *“La justificación de la violencia. La violencia gratuita tiende a aumentar el comportamiento violento, en la mayoría de las situaciones violentas que aparecen en la pequeña pantalla no se presenta como el último recurso sino más bien como el único. Los menores pueden acabar pensando que el ser violento es el único modo de ser”*⁷
- *“El contenido de la justificación. Qué se nos puede decir con esa violencia. Los héroes violentos suelen erigirse en portadores de la verdad y la justicia, y dictaminan la bondad de los hechos por encima de los criterios éticamente aceptados por la sociedad”*⁸
- *“La persona que percibe la violencia: Evidentemente la receptividad de la persona que está expuesta a las acciones violentas en la televisión depende de muchas variables, las principales podrían ser las siguientes”*⁹
 - *“Grado de frustración con el que se encuentre el televidente (situación puntual que acentúa la contemplación de la violencia).”*¹⁰
 - *“Agresividad del perceptor (los más agresivos tienden a actuar de forma más violenta cuando ven violencia).”*¹¹

6, 7, 8, 9, 10, 11 Pallottini Michele, “La violencia ayer y hoy”.- “¿Por qué la violencia?”. Kremer Luisa Raquel. H/3024

*”La asunción de la violencia por parte de los más pequeños se puede explicar a través de distintos mecanismos psicológicos. Los más destacados podrían ser los siguientes:”*¹²

Identificación: con los personajes de los programas televisivos. Mecanismo de raíces psicodinámicas que nos habla de la adopción como propia de las características del héroe por parte del niño.

Imitación: Condicionamiento Vicario. La imitación de un modelo socialmente aceptable, el héroe, por parte del menor.

Agudización: La violencia incrementaría el comportamiento violento de sujetos propensos a la misma. Actuaría como estímulo desencadenante en aquellos niños especialmente inquietos.

Ansiedad: El temor ante el entorno que se nos presenta como violento, conduce a respuestas defensivas que pueden producir respuestas de imitación, que en este caso serán respuestas violentas.

Asociación: Tiene que ver con el Condicionamiento Clásico. Se trata de asociar que ante situaciones de conflicto la única respuesta posible es la respuesta violenta. La repetición de este mecanismo va a generar otro proceso:

Activación del individuo: La repetición de respuestas violentas va a disminuir el umbral de sensibilidad del niño ante la misma y le va a facilitar emitir respuestas similares.

Desencibilización: Ley de la Habitación ante la repulsa de la violencia. La sucesiva exposición ante situaciones violentas produce que el niño cada vez sienta menos malestar ante las mismas. Esto podría explicar el silencio en los procesos de victimización entre iguales. Para un niño que está acostumbrado a aceptar las respuestas violentas no le va a suponer nada ver como maltratan a otro niño.

12-“Reflexiones sobre la violencia”. Sorel Georges. 41797

Entre las variables familiares implicadas en la repercusión de la violencia televisiva en los más pequeños estarían:

- *“Comportamiento violento de los padres: un patrón de comportamiento violento por parte de algún progenitor o de ambos sumado a la contemplación de violencia en televisión puede aumentar las respuestas violentas en los niños, además de su justificación.”*¹³
- *“La contemplación de programas violentos por los padres: sobre todo cuando esta contemplación no es criticada, puede inducir a los menores a entender que si sus padres no condenan dicha violencia es que la misma es aceptable y, por tanto, ellos la pueden imitar con tranquilidad”*¹⁴

No solo me estoy refiriendo a la violencia de las series de ficción con personajes humanos, en donde sería hasta lógico encontrarla, sino también a los dibujos animados y las series de animación. La violencia se ha infiltrado en todos los tipos de programación, haciéndose cotidiana y “normal”.

13, 14-“*Algunos instrumentos*”. Farge Arlette. H/5767

13. Mirando la televisión Argentina

En un mundo hipermediado como el que vivimos, en el que una imagen borra a la otra y una noticia desaparece rápidamente de la escena por la superposición de otra nueva, la escuela podría jugar un gran rol en la formación de competencias para clarificar, ordenar, interpretar, jerarquizar y criticar el tan fluido y caótico mundo de las imágenes y las palabras en el que vivimos...

Al Leer con atención la tira de Mafalda uno se sienta a reflexionar sobre todas estas cosas.

Así como se pregunta Mafalda, frente a los mensajes de la TV, nos tendríamos que preguntar nosotros...

¿Y qué somos? ¿Qué lugar ocupamos frente a los mensajes de la TV?

Quiero exponer testimonios y opiniones de los espectadores de la televisión Argentina.¹

1-Adjunto en el anexo las entrevistas realizadas

La televisión como medio masivo de comunicación y como sistema socializador debería mejorar en muchos aspectos, para poder reducir los perjuicios que su impacto causa.

Logrando ser un medio que inculque los valores, la educación, el respeto, la dedicación, la formación, la comprensión, etc.

Para ello debería:

- Mejorar la calidad de vida de la población en general, evitando proyectar tantas escenas violentas.
- Desarrollar estrategias comunicativas que modifiquen hábitos de riesgos entre la juventud.
- Prestar mayor atención a las necesidades de desarrollo educativo y cultural de los sectores de la población más necesitados, ya sea por su escaso poder adquisitivo, discapacidades físicas y psíquicas, edad etc..
- Promover la orientación académica y laboral y promociona un entorno socio-laboral Más equitativo, responsable, solidario y amplio.
- Fomentar programas que promuevan un mayor conocimiento e interacción entre el mundo de la educación y la sociedad en general.
- Desarrollar procesos de formación en el lenguaje, las técnicas y las formas de aprovechamiento social, educativo y cultural de las tecnologías audiovisuales.
- Promocionar y fomentar en la sociedad de los valores presentes en la reforma del sistema educativo.

Por parte de los adultos que exponen ilimitadamente a los niños ante la televisión, deben tomar ciertas medidas para prevenir los efectos dañinos de la televisión. Tales como:

- Establecer límites a la cantidad de tiempo que pueden estar viendo la televisión.
- Prestar atención a los programas que sus hijos contemplan y quedarse con ellos para ver algunos.
- Enseñarles que la vida real no es de ese modo y que deben distinguir entre lo real y lo ficticio.
- Aclararles que la violencia nunca es algo divertida.

14. La Teleadicción

Desde su tierna infancia, el niño tiende a imitar y asimilar modelos; observa todo y lo reproduce de un modo sorprendente. Sus modelos naturales son principalmente sus progenitores, después vendrán sucesivos círculos de relaciones. La irrupción de la televisión en el hogar introduce una nueva fuente de modelo a imitar. Con la “teleadicción”, el papel primordial de los padres, está siendo dejado de lado, ocupando su lugar la televisión, y los niños son atrapados por poderosas redes de influencia en edades sensibles de la formación de la persona. La mayoría de los chicos tienden en cierto modo a identificarse con los modelos que la televisión les inculca.

Así, la televisión inyecta tipos humanos de “niños-héroes”, cuya influencia podrá ser trágicamente nefasta. Los modelos de “héroes” propuestos a los chicos tienen características premeditadas: desaparecen mágicamente de las limitaciones de la realidad, todo les es fácil, no precisan estudiar, ni trabajar, ni esforzarse por nada. Los niños son puestos brutal y prematuramente ante una encrucijada: o seguir el buen ejemplo de la familia, o los excitantes modelos producidos por la pequeña pantalla. En la medida en que el niño es conquistado por falsos modelos, duda entre adoptar los buenos ejemplos o comenzar a oponerse a ellos. Eso tiene graves peligros, pero no tiene nada de fatal si se logra detener a tiempo.

*“Los padres deben tomar también ciertas medidas para prevenir los efectos dañinos de la televisión, ya que el niño no televisualizado es más autónomo en sus juegos que el televisualizado, quien necesita que una figura exterior a él en este caso el padre o la madre cubra, con la incitación al juego y la actividad compartida, el vacío temporal que le televisor le ha dejado Esto exige por parte de los educadores, y en especial de los padres, una actitud decidida para afrontar el peligro y especialmente para protegerlos de la violencia televisiva”*¹

1- “Reflexiones sobre la violencia”. H80082. Año 23. Vol 260

De la programación televisiva actual, destaco “algunos programas”²ue comunican violencia, ya sea física, verbal, no verbal, emocional, sexual, sangrienta, etc.

- Locas de Amor.
- Tumberos.
- Policías en acción.
- Los Roldán.
- Ambiciones.
- Casados con hijos
- Criminal
- Hombres de honor
- Mosca y Smith en el Once
- Mujeres asesinas
- E24
- Sin código

En cuanto a la televisión infantil, los programas que comunican violencia o que son perjudiciales para la buena formación de los niños son:

- Los simpsons.
- Las chicas superpoderosas.
- Los teletuvis.
- Los power rangers.

2-Ver adjunto en el anexo

Capítulo 3

1. Definición de Publicidad:

Es una disciplina científica cuyo objetivo es persuadir al público meta con un mensaje comercial para que tome la decisión de compra de un producto o servicio que una organización ofrece.

La publicidad trata de estimular la demanda de un bien o servicio y en general modificar las opiniones, deseos, actitudes y comportamientos del consumidor.

Disciplinas que se utilizan en Publicidad:

1. Psicología.
2. Sociología.
3. Comunicación Social.
4. Economía.
5. Estadística.
6. Antropología.
7. Semiología.

Finalidad de la Publicidad:

Mostrar que se puede satisfacer una necesidad con el producto o servicio que se esta vendiendo.

Lograr mediante la persuasión la creación de deseos en los consumidores.

2. La Publicidad

Los niños son los grandes explotados por la publicidad en la televisión. Los fabricantes de juguetes ganan millones a cada año por lanzar al mercado sus productos para niños. Los fines de semana y las vacaciones son sus temporadas preferidas, cuando se generan aún más beneficios económicos. Además, la publicidad televisiva proyecta estereotipos relacionados a aspectos raciales, sociales, culturales, sexuales, así como también hábitos de consumo.

Por otra parte, *“la exagerada representación de imágenes corporales "perfectas" puede contribuir al problema de la anorexia nerviosa sobre todo en adolescentes”*¹, debido a la ansiedad que provoca. Si un niño con sobrepeso aprende en la tele lo importante que es mantener la forma de una manera exagerada, va a desarrollar complejos y consecuentemente seguirá los consejos y las dietas que digan en la tele, aparte de los valores erróneos que le estará asimilando. *“Mas que la mitad de la publicidad contiene información errónea, engañosa o ambas, pero que los niños creen como verdadera”*². De tal manera que, la TV no sólo ofrece sino que impone experiencias, condicionamientos a los niños pues ellos son el principal blanco hacia el cual van dirigidos la mayoría de los anuncios comerciales.

*“La publicidad es muchas cosas. Es cultura popular democrática, herramienta capitalista, opresora, libertadora, es arte y teatro, .. todo esto y mucho más mezclado en una sola cosa. Es también libertad de expresión, flujo creativo, información y ante todo, ayuda para que los negocios vendan sus productos”*³

1, 2-Terence H. Qualter. Paidos comunicaciones. “El nacimiento de la era de las masas”

3- Antonio J. Baladrón Pazos, “Violencia y publicidad televisiva”

3. La violencia como recurso creativo

La violencia se ha adoptado como recurso creativo, esto lo podemos observar en las diferentes campañas publicitaria, con las que nos bombardean constantemente.

En este capítulo me interesa tratar la violencia en la publicidad-, y la violencia intrínseca a la comunicación publicitaria, la violencia de la publicidad.

*“La violencia como recurso creativo es casi siempre el foco de preocupación de la sociedad, pero su factura final suele ser más limitada que la derivada de la violencia de la publicidad, la que se ejerce de manera constante, la que trastoca el conocimiento del Otro y, por tanto, de los límites del Yo.”*¹

Aquí me surge una pregunta...

¿Es ético manejar la violencia, sexo, adicciones etc....en la publicidad?

Esto ocurre constantemente, ya que lo tenemos, en la televisión, en la prensa, en la radio, etc., y llega a todos. Por esta razón y por muchas otras, deberíamos formularnos la siguiente cuestión:

¿Por que en el 90% de los anuncios sale un hombre o mujer en poses insinuantes?

Serán técnicas de atracción de compradores, o simples insinuaciones ...

1-Antonio J. Baladrón Pazos, “Violencia y publicidad televisiva”

“La mayoría de la gente opina que la publicidad no influye en sus decisiones de compra, pero el publicitario, mediante el estudio de los distintos comportamientos del consumidor potencial, logra modificar su conducta. El consumidor cuando realiza el acto de compra no lo realiza sobre el producto, sino sobre la imagen que tiene del mismo. La publicidad es ante todo creación, pero creación basada en el comportamiento del ser humano.”²

2- Antonio J. Baladrón Pazos, *“Violencia y publicidad televisiva”*

4. Efectos de la publicidad violenta

La publicidad afecta la forma de pensar y la conducta de la gente, las campañas publicitarias se realizan basadas en cuidadosos cálculos e inversiones millonarias con el objeto de cambiar gustos y opiniones en los consumidores.

*“La publicidad actualmente está dispuesta a llevar lo más lejos posible, la sexualidad gratuita y la explotación de menores y de mujeres, con tal de aumentar sus ventas”*¹

La cultura moderna necesita desesperadamente los valores internos que nos mueven a ejercer nuestras responsabilidades y derechos como personas.

Las decisiones comerciales afectan la forma de pensar y actuar

¿Por qué nos preocupamos tanto por las cuestiones ecológicas y no ponemos atención a la "contaminación de nuestras mentes"?

La publicidad, tiende a comunicar, por lo general, sus productos y servicio desde la violencia por que se cree que desde ahí causará un mayor impacto, o tendrá mayor recordación. Como lo vemos en las campañas de la actualidad que engendran violencia.

*“La Publicidad tiene en nuestro tiempo una notoria incidencia en la dinámica social y en los comportamientos de los públicos, que adquieren hábitos y costumbres gracias a la difusión de los mensajes publicitarios”*²

1-“*Publicidad inductiva y engañosa*”. Pizarro Daniel, Vallespinos Carlos. H6665

2- “*Publicidad y democracia en la sociedad de masas*”. Qualter Terence H106191

Algunas de las campañas publicitarias, actuales o de años anteriores que tienen contenidos de violencia y de sexo, son las siguientes:³

- Sibarita, Parca
- Cindor. La caja vengadora
- Desodorante Axe. Fusion
- Hotel Axe “Querés ser vos el que esté del otro lado...” Sep. 2005 Argentina
- Desodorante Axe. Animate a más
- Campaña Topline. Vacas
- Cerveza Heineken. Pensá en verde
- Cerveza Brama. Voodoo
- Jeans Levi`s
- Preservativos Tulipan.

En muchas ocasiones, estas campañas presentan la violencia como una forma válida para relacionarse con los demás y para resolver problemas. Presentan la violencia como una herramienta social, justificando todas las acciones que realizan.

3-Adjunto en el anexo

Ahora me surgen otras preguntas...

¿Se debe prohibir para evitar actitudes en contra de ciertos aspectos morales?

¿Es ético cortar la libertad de expresión de este modo?

¿Son realmente útiles esas prohibiciones?

En muchos casos, estas prohibiciones no alcanzan la eficiencia deseada. De hecho lo vemos en los adolescentes que lo que primero hacen es salir corriendo a comprar los productos prohibidos o con algún tipo de restricción, como los cigarrillos, las bebidas alcohólicas, las drogas etc.

En el caso de la prohibición de la publicidad sobre Tabaco y Bebidas Alcohólicas, a veces estos mensajes, referidos a productos nocivos para la salud humana, son directos. En otras ocasiones, los mensajes llegan al público de forma subliminal. A veces por prohibir en la totalidad y no saber regular como se debiera, se esté favoreciendo a la difusión de los mensajes publicitarios subliminales, cada día más. Así está ocurriendo, por ejemplo, con productos como el tabaco o el alcohol, sometidos ya a la restricción de su publicidad, mientras que la presencia de cigarrillos y de bebidas alcohólicas forma parte de la estructura de cualquier película, serie, programa televisivo.

Podemos denotar una pérdida o ausencia de la ética en la publicidad que está representada por:

- Imágenes violentas en los medios publicitarios
- Imágenes con contenido sexual y morboso
- Presencia de imágenes de productos nocivos en los medios publicitarios
- Manejo de cierto racismo en los medios con respecto a las mujeres, niños y gente de raza negra
- Carencia de valores impuestos por la familia o imposición de otros valores

Se percibe el descontrol que envuelve los medios y nos damos cuenta que la publicidad esta demasiado corrompida, ocasionando que se pierda toda ética al presentar imágenes, sonidos, slogans y otras muchas cosas que hacen que se hiele la piel, por que siendo cosas tan horribles las presentan en un contexto muy creativo que según los publicitarios no tiene nada de malo.

La ética publicitaria es un espejismo en nuestros tiempos, que se origino por la dinámica social y el comportamiento del público que reaccionan con despreocupación ante los medios, lo mismo da ver un panorámico con una imagen del mar que promociona las playas de Cancún junto a un panorámico que promociona a una marca de cigarros.

El problema ético es uno de los costes de vivir en sociedad, tener educaciones distintas, diferentes ambientes familiares,..Y sobre todo opiniones encontradas a cerca de lo que es bueno y lo que no.

La publicidad no es la normalidad. Lo normal en publicidad no interesa, no impresiona. ¿Hasta que punto es permisible la anormalidad para provocar, para lograr establecer un lazo entre la publicidad y el público?

Pareciera que hasta cualquier punto, y lo podemos observar en todas las campañas publicitarias, con sus mensajes que contienen violencia, sexualidad y con las contradicciones que presentan nos ocasionan confusión, asombro.

A los jóvenes pareciera no interesarle cuales serán las consecuencias del tipo de publicidad violenta. Mientras que les divierta y les haga pasar un buen rato luego reiterándola, con eso parece bastarles. Reproducen las acciones de la misma sin detenerse a pensar en el efecto que causa la reiteración de un hecho violento.

5. La publicidad esta de moda

*“En una industria que mueve miles de millones de dólares al año y, lo que es más importante, que conforma buena parte de la cultura de la sociedad moderna. La publicidad está de moda. Su propio nombre se ha visto superado y son muchos los que prefieren hablar de “comunicación empresarial e institucional”, siendo la publicidad una de sus numerosas técnicas. En cualquier caso, es una carrera, una profesión y una industria en constante crecimiento, dado que trata de comunicar con eficacia a gobiernos con ciudadanos, a empresas con empresas, a empresas con consumidores, a consumidores con consumidores, etc. Es la era de la “comunicación comercial”, donde, por su importancia económica y social, la industria de la publicidad es la reina”*¹

Definitivamente sin la publicidad no haríamos nada, no se vendería, ni se compraría prácticamente nada, no se lograría inducir a los consumidores a hacer o comprar los productos que comunican, no se convencería, no se podrían incrementar las ventas, nada sería igual, en una sociedad tan mediatizada como la nuestra la publicidad forma una parte importante y esencial, para la comunicación, promoción, lanzamiento de los productos y servicios que actualmente contamos en el mercado.

Creo que la publicidad es el arma más importante para lograr efectos inmediatos en los consumidores y en la sociedad en general. Es por ello que en este trabajo me aboque específicamente en los efectos nocivos que generan estos mensajes con altos contenidos de violencia en la sociedad, causando un profundo impacto en las creencias, valores, ideologías, y logrando la pronta captación los hechos violentos y su inmediata repetición.

1- “La problemática de la violencia en el mundo actual”. Lopez Badano. H6254 1995

1- Conclusión General

Luego de haber realizado este trabajo, puedo sacar como conclusión -desde mi punto de vista en cuanto a los programas y publicidades- que la audiencia televisiva, en la actualidad consume muchos de estos programas y publicidades por diversión o por simple pasatiempo. Sin embargo, pareciera crearse una paradoja dentro de este dilema: mucha de esta audiencia que los consume, a su vez, los critica y los rechaza.

Si lo analizamos desde el punto de vista económico, entendiendo a la televisión como un negocio, las productoras y los ideólogos de dichos programas y publicidades se ven beneficiados, ya que los mismos usan, también, la dicotomía como sustento económico.

En el siglo donde la comunicación de masas pareciera ser lo más importante, es paradójico que vivamos dentro de una sociedad con innumerables problemas de comunicación, y si a esto le adjuntamos la patética televisión de hoy, que no cuenta con la suficiente cultura general, donde el mensaje es unilateral y repetido, nunca podremos sacar este gran problema adelante.

En mi opinión, este tipo de programación debería tener un lugar acotado en la televisión de hoy (sin caer en lo que podría entenderse como censura), ya que los mismos carecen de real interés. Es menester aprovechar esos espacios para programaciones más variadas, con opciones que den lugar a la elección: intercalar la diversión y el entretenimiento con programas que verdaderamente tengan algo que decir a la sociedad, y a nuestros hijos, que son los mas perjudicados, ya que sus mentes son las más permeables a cualquier estímulo.

En cuanto a la violencia con que las publicidades últimamente anuncian sus productos, creo que hay muchas alternativas posibles para hacerlo. La violencia gratuita pone de manifiesto el maltrato verbal, físico y psicológico del sistema en el que estamos inmersos, logrando sólo la generación de más violencia en la sociedad.

Existen infinitas formas de comunicarnos, y de seguro podemos mejorar en mucho los aspectos comunicacionales, buscando, descubriendo, demostrando que es posible un mensaje más directo, más sano, mucho más eficaz que el violento.

El ver televisión es uno de los pasatiempos más importantes y de mayor influencia en la vida de los niños y adolescentes, que muchas veces no saben diferenciar entre la fantasía que presenta la televisión y la realidad. Están bajo la influencia de miles de anuncios publicitarios sobre bebidas alcohólicas, comidas malsanas, cigarrillos... Por otra parte, la violencia, la sexualidad, los estereotipos de raza y de género, y el abuso de drogas y alcohol son temas comunes en los programas de televisión. Los jóvenes pueden creer que lo que están observando es lo normal, seguro y aceptable. Cuando en realidad lo que están generando es todo lo contrario, causan un impacto inmediato en la sociedad y provocan su repetición innecesaria.

Por otra parte, la teleadicción y la incomunicación en el hogar les impide (a los más jóvenes, sobre todo) el equilibrio en el desarrollo de sus cualidades de sociabilidad. Además, el excesivo tiempo que pasan delante del televisor les resta a estos niños tiempo para el estudio, para la lectura, para el ejercicio (con el riesgo que implica para la salud el aumento de peso, por ejemplo), e incluso para el juego -perjudicando de este modo el desarrollo de la imaginación. Son muchos los daños que la televisión y la publicidad pueden provocar si su uso no es supervisado y racionalizado por un adulto consciente. Y aún a un adulto les influye profundamente, consciente o inconsciente.

No perdamos de vista que la abundancia de programas violentos a los que sometemos a los menores y la falta de respeto por parte de las cadenas televisivas en su compromiso por crear y cuidar franjas de contenido infantil, no deja de ser un maltrato institucional y social a la infancia. Sin embargo, que la violencia contemplada se plasme en la conducta personal dependerá, en buena parte, de la respuesta que den todos aquellos que tienen responsabilidades educativas sobre los niños: la familia, la escuela y los medios de comunicación.

A toda hora cuando encendemos el televisor, cualquiera sea el canal, podemos encontrarnos con publicidades engañosas: los desodorantes nos cambian la vida; las toallas femeninas dan la solución ideal al conflicto existencial de una adolescente; los productos de limpieza hacen todo por nosotros, sin que tengamos que esforzarnos; gaseosas que nos dan la felicidad; el consumo de cigarrillos es signo de grandeza; tomamos bebidas alcohólicas y atraemos al sexo opuesto; dietas, batidos, cremas, fajas y aparatos que cambian nuestra imagen en minutos; cajas de hamburguesas que nos hacen felices; mangueras que se pueden utilizar de remolque...

Inventos y más inventos son moneda corriente en la publicidad que consumimos todos los días, y no sólo en la televisión, sino en todos los medios de comunicación. En las calles nos encontramos rodeados por el tipo de publicidad engañosa y contradictoria, que nos ilusiona y nos decepciona a la vez.

Este trabajo me ha permitido darme cuenta del daño que nos proporciona el tipo de programación violenta, indistintamente de la edad, sexo, religión, etc. Que nos han inculcado y que estamos comprando diariamente.

De los efectos de las publicidades violentas, engañosas, impropias, ambiciosas, y hasta en algunos casos dolorosas.

Con este trabajo termino un ciclo y comienzo otro, en el cual trataré de realizar mis actos desde otro tipo de comunicación desterrando la violencia o las acciones que puedan generarla, para tratar de minorizar el fuerte impacto que esta causa en nuestra sociedad. Por que la violencia, solo conduce a más violencia, y no podremos obtener ningún resultado bueno si nos dejamos llevar o conducir por ella.

Con la culminación de este trabajo, que da fin a todos los conocimientos que incorporé en la carrera, me doy cuenta que la nueva forma de comunicación desde la violencia causa un impacto inmediato, será por ello que es tan utilizada, pero a la vez el impacto que causa, tiene una fuerte repercusión no sólo en el consumo sino en la vida en general. Provocando acciones que generan más violencia.

Creo que podemos perfectamente comunicar nuestras ideas desde otro tipo de comunicación, con más inteligencia y no desde la vulgaridad, apelando a acciones violenta.

Bibliografía

• Marco teórico

Libros

- Iglesia Católica. Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales.
Ética en la publicidad. Ed. Paulinas. Buenos Aires, 1997.
- Wurman, Richard Saul, 1935. Angustia informativa. Ed. Pearson Education. Buenos Aires, 2001.
- Fattorello, Francesco. Introducción a la técnica social de la información. Ed. Universidad Central de Venezuela. Caracas, Escuela de Periodismo, 1969.
- Readon, Kathleen Kelley. La persuasión en la comunicación. Ed. Paidòs. Barcelona, Buenos Aires. 1983
- Alvarez Debans, Norberto. Impacto en los cinco sentidos. Ed. Valletta Ediciones. Buenos Aires. 2000
- Lovece, Graciela Isabel. Publicidad en la sociedad de consumo. Ed. Plenario. A4 N°36 Buenos Aires Nov. 1997
- Packard, Vance . Publicidad – Aspectos sociales .Ed. Sudamericana. 1989.
- Caprara G.V. The intrusive comercial. Publicidad – Aspectos psicológicos . N° 17. New York. 1987
- Sala, Arturo Emilio. Violencia. Ed. Granica. Buenos Aires. 2000

Hemeroteca

- Palloltini, Michele. La violencia ayer y hoy (H/1145 año/23 Vol./260 Mes/Feb año/1976)
- Lopez Badano-Cecilia, colab. La problemática de la violencia en el mundo actual (H/6254 Vol./341 Año 1998)
- Anuario IEHS. Algunos instrumentos para reflexionar sobre la historia de la violencia (Tandil. H/5767 Nro10 1995)

- Kremer Luisa Raquel ¿Por qué la violencia? H/3024 Nro 18. 1993
- Pizarro Ramón Daniel-Vallespinos Carlos Gustavo. Publicidad inductiva y engañosa H/6665 año 1996
- Sorel Georges, Reflexiones sobre la violencia. Ed. Alianza, Vol 40336- 972. Sección humanidades H/80082
- Jun John. La violencia en la sociedad humana Ed Psique. Bs As. H/46063
- Qualter Terence. Publicidad y democracia en la sociedad de masas. Ed. Paidós. Barcelona. 1994 H/106191

Internet

- www.adolescentexlvida.com.ar. Asociación civil.
- www.mixxmarketing-online.com
- www.clickmedios.com
- www.laasociacion.aaap.org.ar
- www.logo.nino.rv
- www.or-mediospublicitarios.com.ar
- www.escuelacreativos.com.ar
- www.prensalibre.com
- www.anunciar.org.ar
- www.revistadircom.com.ar
- www.target1.net
- www.guiasenor.com
- www.infobae.com
- www.adlatina.com
- portalpublicitario.com

Fuentes terciarias

Biblioteca de congreso de la nación
Biblioteca municipal de Avellaneda

Anexo

Investigaciones: Las mismas fueron extraídas de los libros que se especifican en la bibliografía, y en las revistas. Se adjunta el texto completo:

- *“Los estudios de George Gerbner, Ph.D., en la universidad de Pennsylvania, han demostrado que los programas de televisión para niños contienen cerca de 20 actos violentos cada hora y además que los niños que pasan mucho tiempo frente al televisor son más propensos a pensar que el mundo es un lugar malo y peligroso.”*
- *“Estudios en el campo de Leonard Eron, Ph.D. y sus asociados en la universidad de Illinois: En los horarios comprendidos entre las cuatro de la tarde hasta las doce de la noche, tanto en los canales nacionales como extranjeros, vía cable o satélite, durante una semana contabilizaron en América del Norte la transmisión de 95 imágenes de homicidios, 121 peleas, 60 tiroteos, dos secuestros, 1.5 robos y un suicidio, a los que añadieron 70 iconos de agresividad en dibujos animados”.*
- *“En octubre de 1994, un crimen conmocionó a la opinión pública mundial: en la ciudad noruega de Trondheim, la niña Silje Redergaard, de seis años, fue asesinada a golpes por tres amiguitos suyos, de la misma edad, que imitaban lo que habían visto en la televisión. Los inconscientes homicidas esperaron durante horas a que su amiga despertase, como había sucedido en una emisión de las caricaturas de Darkwing Duck, mientras el cuerpo de Silje permanecía inerte, semidesnudo, a una temperatura de tres grados centígrados bajo cero. El más pequeño de los niños confesó que antes de salir a jugar, habían visto un capítulo de las Tortugas Ninja”.*
- *“Blanca de Lizaur, Licenciada en Filología Hispánica por la Facultad de Filosofía y Letras, ex becaria de Televisión, realizó unos estudios sobre las telenovelas (1987) donde llega a exponer que la influencia televisiva es culpable, directa o indirectamente, de la mitad de los homicidios perpetrados en los países donde se realizaron esos estudios y fundamentalmente en Estado Unidos. Las cifras son tan impresionantes como devastadoras y discutibles. Psicólogos e intelectuales coinciden en que el público más fiel y susceptible a los efectos de la televisión es el infantil.”*
- *“Encuestas realizadas en Méjico revelan que los programas más vistos por los niños son Los Simpson, cuyo contenido de violencia verbal es considerado alto, seguidos por La Sirenita, La Pantera Rosa, Pobre Angelito, Ricki Rincón, Animaniacs, Chiquilladas y Club Disney, así como Bola de Dragón, Power Rangers, El Hombre Araña y Torkelsons”.*

- *“El investigador David Phillips, de la Universidad de California, recuerda que durante 30 años se han realizado más de tres mil estudios científicos en los que se determina que, si bien la televisión no es la directa responsable de la violencia callejera, sí repercute en el incremento de los índices delictivos, al reproducir las escenas captadas. La violencia difundida con insistencia tiene mucho que ver con el agravamiento de la violencia real y de los abusos asociados con la comisión de ilícitos, dijo Phillips a El Nacional, tras señalar que a la vida cotidiana empiezan a incorporarse como hechos que dejan de ser noticia para ser únicamente frías estadísticas, como producto del crecimiento de la delincuencia. “*
- *“Un informe redactado por la Universidad Complutense de Madrid dedujo que el tiempo que los chicos destinaban al diálogo con sus padres se limita a apenas once minutos semanales.¹¹ Esta tendencia fue confirmada por una conocida consulta de opinión, Nilsen, quien llevó a cabo un sondeo, en 1992, entre chicos de 4 a 6 años. Una de las preguntas planteadas fue si querían más a papá o a la TV. “El 44% respondió a la TV. El motivo, por más cruel que aparezca, llegó con la sinceridad habitual en la gente menuda: “la televisión siempre está en casa y papá no”*
- *“Washington, Los niños que ven programas televisivos con contenidos violentos son más proclives a comportarse de forma agresiva cuando crezcan, según un estudio de la Universidad de Michigan. Los investigadores entrevistaron a 329 personas cuando eran niños y cuando llegaron a adultos, y comprobaron que 20% de los que vieron programas violentos en su infancia 'realizaban con mayor frecuencia actos antisociales y violentos graves', dijo Efe. Entre estos actos se destacan empujar a la esposa en el caso de los varones, y lanzar objetos al marido, en las mujeres. “*
- *“Rowell Hueßmann, quien dirigió el trabajo publicado en la revista Psicología del Desarrollo, entrevistó por primera vez a los voluntarios en la década de 1970, cuando tenían entre 6 y 9 años. El equipo de psicólogos los entrevistó de nuevo cuando tenían unos 20 años, habló con sus esposos y amigos, y revisó sus historiales delictivos y de seguridad vial. Según el estudio, la violencia en la televisión tiene un efecto doble. Disminuye la aversión natural a la violencia y, por otro lado, hace pensar a los niños que los actos violentos están justificados en algunas situaciones, sobre todo cuando los que los llevan a cabo son héroes carismáticos. Además, el trabajo de Hueßmann niega que los niños agresivos busquen a propósito programas violentos. “*
- *“La Asociación Americana de Psicología, que publica la revista que contiene el artículo, considera que la violencia en programas de televisión promueve las actitudes agresivas.”*

- *“Según estudios norteamericanos se emiten una media de 23 publicidades por hora, que sugieren cereales, galletas, comidas rápidas, refrescos y golosinas. Ese excesivo número de comerciales que sugieren alimentos, tiene su parte relacionada a la obesidad infantil. “*
- *“Una encuesta del Centro de Estudios de la Opinión Pública (CEOP), indica que el entretenimiento principal del 77% de los argentinos es mirar televisión, y casi el 84% le destina a dicha actividad más de dos horas diarias. De los 2.926.089 niños de entre 5 y 14 años residentes en Capital Federal y Gran Buenos Aires, un 40% mira de 3 a 5 horas por día.”*
- *“Acerca del impacto de la violencia televisiva en el universo infantil, las universidades de Quilmes, Buenos Aires y Belgrano, en un trabajo conjunto, descubrieron que en 242 horas de programación se reconocieron 4703 escenas de violencia. Según esta estadística, cada tres minutos se producen imágenes de agresión que se duplican los fines de semana y en períodos de vacaciones. Los autores concluyen que, a lo largo de seis años, un menor acumula en su memoria un total de 85.410 escenas violentas.”*

Videoteca

Muestra de las publicidades citadas:

Cindor.



Mastellone Hnos.

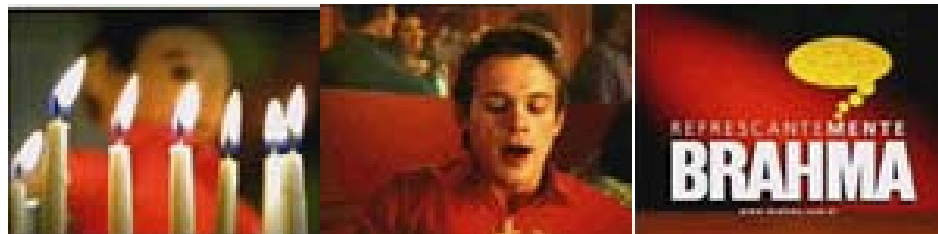
Tulipan.



Kopelco S.A.

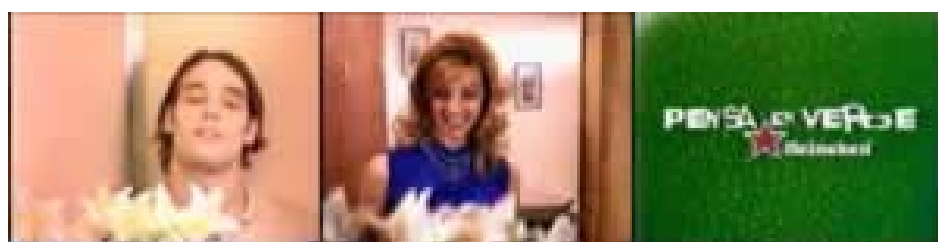
Young & Rubicam

Brahma



CraveroLanis Euro RSCG
Voodoo 2

Heineken



Cerveceria y Malteria Quilmes S.A.

Sibarita



Iaasa – Parca - CraveroLanis

Campaña Topline

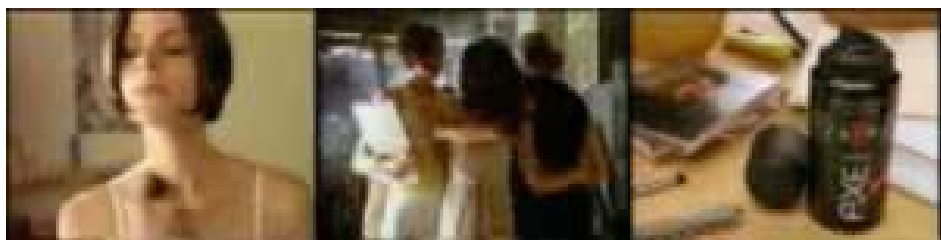


Agulla & Baccetti
Arcor - Vacas - Version: Oveja

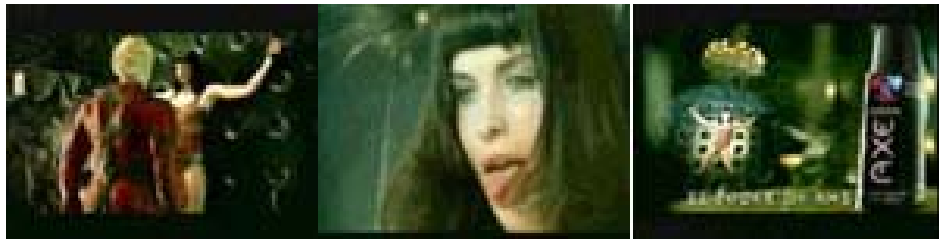


Agulla & Baccetti
Arcor - Vacas - Version: No se corten

Axe



Ammirati Puris Lintas



Axe Fusion - Superheroe

VegaOlmosPonce

Levi's



Muestra de los programas citados:

Tumberos:



Locas de amor:



Los Roldan:



Ambiciones: TELEFE

Horario: Miércoles a las 23.00 hs.

Tipo de programa: Unitario

Protagonista: Susú Pecoraro, Celeste Cid, Joaquín Furriel, Fernán Mirás, Antonio Birabent

Criminal: Canal 9

Horario: Lunes a las 23.00 hs.

Tipo de programa: Policial

Protagonista: Inés Estévez, Diego Peretti, Ulises Dumont, Valentina Bassi

Casados con hijos:

Horario: Lunes, Martes, Miércoles, Jueves a las 20.15 hs.

Tipo de programa: Serie

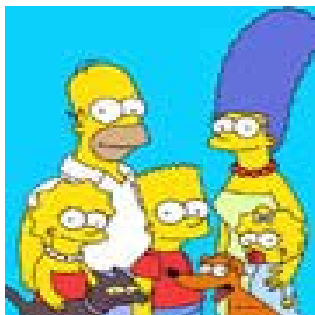
Protagonista: Guillermo Francella, Florencia Peña, Luisana Lopilato, Darío Lopilato

Hombres de honor:

Horario: Martes, Miércoles, Jueves, Viernes a las 22.00 hs.

Tipo de programa: Telenovela

Protagonista: Laura Novoa, Gabriel Corrado, Juan Gil Navarro, Gerardo Romano

Los Simpsons:

Horario: De Lunes a Viernes a las 18.00 hs.

Tipo de programa: Serie animada

Mosca y Smith en el Once. Temporada 2:

Horario: Jueves a las 23.00 hs.

Tipo de programa: Miniserie

Protagonista: Fabián Vena, Tomás Fonzi, Tina Serrano

Director: Diego Kaplan

Mujeres asesinas:

Horario: Martes a las 23.00 hs.

Tipo de programa: Policial

Protagonista: Leonor Manso, Hugo Arana

Policías en acción:

Horario: Viernes a las 23.00 hs.

Tipo de programa: Reality

Sin código. Temporada 2:

Horario: De Lunes a Viernes a las 21.00 hs.

Tipo de programa: Telecomedia

Protagonista: Adrián Suar, Nicolás Cabré, Nancy Dupláa, Alfredo Casero

E24. Emergencias 24 horas

Horario: Miércoles a las 23.00 hs.

Tipo de programa: Documental

Encuestas:

(La transcripción textual de la opinión de los entrevistados)

¿Qué tiene usted para decir sobre la televisión argentina de hoy?

¿Cuál es el nivel de nuestra ficción televisiva? ¿Y de los programas periodísticos?

¿Piensa que la reducción de costos está abaratando también los contenidos? ¿Qué cree usted que le falta y le sobra a nuestra televisión?

1. Centofanti Vicente: 64 años

“Se perdieron los valores (...)

La televisión perdió los valores, ya no importa la hora que es para decir una mala palabra, o mostrar cosas que no es adecuada para la gente que la esta viendo en ese momento. No se respeta el horario de protección al menor. También he visto que los medios de comunicación influyen en el pensamiento de la gente”

3. Roberto Millar: 39 años

“Lamentablemente debo decir que en nuestros días la televisión Argentina ha entrado en un cono de sombras muy pronunciado. A toda hora nos encontramos con programas en donde las palabras soeces son la moneda corriente, en otros la vulgaridad, la chabacanería, el chisme y otros componentes afines, son el centro de atención de los mismos. Hoy como hoy, la televisión no instruye, no educa, no enseña nada bueno. Sólo se ven escenas de violencia, de contenido cuasi pornográfico. Como consecuencia de ello es que tenemos un pueblo aletargado, proclive a las vulgaridades y sin rumbo. Véase lo que sucede en el País y tendremos una muestra acabada de lo que refiero. ¿Los niños? bien, gracias; ni que hablar de los dibujos animados que se proyectan, que si bien no son de industria nacional, son de visión nacional. En fin, no creo que con las Morias, los Amores, los que "Rumorean" y los que "Intrusean" obtengamos el pasaporte hacia un País mejor. ¡Que vivan los "legados" o los "imbatibles". Por lo menos se puede aprender algo. Pero mientras estén ciertos Popes esto no se va a lograr. Si hasta hemos tenido un Presi que en lo único que conocía en profundidad era y es la FARANDULOGIA. POR FAVOR EL QUE PUEDA HAGA ALGO, NOS ESTAMOS QUEDANDO SIN NIÑEZ NI JUVENTUD.”

3. Marilyn Yuntinni: 59 años

“Nuestra televisión no esta a la altura de sus antecedentes, y sino veamos programas como el de moria, vialé etc. Son un insulto para nuestra sociedad. Los noticieros solo sirven para dramatizar mas lo que nos pasa, no dan ninguna buena noticia y las debe haber, los comunicadores no proponen ni denuncian efectivamente nada solo te dan manija para mantener el rating y seguir cobrando su sueldo que en definitiva es solo lo que les interesa por todo eso nuestra televisión no sirve no educa ni entretiene a veces es preferible ver dibujitos que por lo menos no te toman tanto el pelo.”

4. Patricio Carli: 35 años

“La programación actual de televisión es de una vulgaridad tal que hace impensado sentarse con nuestros hijos frente al televisor. La falta de respeto, de decoro, la agresividad, la violencia, la bajeza con que se presentan miserias humanas como si fueran la normalidad en una sociedad civilizada, hacen mucho mal a nuestros niños mostrando agravios, insultos, chismes baratos, peleas entre personajes siniestros que nada aportan al crecimiento de nuestra juventud y solo traen rating barato pero con

resultados económicos, que parece lo único importante hoy. Me refiero a la televisión abierta ya que gracias a los canales de cable uno puede encontrar contenidos de calidad en programas de interés general, ecología, historia, excelente cine y noticias sin intereses mezquinos. Lastima que cada vez menos personas tienen acceso a esta posibilidad”

4. Ivan Gonzalez: 22 años

“En primer lugar debemos destacar que la situación actual que se esta viviendo en el país, en todos sus aspectos: económico, político, social y religioso, afecta indudablemente todos los ámbitos; por lo que no solo se deben abaratar costos sino que se debe ser inteligente a la hora de hacer una buena producción, sin embargo este no debe ser motivo para que los contenidos sean de tan bajo nivel, la chatura esta presente en casi todos los programas que hoy salen al aire en donde el sexo se lleva el primer lugar seguido por toda una filosofía en donde todo se consigue sin esfuerzo, en donde la violencia y la división son dos elementos infaltables a la hora de ver un programa de televisión; también es cierto que los televidentes tampoco se quejan y ahí esta el gran problema lamentablemente ellos quieren ver esto y eso es mas grave aun, sin embargo hay que empezar a cambiar esto, la argentina necesita hoy mas que nunca una brisa descontaminada de valores que la hagan salir de gran crisis en la que esta inmersa, y que mejor manera que usar los medios de comunicación para esto que la televisión se transforme en un elemento inteligente que ayude a fortalecer, no a dividir y confundir. Espero que comprendamos esto no solo para lograr una mejor calidad sino también para poder ayudar desde ese lugar al cambio.”

6. Elsa Santi: 47 años Maestra

“A la televisión Argentina le falta el respeto por el publico en el lenguaje y presentar programas con contenidos y lenguaje culto, con el fin de mejorar la expresión de nuestros chicos que cada vez tienen menos para imitar”

7. Alejandro Rueco: 29 años - Licenciado en Psicología

“Pienso que los programas periodísticos de nuestra actual televisión abusan del supuesto de la confiabilidad de la gente en general hacia los medios de comunicación, y en nombre de ese "exceso de confianza", sermonean, indican las categorías de lo que está bien y lo que está mal, y descalifican a la opinión pública en general, asumiendo a priori que "eso es lo que quiere la gente".... A esta altura me pregunto: alguna vez me preguntaron los medios qué es lo que quiero? Les aseguro que se llevarían una sorpresa....”

8. Abril buzzy: 29 años

“Estoy pensando en ser madre, y me da terror, saber que puedo hacer el mayor esfuerzo en inculcarle y regalarle todos los valores, el mejor lenguaje que mantenga su belleza y el respeto, para que todo se desvanezca en cuanto comienza a socializarse en la escuela, donde la mayoría de los chicos tienen el lenguaje que la televisión " les brinda". Me gustaría leer a alguien que tenga hijos, y que pueda ganarle a ese efecto pernicioso de la vulgaridad descarada en especial de este medio de comunicación.”

9- Maria Concidero: 24 años

"Realmente es reflejo de lo que somos. La televisión Argentina es cada vez mas denigrante, que realmente estamos muy mal si los programas mas vistos por la sociedad argentina son solo de chimentos o novelas absurdas que nos demuestra la sociedad en que vivimos y lo que consumen espero que realmente cambien esta situación, y que podamos decir que la televisión argentina es un fiel reflejo de lo que somos..."

10. María, Kalpin: 16 años

"En la tele siempre los que toman cerveza, u otras cosas están rodeados de chicas y autos. Es como parte de un estilo ganador. Se hacen los galanes con un vaso en la mano, o un cigarrillo. Es como que necesitan tener algo, o sino no son nada."