



II CONGRESO
INTERNACIONAL
DE TEORÍA Y
TÉCNICA DE
LOS MEDIOS
AUDIOVISUALES

TENDENCIAS DEL
periodismo
AUDIO
VISUAL EN LA **era** DEL
espectáculo

actas

Javier Marzal Felici, Andreu Casero Ripollés y Fco. Javier Gómez Tarín (editores)

La espiral de la paz. Violencia cultural para inventar la guerra y la comunicación alternativa para reaprender la paz; hacia una alianza de civilizaciones. Un caso de estudio sobre la recepción de la información televisiva en el Instituto Miquel Peris i Segarra de Castellón (España).

José Ignacio Martín Galán
Universitat Jaume I
basirinacho@yahoo.es

FILOSOFÍA, COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN PARA LA PAZ Y EL
DESARROLLO (Código del grupo: 030)

1- Introducción

El impacto de la información televisiva y de los medios de comunicación de masas en general sobre los receptores es un aspecto ampliamente abordado por muy diversas tradiciones de investigación que abarcan desde las propuestas del estímulo-respuesta, pasando por el *two-step flow*, hasta los indicadores culturales y la teoría del cultivo (D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg, 2007).

La presente investigación toma como una de sus referencias la noción de "cultivo", entendida como la "contribución independiente que aporta la televisión a las concepciones que las personas se forman del mundo social como producto de una exposición sistemática, acumulativa y de largo plazo a sus contenidos, que son repetitivos y convencionales" (D'Adamo, García Beaudoux y Freidenberg, 2007: 100; Gerbner Gross, Morgan y Signorielli, 1990). Según los planteamientos de George Gerbner, la televisión es la principal fuente de cultura cotidiana para poblaciones diversas y heterogéneas; el sistema de mensajes es altamente uniforme y tiende a reforzar los valores convencionales y el público realiza un uso ritualista y poco selectivo de la televisión, circunstancia que provoca una tendencia a la estereotipación. Además, Gerbner plantea que los efectos no sólo provienen de los mensajes o discursos intencionales, sino también de los mensajes televisivos no intencionales que reciben una audiencia masiva y que también proveen a los receptores de una percepción certera sobre las realidades sociales (Gerbner Gross, Morgan y Signorielli, 1990). Si asumimos esta variable, el efecto del mensaje sobre la audiencia dependerá de forma importante de las características personales del receptor y sus capacidades para decodificar e interpretar las imágenes o las informaciones que recibe.

Del mismo modo debemos considerar una serie de conceptos clave vinculados al impacto de la información televisiva sobre los receptores: violencia cultural, creación de la imagen del enemigo, espiral del silencio, maniqueísmo, deshumanización y distinción entre víctimas dignas e indignas.

A la hora de manejar el concepto de violencia cultural, nuestra exposición se encuadra dentro de la presencia de tres distinciones básicas de violencia planteadas por Johan Galtung: directa, estructural y cultural (Galtung, 1990: 291-305). La violencia directa es aquella que se manifiesta de una forma física o directa al emplear un acto de violencia contra una persona o un colectivo (por ejemplo, disparar alguien o bombardear a una población). La violencia estructural hace referencia a una modalidad que, pese a no ser directa, provoca daños en las personas debido a las condiciones estructurales desfavorables que se generan (por ejemplo, cuando un sitio militar o una política concreta provoca en una población carencias de acceso a alimentos, agua, comunicación, recursos sanitarios básicos, etc.). Por último, la violencia cultural es probablemente la más sutil y perversa de las tres, dado que es aquella que se utiliza para enmascarar, justificar o promover a través de la comunicación determinados actos de violencia directa o estructural. En este caso, nos hemos centrado en las consecuencias de la violencia cultural presente en la información televisiva sobre los receptores.

Este concepto está directamente relacionado con la creación de la imagen del enemigo que plantean autores como Noam Chomsky, (Chomsky y Herman, 1990), Ignacio Ramonet (Chomsky y Ramonet, 2001: 30), Naief Yehya (Yehya, 2003: 145-172) o Alejandro Pizarroso (Pizarroso, 2005: 45-72).

La mencionada creación de la imagen del enemigo se acompaña de una presión social descrita por Nöelle Neumann con su teoría de la espiral del silencio (Neumann, 1995: 259-260). La población está condicionada por su percepción sobre el sentir general de la masa y tiene miedo a ser acusada de traición y sufrir el rechazo social si expresa una visión distinta, tal vez una que tenga en cuenta el relato de su enemigo, o simplemente si defiende los derechos fundamentales de éste. Incluso puede darse el caso de que, en ciertos contextos reducidos, una mayoría mantenga posturas contrarias a su convencimiento porque se siente minoría sin serlo. Es la espiral del silencio. En ocasiones esta espiral se completa una construcción de un miedo escénico que permite legitimar ante la opinión pública un cheque en blanco para justificar intervenciones armadas o acciones violentas. Neumann sostiene que los medios (incluida la TV) se han convertido en líderes de opinión que contribuyen a esta espiral de silencio (Neumann, 1995: 14).

Las ideas de Neumann y de Gerbner nos llevan también al planteamiento del maniqueísmo en el que aparecen buenos y malos, héroes y villanos (Morgan, 2002: 371-372), así como la distinción entre víctimas dignas e indignas que plantea Chomsky (Chomsky y Herman, 1990). Según este esquema, los otros, los diferentes o los enemigos (que suelen coincidir con los países del sur) son víctimas indignas que no merecen la misma atención y cuyos derechos humanos tienen una menor consideración que los de las personas occidentales. Para los planteamientos previos y la elaboración de los cuestionarios y entrevistas también nos hemos basado en la herencia teórica de análisis del discurso que arranca de Greimas y Courtes (1982) y se sintetiza en Van Dijk (2000).

2-Un caso de estudio sobre el impacto en los receptores

Las entrevistas con los estudiantes (de edades comprendidas entre los 15 y los 17 años) sacan a la luz que un 100% aseguran haber obtenido a través de la televisión (incluidas las producciones cinematográficas emitidas a través de ésta) la práctica totalidad de sus conocimientos y asunciones sobre la condición de personas de otras culturas y países, distintas religiones, sus convicciones sobre la conveniencia de las intervenciones armadas, el papel de distintos actores en situaciones de conflicto armado y sus percepciones sobre posibles enemigos y amenazas.

Tanto los cuestionarios como los razonamientos de los estudiantes indican que se cumple la máxima de la teoría del cultivo de Gerbner en torno a la creación de estereotipos y la asunción de certezas sobre la realidad según aquellos mensajes a los que están expuestos en la TV. Sin embargo, también es cierto que la percepción de los estudiantes varía en función de sus habilidades de decodificación, las influencias familiares, el tipo de programación televisiva consumida, el complemento de esta información a través de otros canales (lectura, Internet), experiencias de vida en el caso de jóvenes de otros países o de aquellos que han tenido posibilidad de viajar y ampliar así su perspectiva al tener un contacto directo con otras realidades.

A continuación expondremos a modo de ejemplo los resultados de una selección de cinco preguntas significativas extraídas de las entrevistas con los 32 estudiantes que participan en la investigación. Los resultados de las mismas nos servirán como ejemplo de partida para exponer las conclusiones preliminares extraídas sobre los efectos de la información televisiva en el grupo de estudio tras analizar el cómputo global de las entrevistas y cuestionarios.

Cada una de las preguntas está formulada con la intención de profundizar y desvelar el impacto sobre el receptor y su conexión con algunos de los conceptos clave que hemos propuesto en la introducción.

La primera de ellas intenta desvelar las relaciones de la información televisiva y la percepción del diferente como enemigo o amenaza. El enunciado de la pregunta, planteada de forma oral durante una entrevista grabada en vídeo, es el siguiente:

-“Las noticias de la TV dicen que Osama Bin Laden se ocultó en Afganistán. ¿Crees que la gente de Afganistán es de fiar? ¿Por qué?”.

Resultado:

-19 responden sí-----59,4%

-13 responden no-----40,6%

Según las explicaciones de la respuesta que dan los propios entrevistados, nos encontramos con que un 40,6% responde que la gente de Afganistán no es de fiar porque asocian su imagen con Osama Bin Laden, dado que su único conocimiento de Afganistán proviene de la información televisiva que suele aparecer vinculada al terrorismo y a los acontecimientos desencadenados con posterioridad al 11 de septiembre de 2001.

En varias preguntas genéricas anteriores el 90% de los estudiantes respondían que creen firmemente en que la calidad o bondad de las personas no se puede medir por el lugar de procedencia, su raza o su religión.

Sin embargo, comprobamos que este discurso ético no se mantiene en buena parte de los estudiantes cuando se enfrentan a una pregunta sobre un país concreto del que tienen una referencia procedente de la información televisiva. A partir de esta percepción, cerca de la mitad de los entrevistados deshumanizan a la población de Afganistán y la equiparan a la imagen que tienen de un terrorista internacional, lo cual hace que la perciban como una amenaza o un enemigo que suscita miedo. La totalidad aseguran que esa percepción les llega gracias a la información televisiva, aunque en ocasiones ésta se ha completado con información procedente de Internet o percepciones escuchadas en su entorno cercano.

Además, se observa que algunos de los estudiantes más condicionados por esta asociación mediática de la población afgana con el terrorismo son aquellos que más televisión consumen y que tienen un interés en estar “bien informados” a través de informativos y documentales, incluidos los productos ofrecidos vía satélite por televisiones internacionales como CNN. De hecho, la práctica totalidad de los estudiantes que admiten consumir pocos programas de informativos o documentales (y supuestamente están peor informados) no aceptan de forma tan marcada el estereotipo, asumen que no conocen “nada” sobre Afganistán y simplemente consideran que la gente afgana debe ser igual de fiable que la gente de otros países.

La segunda pregunta intenta profundizar en las asociaciones simbólicas del Islam con el terrorismo, y para ello plantea una afirmación extrema sobre el Corán con el siguiente enunciado:

- “Una persona entrevistada recientemente en Radio Nacional ha opinado que uno de los mandatos del libro sagrado de los musulmanes, el Corán, es atacar y suicidarse con una bomba si es preciso para matar a la gente que no cree en Alá.

Verdadero/Falso ¿Cómo lo sabes?”.

Resultado:

-20 responden falso-----59,4%
-12 responden verdadero----- 37,5%
-1 responde que no lo sabe-----3,1%

En este caso, cabe destacar en primer lugar que una parte de quienes responden que la afirmación es falsa son estudiantes musulmanes (5 en concreto) y otra parte incide en que es falsa porque tal vez el mandato no sea tan extremo, aunque sí consideran que existe una asociación entre Islam y violencia o terrorismo.

Mientras, aquellos que consideran la frase verdadera insisten en que han podido comprobarlo a través de la televisión. Resulta especialmente significativa la afirmación de una de las estudiantes que asegura textualmente estar convencida “porque lo he visto en documentales e imágenes en directo de la CNN y la BBC”. Se hace patente también que existen palabras resorte como “terrorismo” que genera un especial efecto en los entrevistados a la hora de identificar al “otro” como enemigo.

De un modo u otro, y al margen de la decodificación que cada uno haga, todos los entrevistados, con excepción de los musulmanes, manifiestan que su información sobre el tema (poca o mucha) proviene de la televisión.

La tercera pregunta intenta profundizar en la imagen del diferente como enemigo, aunque por su contenido también guarda relación con la asociación de otras religiones (incluida el Islam) con el terrorismo. Para ello se les plantea una lista cerrada de países sobre la cual pueden puntuar si consideran cierto que existe una mayor predisposición genética a la maldad y el terrorismo en función de la nacionalidad.

El enunciado es el siguiente:

“Un documental emitido en televisión asegura que las personas son más buenas o malas por cuestiones genéticas en función de la raza, el color de piel y el lugar donde nacieron ¿Crees que es así? Si crees que es así, pon una nota del 1 al 10 según la nacionalidad que tiene un mayor porcentaje de maldad y de inclinaciones hacia el terrorismo. El número 10 sería la de mayor inclinación al terrorismo y el 0 sería la que menos. Junto a cada país te precisamos la religión mayoritaria”.

Resultado:

-19 puntúan-----59,3%

-13 no puntúan-----40,7%

Un 40% de los entrevistados mantiene una convicción firme de que las personas no son ni mejores ni peores según el lugar de procedencia, y se niegan a dar puntuaciones según la procedencia. Sin embargo, un 59,3% sí se presta a dar puntuaciones y sus respuestas ofrecen el siguiente ranking sobre los países que desde su punto de vista tienen una mayor inclinación a la maldad o al terrorismo:

Ranking de las nacionalidades que los estudiantes consideran más proclives al terrorismo y la maldad por cuestiones genéticas y de procedencia		
País	Suma de la puntuación total	Posición en el ranking de puntuación
Afganistán (religión musulmana)	113	2
España (religión cristiana)	66	12
Francia (cristiana)	66	11
Palestina (religión musulmana)	107	3
Iraq (religión musulmana)	124	1
India (Indú)	74	10

Congo (musulmana y cristiana)	83	7
Colombia (cristiana)	99	5
Cuba (santería y cristiana)	91	6
EE UU (cristiana)	101	4
Inglaterra (cristiana)	74	9
Alemania (cristiana)	76	8

Los resultados indican que los tres países con mayor puntuación, además de que su religión mayoritaria es la musulmana, coinciden con aquellos que tienen un mayor protagonismo mediático en los informativos de televisión (Iraq, Afganistán y Palestina), y en la práctica totalidad de las ocasiones por motivo de hechos violentos (guerra atentados, intervenciones militares, etc...). Además, aparece en cuarto lugar EE UU, cuya presencia mediática debido a conflictos armados es notable, especialmente debido a la guerra de Iraq. Les siguen Colombia y Cuba, que también ostentan mayor presencia que el resto en las agendas de noticias de las cadenas televisivas. Se puede apreciar que India, Congo, Inglaterra, Alemania y Francia presentan una menor puntuación, y es cierto que su aparición en televisión es mucho menor (en algunos casos por ausencia de conflicto bélico y en otros casos debido a las agendas mediáticas). Asimismo, destaca el hecho de que el país de origen o de residencia de los entrevistados (España) sea el que tiene una menor puntuación.

Resultan curiosos casos como el de Alemania, que en cuatro cuestionarios concretos recibe una de las puntuaciones más elevadas por parte del entrevistado. La explicación que ofrecen los estudiantes es que la puntuación se fundamenta en la percepción que han generado las películas sobre el régimen nazi proyectadas en televisión, debido a lo cual algunos estudiantes identifican a la población alemana con el Nazismo.

La cuarta pregunta pretende indagar en la posible deshumanización de las personas de países del sur como víctimas indignas o de segunda clase, o población con menos derechos respecto a las personas occidentales. Para ello, se propone un dilema que sigue el esquema de héroes y villanos (maniqueísmo) y que intenta identificar al entrevistado con las mismas premisas que podría seguir el guión de una película taquillera de Hollywood proyectada en televisión (entendemos que una película proyectada en televisión también es información televisiva). El enunciado es el siguiente:

- “Hay un marine americano prisionero en manos de terroristas en Afganistán y tiene que llegar antes de dos días a salvarle la vida a su hija recién nacida con una medicina que sólo existe en Afganistán. Hay dos opciones:
 - A- Bombardear los pueblos de Afganistán donde vive la familia de uno de los secuestradores, dado que al morir unos cientos de personas

afganas los secuestradores temerán peores represalias y se asegurará que liberan al marine ese mismo día.

- B- Buscar un rescate o una negociación diplomática que no implique matar a población afgana, pero que irremediablemente impedirá que la medicina llegue en dos días y la hija morirá con toda seguridad”.

Resultado:

-17 optan por que la niña viva y se bombardeen los pueblos-53,1%

-15 optan por una negociación diplomática aunque la niña muera- 46,9%.

El resultado desvela que más de la mitad de los estudiantes se identifican con el esquema de héroes y villanos y deshumanizan al país no occidental distinguiendo entre víctimas dignas e indignas, tal y como indica la dicotomía propuesta por Noam Chomsky. Buena parte de los entrevistados se identifican con el marine americano -al más clásico estilo de la película de acción hollywoodiense- y prefieren salvar la vida de una niña a costa de matar a cientos de personas inocentes que son desconocidas y de un país no occidental. Resulta especialmente curioso que, en este caso, las mujeres presentan una mayor predisposición a identificarse con la historia de la niña y salvarla, sin pensar sobre las consecuencias para la población inocente afgana. Además, varios de los estudiantes que rechazan la intervención armada se muestran sin embargo influenciados por la terminología habitual en la propaganda de guerra y en los discursos políticos eufemísticos. De este modo, los mismos entrevistados que se oponen a la intervención armada son favorables a ella cuando se les pregunta si, por el contrario, la aceptarían en caso de tratarse de un “ataque preventivo” o un “bombardeo preventivo”.

La quinta pregunta tiene por objeto incidir en el efecto de una información televisiva a la hora de elegir sobre una opción pacífica o una intervención militar para resolver un conflicto. La pregunta utiliza un planteamiento basado en el maniqueísmo y la terminología que se utiliza en la propaganda de guerra y en las declaraciones televisivas de más de un conocido dirigente político. El enunciado es el siguiente:

-“Los informativos de TV han informado hoy de que Irán ha puesto un satélite en órbita, el cual prevé utilizar con fines tecnológicos y también militares. Varios países de Europa y EE UU han manifestado su preocupación ante una amenaza nuclear.

Ante esta situación, responde:

Una intervención militar convincente es la única forma de acabar con los países que nos amenazan con bombas nucleares y lograr así seguridad para los nuestros.

Sí o no”

Resultado:

-18 apoyan la intervención militar--- 56,25%

-14 no apoyan la intervención militar--- 43,75%

El análisis de las entrevistas desvela que más de la mitad de los entrevistados se decantan por una intervención armada y se identifican con los planteamientos que recurren al maniqueísmo, la patria, la creación del enemigo y el miedo. Se observa que existen palabras resorte como “amenaza nuclear” que generan una reacción especialmente visible en los entrevistados a la hora de justificar acciones armadas o

dejarse llevar por la creación del enemigo y el miedo. Al igual que en la cuarta pregunta, varios de los estudiantes que rechazan la intervención armada se muestran sin embargo influenciados por la terminología habitual en la propaganda de guerra y aceptarían la intervención armada en caso de tratarse de un “ataque preventivo” o un “bombardeo preventivo”.

3.Conclusiones

Las cinco preguntas expuestas y sus correspondientes resultados pretenden ser un ejemplo fragmentado que aúne una representación de los resultados más significativos que hemos encontrado a lo largo de todo el estudio y en el cómputo global de las entrevistas realizadas a los alumnos y alumnas de cuarto de ESO del Instituto Miquel Peris i Segarra.

Con este punto de partida, extraemos las siguientes conclusiones sin la pretensión de presentarlas como un axioma o ley de comportamiento sociológico, sino como una herramienta interesante para suscitar debate y futuras líneas de investigación que profundicen más sobre los aspectos abordados en el marco de los estudios de los efectos de la información televisiva sobre el público:

1-Los estudiantes basan sus percepciones sobre otras culturas, religiones, países, guerras, terrorismo y su disposición a secundar conflictos armados o no en la información televisiva.

2-La información televisiva, con mensajes intencionados o no, ha contribuido a crear en un elevado porcentaje de los entrevistados una percepción del “otro” como amenaza o enemigo (especialmente en el caso de países no occidentales y musulmanes), una espiral de silencio que tiende a asumir el supuesto sentir general de la mayoría, una distinción entre víctimas dignas (occidente) e indignas (países del Sur) y un maniqueísmo que sigue el esquema de héroes y villanos.

3-La percepción de los estudiantes sobre los “otros” está condicionada por el protagonismo que ostentan los países en cuestión en las agendas de noticias de las televisiones. La percepción negativa sobre la población de otros países y culturas se incrementa cuando se trata de países o regiones que copan los informativos por motivo de guerras y atentados terroristas. Además, los estudiantes tienden a equiparar la imagen negativa de personajes mediáticos considerados enemigos (sirva como ejemplo Osama Bin Laden) con la población de sus países o con su religión. Este condicionante también aparece en el caso de realidades representadas en las películas proyectadas en televisión (valga como ejemplo la asociación de la población alemana con el Nazismo).

4-La información televisiva, de forma intencionada o no, retroalimenta en un considerable porcentaje de los estudiantes una asociación errónea de Islam con terrorismo.

5-Existen una serie de términos clave utilizados ampliamente en los discursos políticos y la propaganda de guerra que condicionan a los receptores estudiados (terrorismo, amenaza nuclear, ataque o bombardeo preventivo, patria...). Se ha detectado en estudiantes que rechazan las intervenciones armadas una tendencia a asumir la terminología e incluso caer en la trampa de legitimar la misma intervención

armada que rechazan si se la maquilla con términos como “ataque o bombardeo preventivo”.

6-Alrededor del 50% de los estudiantes asumen estereotipos y la imagen del “otro” como enemigo en el nivel discursivo general a raíz de sus convicciones aprendidas en la televisión. Sin embargo, un factor como el incremento de población extranjera en las clases ha generado lazos personales que diluyen en el plano interpersonal el discurso aprendido de los medios. Por ejemplo, en el caso de los musulmanes, los estudiantes asumen un estereotipo general sobre los países islámicos, aunque en muchos casos excluyen de esa imagen, y como excepción, a sus compañeros de clase y amigos musulmanes.

7-Las formas de entender y decodificar la información televisiva varían en función de la situación personal del estudiante, el tipo de programación consumida, las corrientes de opinión procedentes de la familia, su capacidad de perspectiva crítica y el papel de otras fuentes de información alternativas (lectura, Internet...).

8-Actualmente, el mencionado programa de educación en consumo de medios de comunicación, paz e interculturalidad sigue desarrollándose en el Instituto Miquel Peris y a su término esperamos poder obtener resultados sobre posibles cambios en la percepción de los estudiantes y en su forma de decodificar la información televisiva. Sin embargo, el trabajo con los alumnos permite apuntar desde este momento que su percepción y su forma de decodificar la información televisiva están comenzando a experimentar cambios muy positivos a tener en cuenta.

4-Bibliografía

- CHOMSKY, N. Y HERMAN, E. (1990): *Los guardianes de la libertad. Propaganda, desinformación y consenso en los medios de comunicación de masas*. Barcelona: Crítica.
- CHOMSKY, N. Y RAMONET, I. (2001): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria
- D'ADAMO, O; GARCÍA BEAUDUX, V; FREIDENBERG, F. (2007): *Medios de comunicación y opinión pública*. Madrid: Mc Graw-Hill.
- del lenguaje*. Madrid: Gredos.
- GALTUNG, Johan (1990): “Cultural violence”, *Journal of Peace Research*, vol. XXVIII, (3): 291-305.
- GERBNER, G.; GROSS, L.; MORGAN, M. Y SIGNORIELLI, N. (1990): “Trazando la corriente dominante: contribuciones de la televisión a las orientaciones políticas”, *Revista de Psicología Social*, 5 (1): 71-79.
- GREIMAS, A.J. Y COURTES, J. (1982): *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría*
- MORGAN, M. (2002): *Against the Mainstream. The selected works of George Gerbner*. Nueva York: Peter Lang Publishing.
- NEUMANN, N. (1995): *La espiral del silencio: opinión pública, nuestra piel social*. Barcelona: Paidós.
- PIZARROSO, Alejandro (2005): *Nuevas guerras, vieja propaganda*. Madrid: Cátedra.
- VAN DIJK, TEUN A. (2000): *El discurso como interacción social*. Barcelona: Gedisa.
- YEHYA, Naief (2003): *Guerra y propaganda. Medios masivos y mito bélico en EEUU*. Barcelona: Paidós Ibérica.