

PONENCIA SOBRE “LIBERTAD DE EXPRESIÓN *VERSUS* VIOLENCIA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”

POR: CARLOS GÓMEZ PALACIO Y CAMPOS *

INTRODUCCIÓN

Es para mí un honor tener la oportunidad de dirigirme a una audiencia compuesta fundamentalmente por jóvenes que, el día de mañana, habrán de tener bajo su responsabilidad, tanto la procuración de justicia dentro de nuestra sociedad, como la formulación, establecimiento, promoción, difusión y defensa de leyes, normas, códigos y reglamentos que permitan que la vida del ser humano en general y la convivencia con sus semejantes en particular sea cada día más digna, justa, respetuosa, pacífica y promotora del desarrollo integral de la persona, dentro del marco constitucional. Tienen ustedes —queridos jóvenes— bajo su responsabilidad la encomienda de lograr que algún día nuestro país pueda vivir auténticamente en un *estado de derecho*.

Siempre he pensado que existen cinco grupos de profesionistas que —por las características de su ejercicio profesional— *tienen una mayor responsabilidad en la construcción de un mundo más digno para el hombre*: me refiero a los médicos, los abogados, los psicólogos, los educadores y los comunicólogos. Es por eso que como profesionista de la comunicación, como investigador de los procesos de interacción entre los individuos, como director de una Escuela que al igual que ésta pretende contribuir a la formación de los recursos humanos de nuestro país, como ciudadano y como padre de un alumno de esta Facultad, me complace el poder compartir con ustedes algunas ideas, conceptos y reflexiones que han sido fruto de varios años de estudio y experiencia.

* Presentada en la XIX Semana Académica de la Facultad de Derecho de la Universidad Anáhuac, celebrada del 19 al 23 de octubre de 1998. El autor es doctor en investigación de comunicación de la comunicación por la Universidad Stanford, California. En la actualidad ocupa el cargo de Director de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Anáhuac.

Lo hago con profunda humildad y con la esperanza de que sirvan de base para la discusión, la polémica, el debate, la crítica y la refutación, que en última instancia —como dijera el gran filósofo de la ciencia Karl Popper— son esenciales para avanzar en el conocimiento humano.

DESARROLLO HISTÓRICO DE LOS MEDIOS

Históricamente, el análisis acerca de los medios de comunicación y su impacto en la sociedad ha sido por demás controvertido. El papel preponderante que han venido a jugar los medios en nuestra vida, su contribución al desarrollo de las sociedades modernas, basada en su gran capacidad para transmitir información, proporcionar entretenimiento y transmitir la herencia cultural de los seres humanos, aunada —paradójicamente— al peligro que han venido a representar en el desarrollo armónico de algunos niños y jóvenes, por la difusión de ciertos contenidos con un alto grado de violencia, erotismo y falta de respeto a algunos valores fundamentales de la persona, de la familia y de la sociedad, *han traído como consecuencia el que las posiciones en el debate acerca de los medios de comunicación se polaricen.*

De hecho, es precisamente en este campo donde se han librado las más fuertes batallas entre quienes pugnan por la libertad de expresión y aquellos que sienten la necesidad de proteger a los sectores más jóvenes de la sociedad tratando de evitar que se expongan a contenidos que pudieran resultar nocivos para su formación.¹

Los medios de comunicación han venido a convertirse, sin lugar a dudas, en el signo de nuestro tiempo. De hecho —y en gran parte debido a la enorme influencia que los mismos han venido a ejercer en el cotidiano devenir de la existencia de los hombres y mujeres que para bien o para mal habitamos actualmente el planeta— observamos que a la época que marca el fin del presente milenio y el principio del próximo, se le ha venido a denominar la *Era de la Comunicación, de la Información y del Conocimiento*. Más aún, algunos empresarios de los medios como Edward O. Fritts, Presidente de la *National Association of Broadcasters* (NAB) —organismo que agrupa a las principales empresas de radio y televisión tanto en Estados Unidos como de otras partes del mundo— afirman que el acelerado desarrollo de las tecnologías de comunicación, ha traído como consecuencia que, a partir del presente año, se hable del surgimiento de la *Era Digital*.

Cabe aclarar que esta caracterización de nuestro tiempo no es fruto de la creatividad e ingenio de unos cuantos sociólogos, intelectuales o líderes de

¹ D. F. ROBERTS, "Sistemas de Clasificación de los Contenidos: Restricciones vs. Libre Elección". Ponencia presentada en la *Conferencia Intenacional sobre el Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México*, organizada por la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la H. Cámara de Diputados y celebrada en la Ciudad de México del 6 al 9 de mayo de 1998.

la comunicación. Un grupo de historiadores franceses, entre los que podríamos destacar a George Duby y Jacques Le Goff, pertenecientes a la denominada *Escuela de los Anales*, han establecido que los cambios en la historia se han dado no tanto con la ocurrencia de grandes acontecimientos o la aparición de notables personajes, sino cuando la vida cotidiana de los diversos sectores de la sociedad y sus manifestaciones culturales populares cambian en forma radical.²

Oficialmente, *la comunicación masiva se inicia con el invento de Johann Gutenberg en 1450*, mismo que permite que los conocimientos científicos y filosóficos salgan de los confines de los conventos y universidades y estén gradualmente al alcance de un mayor número de personas. De hecho, Marshall McLuhan —el gran científico y visionario canadiense, cuyo pensamiento ha sido criticado en tanto que propone la existencia de un cierto *determinismo tecnológico*— bautiza a la era surgida de la imprenta con el nombre de *era gutenbergniana*, caracterizada por (1) el surgimiento del público, (2) la democratización del conocimiento y (3) el desarrollo de un pensamiento lógico lineal.³

Sin embargo, no es sino hasta principios del siglo XVII —casi 150 años después de la invención de la imprenta— cuando aparecen las primeras publicaciones noticiosas tanto en Alemania como en otros países europeos. Es importante hacer notar que el desarrollo de la prensa coincide con la caída del feudalismo europeo —caracterizado por ser un sistema económico basado en la “producción para el uso”— y el surgimiento del capitalismo, traducido económicamente como “producción para la obtención de utilidades”. Es precisamente entonces, con el surgimiento de un nuevo ciudadano, el decir del comerciante y, más adelante, del productor —y por ende con el nacimiento de una nueva clase social: la burguesía— cuando emergen los primeros periódicos.⁴

En América, un impresor italiano llamado Juan Pablos —quien había emigrado a México procedente de España y más concretamente de Sevilla— no sólo funda en nuestro país la primera imprenta de todo el continente (en la llamada *Casa de las Campanas*), sino que, conjuntamente con el notario público Juan Rodríguez, lanza un boletín noticioso en la ciudad de México en el que se informa acerca de un terremoto ocurrido en Guatemala.⁵

² B. UREÑA, “Entrevista realizada por el autor como parte de la investigación efectuada para la elaboración del presente artículo”. Huixquilucan, Estado de México: Universidad Anáhuac, octubre de 1998.

³ E. M. ROGERS, *A History of Communication Study: A Biographical Approach*. New York: Free Press, 1994.

⁴ D. R. PEMBER, *Mass Media in America* (Fourth Edition). Chicago: Science Research Associates, 1983.

⁵ A. CUÉLLAR, “Entrevista realizada por el autor como parte de la investigación efectuada para la elaboración del presente artículo”. Huixquilucan, Estado de México: Universidad Anáhuac, octubre de 1998; E. EMERY y M. EMERY, *The Press and America: An In-*

En la práctica, no fue sino hasta 1722 cuando nace la primera publicación periódica de toda la América Hispana: *La Gaceta de México* publicada mensualmente por el clérigo zacatecano Juan Ignacio Castorena Ursua y Goyeneche, en la que se incluían noticias de España, California, Manila, la Habana, Guatemala y, desde luego, de la Nueva España.⁶

En Estados Unidos el periodismo nace en el área de Nueva Inglaterra, casi 85 años después de que los primeros colonos ingleses —conocidos como peregrinos— se establecieran en Plymouth, Massachusetts.

A partir de la serie de acontecimientos antes mencionada, *la prensa inicia un largo y tortuoso proceso de desarrollo, plagado de fuertes y continuas batallas por alcanzar la libertad de expresión*. El absolutismo propio de los gobiernos de la época trae como consecuencia el cierre de numerosos diarios y el encarcelamiento tanto de algunos de sus directores, como de ciertos escritores que utilizaban dicha tribuna para expresar su desacuerdo con las disposiciones de los gobiernos totalitarios.

A pesar de ello, a fines del siglo XVIII y principios del siglo XIX, la prensa se convierte en una poderosa arma de algunos grupos revolucionarios e independentistas, llegando gradualmente a convertirse en *el cuarto poder*. En la segunda mitad del siglo XIX, la prensa adquiere gran fuerza en la mayoría de las sociedades, caracterizándose su desarrollo por (1) la incorporación de amplios espacios dedicados a la publicidad, (2) la manifestación del medios (con la aparición de la llamada prensa de a centavo o *penny press*) y (3) el surgimiento de la nota sensacionalista, conocida asimismo como prensa amarillista por asociación con el personaje de tiras cómicas llamado *Yellow Kid*, mismo que se hiciera famoso en los periódicos de dos de los más grandes empresarios de los medios impresos de todos los tiempos: Joseph Pulitzer (dueño y director del *New York World*) y William Hearst (dueño de numerosos diarios entre los que destacaban: el *San Francisco Examiner* y el *New York Journal*).⁷

A fines del siglo XIX, surge otro importante medio de comunicación: *el cine*, el cual al principio consistía en una serie de vistas o pequeños documentales con duración de 50 segundos cada uno. No es sino hasta 1915 cuando surgen los primeros largometrajes y hasta fines de la década de los veinte cuando empieza el cine sonoro.⁸

A pesar de la idea romántica que existe de que los contenidos del cine de los años treinta y cuarenta era inocuos, podríamos señalar que fue precisamente en esa época cuando se llevan a cabo los primeros estudios sobre los efectos de los medios, realizados por un grupo de investigadores tanto de la

terpretative History of the Mass Media (Fifth Edition). Englewood Cliffs, NJ: Prentice—Hall, 1984.

⁶ *Ibidem*.

⁷ D. R. PEMER, *op. cit.*

⁸ C. PRADO, "Entrevista realizada por el autor como parte de la investigación efectuada para la elaboración del presente artículo". Huixquilucan, Estado de México: Universidad Anáhuac, octubre de 1998.

Universidad de Chicago, como de la Universidad Estatal de Ohio —a través de los estudios denominados *Payne Fund Studies*, llamados así en honor de la institución que los patrocinó— con el objeto de determinar, primero, cuántos niños asistían al cine semanalmente; segundo, qué temas eran los más frecuentemente presentados y, tercero, qué efectos producían dichos contenidos en los niños.

Los resultados de los mencionados estudios demostraron: (1) que los adolescentes asistían con mayor frecuencia que los espectadores pertenecientes a cualquier grupo de edad y que los hombres eran más aficionados al cine que las mujeres; (2) que casi el 75% de las 1,500 películas analizadas por los investigadores contenían escenas de crimen, terror, sexo y relaciones amorosas y, adicionalmente, que en la mayoría de las películas se mostraba abiertamente el consumo del tabaco y del alcohol, en una época y en una sociedad en la que esto último estaba absolutamente prohibido y (3) que la mayoría de los niños reportaban haber tenido pesadillas, insomnio y miedo después de haberse expuesto a algunos de esos contenidos.⁹

Sin embargo, desde otro punto de vista, el cine trajo consigo grandes aportaciones tanto para el mundo del arte y la cultura como en el terreno noticioso. Respecto a este último punto cabría destacar que a mediados de los años treinta sugen los primeros noticiarios de cine, constituyéndose, de esta forma, en el primer medio que transmite información periodística combinando voz e imagen.

La tercera gran etapa del desarrollo de los medios surge con la *aparición en la escena tecnológica, social y cultural de los medios electrónicos de comunicación, es decir, de la radio y la televisión*. El primero de ellos surge a mediados de la década de los veinte y el segundo a mediados de la de los cuarenta, aunque en el caso específico de México la televisión inicia en 1950.

Su aparición y desarrollo está asociado con numerosos descubrimientos e inventos como el telégrafo creado por el pintor norteamericano Samuel Morse, en 1837; el teléfono inventado por Alexander Graham Bell, en 1876; la radiotelegrafía inventada por el italiano Guillermo Marconi, en 1894; la radiotelefonía creada por John Fleming, en 1904; la radio, cuyo concepto como industria fuera desarrollado e impulsado comercialmente por David Sarnoff, a partir de 1916; el sistema de transmisión de radio libre de estática, denominado frecuencia modulada (FM), inventado por Edwin H. Armstrong, en 1935 y la televisión creada por el británico John Logie Baird, quien en 1925 logra transmitir la imagen de una muñeca de un cuarto a otro a través de un método mecánico. Todos estos fueron hombres que pusieron las bases de lo que hoy constituye nuestra herencia tecnológica.¹⁰

⁹ E. M. ROGERS, *op. cit.*

¹⁰ C. GÓMEZ PALACIO, *Comunicación y Educación en la Era Digital: Retos y Oportunidades*. México, D. F., Editorial Diana, 1998.

PRINCIPALES CONTENIDOS DE LOS MEDIOS

Los medios electrónicos surgen con la idea de *proporcionar entretenimiento, diversión e información a públicos masivos*. Es así como nacen diversos géneros radiofónicos como los programas de concurso, los musicales, los dramáticos y los noticiosos. En México, *la Hora del Aficionado*, *el Doctor I.Q.*, *la Hora Azul de Agustín Lara*, el radiodrama de *Carlos La Croa* y algunos segmentos informativos constituyen ejemplos de los primeros programas de radio, de cuya audiencia seguramente formaron parte los abuelos de ustedes. Una característica importante de la radio en sus etapas iniciales es que fue un medio con la capacidad de congregarse a su alrededor a la familia.¹¹

Más tarde, con el advenimiento de la televisión a partir de la década de los cincuenta, los patrones de recepción cambian radicalmente. La televisión viene a constituirse en el medio de comunicación por excelencia. En sus etapas iniciales el nuevo medio adopta los mismos géneros de la radio y los lleva a la pantalla. Es así como surgen los programas de aventura, los programas musicales, los noticiarios y las telenovelas, estas últimas nacidas en México en 1958, con la adaptación a la pantalla chica de algunas obras previamente presentadas en radio, cine o teatro, tales como: *Senda Prohibida* y *Gutierritos*.¹²

Con el paso del tiempo, cada uno de los medios electrónicos adquiere su propia personalidad. Específicamente, la radio —y en especial a partir de los años ochentas— se especializa en programas noticiosos y musicales. En un estudio realizado recientemente por la compañía IBOPE AGB México —empresa que actualmente genera la información acerca de los *ratings* de los programas de radio y televisión— se encontró que, en promedio, *la gente en nuestro país escucha radio cerca de dos horas al día y que su principal centro de interés son tanto los noticiarios, los programas de análisis, entrevistas y comentarios, como los programas musicales*.¹³

La televisión por otro lado, constituye el medio de mayor preferencia de la mayoría de la población. En México, por ejemplo, *la gente se expone a dicho medio tres horas diarias en promedio*. Sin embargo, cabe aclarar que la media aritmética, a pesar de constituir una de las mejores medidas encontradas por los estadísticos para sumarizar las características de una variable, en la práctica puede ser engañosa. En nuestro caso tenemos que aproximadamente un 20% de la población está compuesta por televidentes “pesados” o *heavy viewers* mismos que gustan de exponerse a dicho medio entre seis y siete

¹¹ *Ibidem*.

¹² M. CASTILLO, “Nace la telenovela”, artículo publicado en el suplemento especial intitulado “La telenovela en México: 40 años de hacer drama” (primero de cuatro números), publicado en el periódico *Reforma*, 31 de julio de 1998, pp. 4-6.

¹³ R. JARA ELÍAS, “Medición e impacto de los medios electrónicos en México”. Ponencia presentada en el *Quinto Seminario de Actualización Profesional de la AMAI*. México, D.F.: Asociación Mexicana de Agencias de Investigación y Opinión Pública, 21 de agosto de 1998.

horas al día, lo cual podría ser considerado, sin lugar a dudas, como un problema de adicción.¹⁴

Los televidentes mexicanos ven fundamentalmente telenovelas, películas y programas deportivos, especialmente fútbol. El orden de estos factores puede alterarse dependiendo de la época del año. Así tenemos que cuando existe algún evento deportivo importante y más concretamente un partido de fútbol “taquillero” —ya sea un “clásico” del campeonato mexicano, o algún partido de la denominada “liguilla” eliminatoria para definir el campeonato nacional o algún partido o serie de partidos internacionales como pueden ser los de la Copa América o los de la Copa del Mundo y en especial en aquellos en los que juega la selección mexicana —la categoría de programas deportivos supera con mucho los niveles de audiencia de las telenovelas o de cualquier otro tipo de programa.¹⁵

Este fenómeno no es privativo de México. Se observa también en otras partes del mundo. Prueba de ello lo constituye el hecho de que la audiencia total acumulado de los 64 partidos del mundial *Francia '98* fue de 37,000 millones de personas, lo cual nos da una audiencia promedio por partido de más de 575 millones de telespectadores, es decir, lo equivalente a toda la población de Argentina, Bolivia, Brasil, Estados Unidos y México junta.¹⁶

El cine ha venido a convertirse en el medio de comunicación por excelencia para los jóvenes. De hecho, en un estudio realizado por la compañía *Opinion Research Corporation International (ORCI)*, se encontró que en promedio los jóvenes de entre 13 y 19 años de edad, ven cuatro películas a la semana.

PRINCIPALES EFECTOS DE LOS CONTENIDOS DE LOS MEDIOS

El enorme éxito de los medios y su gran penetración en todos los ámbitos de nuestra vida han venido a despertar el interés por conocer más a fondo los efectos de sus contenidos. Más aún, dicho interés se ha visto acentuado por la preocupación mostrada por algunos padres de familia, educadores, organismos no gubernamentales, legisladores e incluso algunos funcionarios de los medios de comunicación ante la saturación de violencia y otros contenidos indeseables observados en algunos medios.

Según estudios de *análisis de contenido* realizados por un grupo de investigadores de la Universidad de California, más del 60% de las películas y programas de televisión producidos en Estados Unidos contienen una alta carga de violencia. Estos niveles de violencia se incrementan en los programas que se transmiten dentro de los horarios de máxima audiencia (denominado *prime time*), alcanzando un nivel del 70% en los programas de la televisión

¹⁴ *Ibidem.*

¹⁵ C. GÓMEZ PALACIO, *op. cit.*

¹⁶ K. CARBONE, *Broadcasters Handbook: France 1998 Football World Cup*, Paris, TVRS, 1998.

abierta y de casi el 90% en televisión por cable y en particular dentro de los programas que caen en la categoría de “pago por evento”. Más aún, el problema fundamental no es tanto que se presente la violencia en forma cierta, sino que ésta sea mostrada como una serie de actos normales, triviales y hasta positivos, perpetrados por personajes atractivos, cuyas conductas podrían servir de modelo para grandes sectores del público; actos sin consecuencia alguna, es decir, en los que no se muestra ningún tipo de remordimiento, castigo, sanción o crítica para el que los comete y en los que —a diferencia de la vida real— se muestra a la víctima como un personaje que no sufre daño ni dolor alguno.¹⁷

Los resultados de los estudios antes mencionados, aunados a una serie de acontecimientos ocurridos durante la segunda mitad de la década de los noventa —tanto en programas de entretenimiento como en programas informativos— ha venido a intensificar la inquietud experimentada por la sociedad a este respecto. Bástenos con recordar:

- El programa de dibujos animados transmitido en Japón, en diciembre de 1997, cuyas imágenes con base en explosiones, luces intermitentes e intensos colores produjeron que cerca de 700 niños experimentaran vómito y convulsiones de tipo epiléptico;

- Algunos programas informativos transmitidos en México, en los que se ha presentado un sinnúmero de casos de violencia, desde robos y extorsiones, hasta secuestros, violaciones, crímenes, linchamientos y matanzas de grupos de campesinos;

- El surgimiento y desarrollo de ciertos géneros musicales, como el *Heavy Metal*, en los que se degrada el papel de la mujer presentándola como objeto sexual; se promueven sentimientos de depresión y desesperanza y —aunque sea indirectamente— se incita a la violencia y al suicidio;¹⁸

- El surgimiento de numeros programas infantiles —como *Dragon Ball* y *Dragon Ball Z*, en el caso de la televisión y *Mortal Kombat*, en el mundo de los videojuegos— en los que no sólo se maneja un lenguaje muy agresivo entre los personajes, sino que (1) el combate constituye la principal atracción del programa, (2) las batallas se glorifican y tienen un carácter de excitación, y (3) el odio constante entre los personajes, mismo que deriva en escenas sanguinarias en las que se muestra a muertos mutilados y decapitados, parece constituir la esencia del mensaje que se busca transmitir a los niños y jóvenes;¹⁹

¹⁷ J. FEDERMAN, *National Television Violence Study* (Vol. 3). University of California, Santa Barbara: Center for Communication and Social Policy, 1998.

¹⁸ P. G. CHRISTENSON y D. F. ROBERTS *It's Not Only Rock & Roll: Popular music in the lives of adolescence*. Cresskill, NJ: Hampton Press, 1998.

¹⁹ S. GARCÍA GOZÁLEZ y P. MORENO, *Análisis de contenido de los programas Dragon Ball y Dragon Ball Z*. Instituto de Ética y Comunicación. Huixquilucan, Estado de México, Universidad Anáhuac, 1998.

• La transmisión en vivo de ciertos actos terriblemente cruentos, como aquél ocurrido en abril del presente año, cuando todos los canales de televisión de los Ángeles, California, interrumpieron su programación regular para transmitir la persecución de un sujeto, misma que concluyó con el suicidio de este último ante las cámaras de televisión. Lo más preocupante de dicho acontecimiento fue que sucedió a media tarde, hora en la que la mayoría de los niños pequeños veía tranquilamente caricaturas o algunos otros programas infantiles.

Las reacciones de los diversos sectores de la sociedad ante este tipo de contenidos han llevado a los científicos sociales —principalmente a aquellos interesados en el estudio de los procesos de comunicación y sus efectos emocionales, cognoscitivos y conductuales— a centrar todos sus esfuerzos en el análisis de las consecuencias negativas de ciertos contenidos en determinados públicos.

Los resultados de sus investigaciones nos indican en forma consistente y clara lo siguiente:

1. Que el público —contrariamente a lo que se pensaba hace algunos años— no es una masa inerte, carente de iniciativa y voluntad que, víctima de los embates de los medios de comunicación, tienda a actuar en consecuencia. Por el contrario, excepción hecha de los niños más pequeños, la mayoría de la gente gusta de exponerse a ciertos contenidos para satisfacer su necesidad de entretenerse, para adquirir información o para evadir la realidad.²⁰

2. Que tanto el *perfil demográfico* (sexo, edad, nivel socioeconómico, escolaridad y lugar de residencia) como el *psicográfico* (valores personales, familiares y culturales, costumbres, hábitos y estilos de vida) de las personas juegan un papel importante en la preferencia de la gente por determinados contenidos. La influencia de estos factores es tan importante que casi podríamos decirle a una persona: “dime quién eres y —más concretamente, cómo eres— y te diré qué ves, lees y escuchas”.²¹

3. Que la situación específica en la que se encuentra un individuo en el momento de exponerse al medio, así como el estado emocional o afectivo que éste experimente en un determinado momento (depresión, ansiedad, angustia, alegría, euforia, exaltación, etcétera) pueden influir fuertemente su elección.²²

4. Que el que los miembros de la audiencia tengan algo de responsabilidad por los mensajes que consumen y por la forma en que responden a ellos, no significa que debemos dejar de preocuparnos por los efectos potenciales de

²⁰ C. ATKIN, “Information Utility and Selective Exposure to Entertainment Media”. En D. Zillmann y H. Bryant (eds.) *Selective Exposure to Communication*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1985.

²¹ J. WEBSTER y WAKSHLAG, “Measuring Exposure to Televisión”. En D. Zillmann y J. Bryant (eds.) *Selective Exposure to Communication*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1985.

²² D. ZILLMANN y J. BRYANT, “Affect, Mood, and Emotion as Determinants of Selective Exposure”. En D. Zillmann y J. Bryant (eds.) *Selective Exposure to Communication*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1985.

los contenidos negativos de los medios. *Los mensajes emitidos por estos últimos producen ciertos efectos independientemente de que hayan sido seleccionados activamente por el público o que éste se haya expuesto a ellos pasivamente.*²³

5. Que el reforzamiento de actitudes y valores preexistentes es un elemento fundamental —aunque no muy consciente de parte de las personas— en la decisión de elegir ciertos contenidos con preferencia a otros. Es decir, que normalmente la gente gusta de ver, oír y leer aquello que va de acuerdo con sus valores, creencias, puntos de vista, gustos y motivaciones y tiende a evitar todo mensaje que sea contrario a los mismos.²⁴

6. Que independientemente de que la agresión de las personas se genere (1) por razones de tipo genético, (2) por factores neurofisiológicos, es decir, por deformaciones o mal funcionamiento del hipotálamo, la amígdala o los lóbulos frontales, (3) como consecuencia de la experiencia de vida de cada persona —es decir, como fruto del maltrato, la agresión, la frustración o por simple imitación de otras conductas— o (4) por la combinación de todos estos factores, lo cierto es que existen personas más violentas que otras y que en términos de comunicación, éstas tienden a ver más violencia que el común de la gente. De hecho, la relación causal entre exposición y violencia no es muy clara aún, en tanto que no se ha podido determinar con suficiente exactitud si la agresividad de la gente hace que vea más contenidos violentos o bien si los contenidos violentos hacen que la gente se vuelva más agresiva. Ambos hechos son indiscutibles y probados. Pero como en “el caso del huevo y la gallina”, no se ha podido probar qué fue primero, es decir cuál es la causa y cuál es el efecto. Todo parece indicar que existe una especie de *causalidad recíproca* entre ambos factores.²⁵

7. Que a pesar de que las concepciones acerca de lo que es violento y lo que no lo es, pueden variar de una persona a otra o de un grupo cultural a otro, lo cierto es que los niveles de violencia, destrucción, muerte y daño a la sociedad han alcanzado niveles tales que cualquier individuo, en pleno uso de sus facultades, no sólo condena enérgicamente los innumerables asesinatos, robos, asaltos, violaciones de niños y mujeres, actos de tortura física y psicológica, abusos de autoridad y muchos otros delitos que crean temor, inseguridad, frustración, coraje e indignación, sino que se pregunta *en qué medida los medios de comunicación pueden ser un factor contribuyente muy importante para crear esta cultura de la muerte que parecería haberse apoderado de nuestro entorno social.*²⁶

8. *Que las causas de cualquier delito —al igual que las de cualquier otra conducta humana— son múltiples.* No podemos decir que exista un factor

²³ C. GÓMEZ PALACIO, *op. cit.*

²⁴ C. ATKIN, *op. cit.*

²⁵ A. FENIGSTEIN y R. G. HEYDUC, “Thought and Action as Determinants of Media Exposure”. En D. Zillmann y J. Bryant (eds.) *Selective Exposure to Communication*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1985.

²⁶ C. GÓMEZ PALACIO, *op. cit.*

único que haya desatado la crisis de descomposición social que estamos sufriendo. Por el contrario, la combinación de diversos factores como la pobreza, el hambre, la ignorancia, la injusticia, el desempleo, los resentimientos sociales, la corrupción, el alcoholismo, la drogadicción, los desequilibrios mentales, la ambición desmedida, el sistema económico y social imperante que nos ha llevado a creer que el dinero y la riqueza están por encima de todo, aun de la vida humana, las deficiencias de nuestro sistema educativo, la crisis de valores, la desintegración familiar, los contenidos de algunos medios de comunicación y muchos otros problemas que, como sociedad, hemos venido generando, desarrollando y fomentando a lo largo de muchos años con asombrosa indiferencia e irresponsabilidad constituye una serie de variables que de alguna forma han contribuido a crear esta cultura de muerte y de falta absoluta de respeto a la persona humana que hoy estamos padeciendo.²⁷

9. Que, efectivamente en determinadas circunstancias ciertos contenidos de los medios de comunicación pueden llegar a producir efectos muy negativos en algunos miembros de la audiencia, especialmente en los niños y jóvenes, entre los que podríamos destacar los siguientes:

- *La catarsis o liberación de la propia agresividad* al exponerse a contenidos violentos. Cabe aclarar, que esta teoría, basada en el principio aristotélico de que el drama purga los sentimientos de la audiencia, no ha podido ser probada científicamente.²⁸

- *La excitación o gusto por lo observado*, al grado de llegar a sentir deseos de actuar en forma igualmente violenta.²⁹

- *La desinhibición*, que lleva a la gente a legitimar el uso de la violencia en la vida real, minando el efecto que las sanciones a este tipo de conductas pudiesen tener.³⁰

- *La imitación de ciertas conductas indeseables* experimentadas en especial por los niños y jóvenes, quienes suelen identificarse con ciertos personajes y repetir su forma de actuar, pensar o vivir.³¹

- *La insensibilización ante la violencia, el crimen y el abuso sexual*, que lleva a la gente a familiarizarse con este tipo de fenómenos, aceptándolos como

²⁷ *Ibidem.*

²⁸ S.FESHBACK y R. SINGER, *Television and Aggression*. San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1971.

²⁹ R. J. HARRIS, *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1994.

³⁰ E. DONNERSTEIN, "Pornography: Its effects against women". En NM. Malamuth y E. Donnerstein (eds.) *Pornography and Sexual Aggression*. Orlando, FLA: Academic Press, 1984; E. DONNERSTEIN y L. BERKIWITS, "Victim Reaction in Aggressive Erotic films as a factor in Violence against women". *Journal of Personality and Social Psychology*, 1981, No. 41, pp. 710-724.

³¹ A. BANDURA, *Social Learning Theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1977.

ingrediente natural y necesario de la vida y perdiendo la capacidad para responder con asombro e indignación ante este tipo de problemas.³²

10. Que adicionalmente, la violencia mostrada en los medios puede llegar a producir temor, insomnio e inseguridad en algunos niños.³³

11. Que quizá —como dijimos anteriormente— lo que nos debe preocupar más no es tanto el que se presenten contenidos violentos o eróticos en los medios, sino la forma en que son presentados. En este sentido podríamos utilizar como ejemplo dos películas que seguramente la gran mayoría de ustedes han visto: *Asesinos por Naturaleza* y *Salvando al Soldado Ryan*. Mientras que la primera constituye una auténtica celebración de la violencia y transmite el mensaje de que matar puede llegar a ser agradable, satisfactorio y hasta divertido, la segunda ha sido considerada por varios críticos como una auténtica declaración contra la violencia, en tanto que la mayoría de la gente no puede evitar el sentirse literalmente asqueada al percatarse de la capacidad de auto-destrucción tan terrible que puede llegar a tener el ser humano.³⁴

12. Que los efectos de los medios son diferenciados, es decir, que varían de una persona a otra —dependiendo de las características demográficas, psicográficas y culturales de cada uno de los miembros del público— y aun para el mismo individuo, de un momento a otro, dependiendo de las motivaciones, estado de ánimo y demás circunstancias que se involucran en el momento preciso de la exposición a ciertos contenidos.³⁵

13. Que la investigación demuestra que no existe ninguna duda con respecto a que la exposición exagerada a los contenidos violentos de los medios constituye un importante factor contribuyente a la violencia, crueldad y agresión que existe en el mundo real.³⁶

14. Por último, que algunos estudios recientes acerca de la respuesta de la audiencia ante la pornografía y otras manifestaciones de conducta sexual demuestra que, de la misma forma que en el caso de la violencia, dichos contenidos modelan las creencias, actitudes y conducta de la audiencia. Específicamente, se ha demostrado que la exposición a contenidos pornográficos influye en las actitudes y expectativas de la gente en relación con el sexo opuesto así como en la forma en que los miembros de la audiencia perciben lo que constituye una conducta sexual apropiada.³⁷

³² B.GUNTER, "The Question of Media Violence". En J. Bryan y D. Zillman (eds.). *Media Effects: Advance in Theory and Research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1994.

³³ J. CANTOR, "Fright Reactions to Mass Media". En J. Bryant y D. Zillmann (eds.) *Media Effects: Advance in Theory and Research*. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1994.

³⁴ D. F. ROBERTS, "La Influencia de la Música en los Adolescentes". Ponencia presentada en el Seminario *La Comunicación Construyendo al Mundo*. XXI Semana Académica de la Escuela de Ciencias de la Comunicación. Huixquilucan, Estado de México: Universidad Anáhuac, 1998.

³⁵ C. GÓMEZ PALACIO, *op. cit.*

³⁶ *Ibidem.*

³⁷ R. J. HARRIS, *op. cit.*

EL DERECHO A LA INFORMACIÓN VISTO A LA LUZ DE LA PROBLEMÁTICA EXPUESTA:

Lo anteriormente planeado nos lleva a concluir: (1) que los niveles de crimen y violencia que observamos en nuestro entorno son causados por multitud de factores; (2) que la violencia exhibida en los medios, puede llegar a ser, indudablemente, un detonador de acciones violentas para ciertas personas, en determinadas circunstancias; (3) que —sin embargo— nadie, con un poco de sentido común, podrá pensar que los secuestradores, ladrones, asesinos, narcotraficantes y violadores vieron en su niñez más televisión o más películas violentas que cualquiera de nosotros; y (4) que la violencia no surgió ni en México ni en el mundo con la aparición de los medios de comunicación. A este respecto podríamos citar a Enrique Krauze, el gran historiador mexicano el cual, al analizar las manifestaciones de violencia en el país a lo largo de su historia afirma que “ríos de violencia sacrificial, fratricida, revolucionaria, justiciera, guerrillera o simplemente delincencial recorren nuestro pasado, creando una hemorragia histórica que es preciso detener”.³⁸

A pesar de ello, no podemos dejar de sentir la necesidad de hacer una llamado a *nuestros legisladores para que regulen en materia de comunicación social a fin de controlar la producción y difusión de ciertos contenidos que pueden llegar a ser nocivos para algunos miembros de la sociedad.*

Haciéndonos eco de lo propuesto por Richard J. Harris³⁹ —reconocido investigador en el campo de la comunicación— podríamos decir que suponiendo que una película que mostrara la violación y asesinato a una joven adolescente fuera vista por el 4% de la población mexicana —es decir por 3,800,000 personas— y que de éstas sólo una diezmilésima parte (o sea el .001%) sintiera la necesidad de imitar la conducta observada, tendríamos en nuestras calles 38 ciudadanos con la inquietud, el deseo o al menos la intención de matar y violar a una joven en forma similar a como se mostró en la película, cuando las circunstancias se muestren favorables para perpetrar dicho acto. La dignidad de la persona humana y el valor de la vida son tales que si de estos 38 individuos sólo uno llegara a actuar de acuerdo a la conducta aprendida al ver la película, sería suficiente como para que la sociedad civil le pidiera cuentas tanto al procurador como al director de dicho *film* y estos últimos se cuestionaran fuertemente acerca de su responsabilidad social.

Por otro lado —y como contrapeso a algunos de estos argumentos— *la libertad de expresión*, establecida en los artículos 6º y 7º de la Constitución Mexicana,⁴⁰ así como en la primera enmienda o *amendment* de la Cons-

³⁸ E. KRAUZE, “Violencia mexicana”. Artículo editorial. Periódico *Reforma*. 4 de enero de 1998, p. 18A.

³⁹ R. J. HARRIS, *op. cit.*

⁴⁰ De hecho, en el artículo sexto constitucional garantiza el *derecho a la información* y artículo séptimo garantiza la inviolabilidad de la *libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia*.

titución de los Estados Unidos⁴¹ y en las constituciones de muchos otros países, parecería erigirse como un principio fundamental de cualquier sistema democrático, cuya restricción sería violatoria del *derecho inalienable del ser humano de expresar y publicar libremente sus ideas, opiniones y formas de ver al mundo*.

Indiscutiblemente esto es cierto y, por ningún concepto, ni en este foro ni en mi vida personal me permitiría a mí mismo proponer cualquier idea o acción que fuera contra dicho principio constitucional, menos aún en una época en que la globalización, la democratización de los sistemas, el desarrollo tecnológico y la explosión de información están llevando a las sociedades modernas hacia un proceso irreversible de desregulación en materia de comunicación.

Sin embargo, quisiera hacer un par de observaciones al respecto, que me parecen muy pertinentes:

- En primer lugar, no debemos olvidar que *la libertad de expresión* —al igual que cualquier otro derecho— *está limitada por los derechos de los demás*. Tener acceso a un foro público, como lo es un medio de comunicación, implica una gran responsabilidad para quien funge como emisor: la de actuar en todo momento con apego al derecho y a los principios éticos del ejercicio de la comunicación, que implican un compromiso con la verdad, la honestidad, la objetividad y el respeto al receptor y, más concretamente, a sus valores individuales, familiares y culturales. Como dijera el Dr. Jorge Carpizo McGregor, en su intervención en el foro sobre *El Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México*, celebrado en mayo del presente año: “libertad de expresión sí y mil veces sí, pero con responsabilidad, ética y respeto a los derechos humanos, es decir, sin mentir, difamar, calumniar, alterar la realidad, confundir a la audiencia o crear nuevas inquisiciones”.⁴² Resulta indignante observar la falta de respeto al público que existe entre algunos productores y directores de medios, quienes so pretexto de responder a su necesidad de procurar la libre expresión de su creatividad parecen haber olvidado la gran responsabilidad que tienen para con la audiencia.

- En segundo lugar, debemos tener presente que el receptor, es decir, el ciudadano común, a la vez que tiene derecho a recibir información veraz, objetiva y oportuna —lo cual constituye la contraparte de la libertad de expresión— debe tener la opción de conocer de antemano las características de los programas

⁴¹ Específicamente, la primera enmienda (*amendment*) a la Constitución de los Estados Unidos, ratificada el 15 de diciembre de 1791, establece que: “*Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of people peaceably to assemble, and to petition the Government for a redress of grievances*”.

⁴² J. CARPIZO MCGREGOR; “Derecho a la Información, Derechos Humanos y Marco Jurídico”. Ponencia presentada en la Conferencia Internacional sobre el Derecho a la Información en el Marco de la Reforma del Estado en México, organizada por la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la H. Cámara de Diputados y celebrada en la Ciudad de México de 6 al 9 de mayo de 1998.

y demás contenidos que habrá de recibir en su hogar, de tal suerte que pueda optar por elegir aquellos que van de acuerdo tanto con sus gustos, como con los principios, valores y creencias dentro de los cuales fue educado y en cuyo marco desea educar a sus hijos. Hoy en día, en diversas partes del mundo se están proponiendo alternativas para *que los ciudadanos reciban programación previamente codificada en relación a la cantidad de violencia, sexo, nudismo y lenguaje obsceno que contiene cada programa a fin de que pueda ejercer su derecho a elegir de acuerdo a sus propios criterios y valores. No se trata de limitar, sino de informar acerca de lo que el espectador puede esperar de cada programa.* El problema, indudablemente, es poder *determinar quién es la persona que puede tener la capacidad, los conocimientos y el criterio suficiente como para poder fungir como juez de los contenidos que se difunden a través de los medios de comunicación.*⁴³

Lo anterior implica un compromiso muy grande de parte de todos los sectores de la sociedad:

- *La industria* tiene la obligación de ofrecer productos de calidad, diseñados con creatividad y talento, producidos con gran responsabilidad social y respeto a la capacidad intelectual, sensibilidad y valores de sus receptores.

- *Los productores y directores* deben desarrollar códigos de ética que funjan como principios de autorregulación y estar conscientes del impacto tan grande que puede llegar a tener, en especial en niños y jóvenes, los contenidos que producen y lanzan a través de los medios.

- *Los anunciantes* tiene la responsabilidad de asociar sus productos con contenidos de calidad que promuevan conductas en beneficio de la sociedad y evitar que los programas que patrocinen sean meros vehículos publicitarios, carentes de todo contenido, de todo el valor y de toda la utilidad para los receptores, especialmente para los niños.

- *Los padres de familia* tienen la responsabilidad de hacer que los medios se constituyan en una fuerza que promueva la vida familiar y el desarrollo de sus hijos, en lugar de obstaculizarlo, seleccionando los programas más adecuados, estableciendo límites de tiempo y procurando evitar que sus hijos se expongan a contenidos que puedan afectar negativamente su desarrollo emocional, su visión del mundo y su actitud ante la vida y la sociedad.

- *Los educadores* tienen la responsabilidad de diseñar programas encaminados a lograr que las nuevas generaciones aprendan a hacer un uso más inteligente y más fructífero de los medios, impartiendo cursos de orientación en aquello que lo que en Europa se ha llamado "*educación para la recepción*".

⁴³ D. F. ROBERTS, "Educar a Niños y Jóvenes en un Mundo Dominado por los Medios: Una Respuesta a las Demandas del Tercer Milenio". Seminario ofrecido a grupos de padres de familia. Escuela de Ciencias de la Comunicación. Huixquilucan, Estado de México: Universidad Anáhuac, 1996.

El reto es muy grande. Sin embargo debemos tener presente que si nuestros niños habrán de crecer en un ambiente en el que una parte sustancial de lo que ellos saben acerca del mundo la habrán de obtener a través de los medios, debemos poner una atención muy especial no sólo a los mensajes que éstos proporcionan, sino también a la forma en que presentan los mensajes que nosotros quisiéramos que recibieran nuestros hijos.

Por último quisiera recordar que la discusión sobre el tema que nos ocupa el día de hoy ha estado en el centro del debate social desde que el ser humano aprendió a comunicarse, especialmente cuando se hace referencia a contenidos a los que tienen acceso los niños. De hecho, *la tensión entre libertad de expresión y protección del bienestar de los niños es, sin lugar a dudas, característica de cualquier sociedad que progresa*. Las definiciones tanto acerca de lo que es dañino para los niños como de lo que no lo es, pueden variar de sociedad a sociedad o de una época a otra época. Sin embargo, indefectiblemente los debates se deben a que la sociedad busca encontrar un balance entre la libertad de expresión y la protección de los niños.

Muchas gracias.