



# MUJER Y COMUNICACIÓN VIOLENCIA Y PUBLICIDAD

Víctor Manuel Amar Rodríguez (Coord.)





# **“MUJER Y COMUNICACIÓN: VIOLENCIA Y PUBLICIDAD”**

Fundación  
Municipal de la  
**MUJER**  Ayuntamiento  
**DE CADIZ**



**Grupo Comunicar**

Colectivo Andaluz para la Educación  
en Medios de Comunicación

## **ENTIDAD ORGANIZADORA:**

Fundación Municipal de la Mujer  
del Excmo. Ayuntamiento de Cádiz

## **ENTIDAD COLABORADORA:**



**Grupo Comunicar**  
Colectivo Andaluz para la Educación  
en Medios de Comunicación

## **COORDINADOR:**

D. Víctor Manuel Amar Rodríguez

## **COLABORADORA:**

D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> del Carmen Moguel González

I.S.B.N: 84-607-6743-4

Depósito Legal: CA-269/2003



## Índice

<b>Presentación .....</b>	<b>11</b>
Mercedes Colombo Roquete	
<b>Prólogo .....</b>	<b>13</b>
M <sup>a</sup> Amor Pérez Rodríguez	
<b>“La mujer en la publicidad televisiva” .....</b>	<b>17</b>
Víctor Manuel Amar Rodríguez	
<b>“Lenguaje publicitario e imagen social de la mujer” .....</b>	<b>27</b>
Aída Fernández Olanda	
<b>“La mujer y la publicidad desde la óptica de los/as consumidores/as” .....</b>	<b>39</b>
Jesús Yesa Herrera	
<b>“Aspectos psicológicos de la violencia humana y génesis de la violencia de género” .....</b>	<b>49</b>
Amalia Acebo García	
<b>“La mujer representada por Disney: otras formas de violencia” .....</b>	<b>75</b>
M <sup>a</sup> Carmen Moguel González. Víctor Amar Rodríguez	
<b>“Influencia de los medios de comunicación en la conducta violenta humana” .....</b>	<b>113</b>
José Ignacio Navarro Guzmán	
<b>“Estereotipos sexistas, escuela y violencia” ....</b>	<b>125</b>
Ignacio Linares Pérez	



# **“INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONDUCTA VIOLENTA HUMANA”**

AUTOR.- José I. Navarro Guzmán (Departamento de Psicología. Universidad de Cádiz)

## **I. INTRODUCCION**

**P**robablemente, los niños y niñas de las sociedades industrializadas reparten su tiempo en tres actividades diarias: dormir, ver TV (vídeo juegos, ordenador, Internet, etc.) y asistir al colegio. Esto es un fenómeno relativamente nuevo en la Historia. Es probable que hace cincuenta años, muy pocas personas tuvieran acceso a estos nuevos medios de transmitir información.

El fenómeno de la violencia, la conducta agresiva o los comportamientos antisociales del más diverso tipo no es nuevo en nuestra sociedad. Nuestra trayectoria como especie está salpicada de situaciones de una violencia inusitada y todas las sociedades han considerado que viven una época más violenta que la anterior (Echeburúa, 1998). Pero probablemente no es cierto; la novedad está en que nosotros tenemos acceso inmediato e instantáneo (en ocasiones en directo) a acontecimientos de gran violencia.

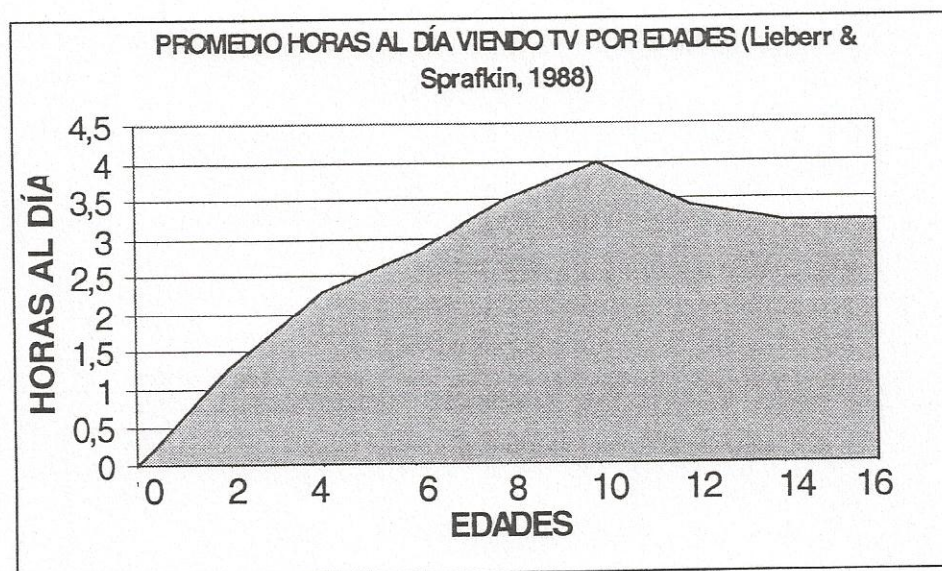
Sin embargo, como señala Enrico Fenzi (El País, 4 de noviembre del 2001, p. 8), los acontecimientos ocurridos en New York el 11 de septiembre plantean que “hay demasiadas cosas que no sabemos, de lo que no tenemos noticias. Hay luchas y confrontaciones hasta la última gota de sangre de las que en general no hay información y, de repente, emergen”. Se esconde mucho más de lo que se ve. Y esto puede producir que “el miedo generado venga en parte de la sensación de que es una historia que no ha hecho más que empezar. Nos preguntamos qué son, qué comportan estos acontecimientos, a dónde nos llevan. Y la respuesta es incierta”.



Sin embargo, aunque sería peregrino atribuir responsabilidades por los atentados a los medios de comunicación, las autoridades han insistido en fragmentar las imágenes más crueles previniendo el impacto emocional que pudieran tener sobre la población. ¿Por qué se hace esto?, ¿Quizás la TV tiene más efectos de los que suponemos? ¿Quizás no se trata de una fuente de información inocua?

Ahora los niños/as de nuestra cultura pasan una media de 4 horas al día delante de la TV (parece que los chicos más que las chicas. Ver figura 1). Algún estudio norteamericano afirma que a la edad de 14 años un niño/a ha podido contemplar la destrucción violenta de unas 14.000 personas. Los efectos de este tiempo y esta exposición tan continuada deben analizarse con cuidado, pues no cabe buscar un *chivo expiatorio* de la diversidad de comportamientos antisociales que se observan en nuestras sociedades avanzadas.

Figura 1



El estudio desarrollado en el pequeño y perdido pueblo canadiense de Notel (Harrison y Williams, 1986) sitúa en un lugar comprometido los efectos sobre la conducta violenta y los estereotipos de género en los niños/as tras la exposición a la TV. En efecto, antes de introducir la TV en Notel se evaluaron la creatividad y la competencia lectora de los escolares del



pueblo. Poco tiempo después la zona que hasta entonces había sido *ciega* a las ondas de TV, pudo recibir ésta sin dificultad. Pasados cuatro años, se evaluaron de nuevo a los niños de Notel, disminuyendo significativamente sus puntuaciones en creatividad y habilidades lectoras. Además, habían aumentado las conductas agresivas y los estereotipos de género.

Hay que eliminar lo que de engañoso pudieran tener estos datos. Ciertamente la alfabetización emocional no parece ser patrimonio de la TV. Así mismo ésta ejerce un efecto sobre lo que algunos llaman la alfabetización televisiva (Shaffer, 2000, p. 599). Los menores pueden sustituir otras actividades lúdicas por la TV, pero con ésta también aprenden información útil. Tienen un cierto potencial para hacer daño, pero también para hacer bien. Depende de qué se vea, la capacidad de entender lo que se ve y la capacidad de interpretar lo que se ve.

## II. ALFABETISMO TELEVISIVO

La capacidad para entender y procesar los contenidos televisivos está en función del propio desarrollo intelectual del espectador. Antes de los ocho años, los niños tienen un procesamiento de la información muy poco sistemático. No pueden elaborar fácilmente una cadena causal de sucesos. Y tienen problemas para recordar una línea argumental. Llegan a recordar acciones concretas, pero no los motivos de dichas acciones. De la misma manera, les resulta difícil captar completamente la naturaleza ficticia de lo que ven. Pueden creer que los personajes son así en su vida real, o bien creen que reflejan de manera precisa la realidad.

La niñez intermedia y la adolescencia incrementan lógicamente la comprensión. Cada vez son más capaces de extraer inferencias o de integrar el contenido semántico de la información que reciben.

Los niños pueden llegar a imitar la actuación de los personajes tanto en lo positivo como en lo negativo, dependiendo de su alfabetización televisiva, de la manera crítica



con que observen lo que ven y de los contenidos que estén viendo. Un ejemplo de esto lo tenemos en la respuesta de los niños a los anuncios comerciales de la TV (juguetes, alimentos, etc.)

Es posible que los niños de nuestro entorno vean alrededor de 20.000 anuncios comerciales al año en los medios de comunicación. Esto puede significar unas cien horas al año (aproximadamente un total de 4 días completos). Es claro que, por ejemplo, las preferencias por consumo de juguetes en los niños están íntimamente relacionadas con los anuncios de TV, como bien comprobamos al llegar las fechas señaladas de la Navidad.

A los 11 años, ya pueden entender que los anuncios tienden a persuadirles. Y con 13 años pueden adquirir un cierto escepticismo respecto a la publicidad.

Ahora bien, las técnicas publicitarias conocen bien estos procesos y saben cómo contrarrestar estas resistencias, que, en cualquier caso, son mínimas para los niños más pequeños. No hay que subestimar nuestra capacidad crítica, pero tampoco los efectos de una exposición masiva a información persistente sobre, por ejemplo, comida basura, el uso de medicamentos sin recetas, o el acceso al consumo de tabaco o alcohol.

### **III. VIOLENCIA EN TELEVISIÓN Y COMPORTAMIENTO VIOLENTO**

Los informes bien documentados sobre los efectos de la exposición a una dieta alta de violencia televisiva sobre la conducta agresiva, dejan poco espacio para la discusión.

En efecto, el Estudio Mediascope de 1996, auspiciado por el Senado de los Estados Unidos sobre la violencia en TV (Seppa, 1997), realizó un análisis de la frecuencia, la naturaleza y el contexto de la violencia en TV, a través de los programas de la mayoría de las grandes cadenas de TV de USA en la



programación horaria desde las 6.00 a las 23.00. Los resultados fueron contundentes:

- 58 % de los programas tenían actos repetidos de agresión manifiesta
- 73 % de las veces el agresor no presentaba ningún tipo de remordimientos, sentimientos de culpa, castigo, ni crítica.
- 40 % de la violencia era ejercida por personajes que protagonizaban el programa, eran presentados como héroes o como modelos.
- 66 % de los actos violentos estaban presentados en un contexto humorístico.
- Los contenidos más violentos eran protagonizados por personajes infantiles de *dibujos animados*.

De nuevo, tenemos que tratar de eliminar lo que de engañoso puedan tener estos datos, no buscando la conclusión fácil de que es el medio el responsable de la violencia.

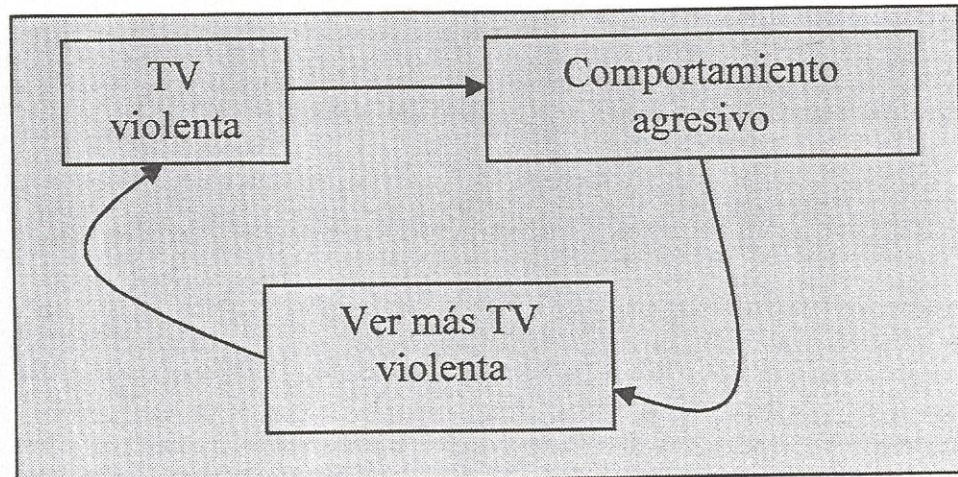
Para conocer si es la TV la que ejerce un efecto perverso de instigación sobre el comportamiento agresivo, se han realizado otros estudios de tipo correlacional y longitudinal de gran interés (Huston et al., 1992). Los resultados son también contundentes. Nos informan de una correlación positiva entre TV y agresión en escenarios violentos, y los resultados convergen en muchos países (Australia, USA, Canadá, Reino Unido, Polonia), (Parker y Slaby, 1983).

El efecto más interesante encontrado es el mecanismo circular que genera la relación violencia-TV. La violencia en TV instiga el comportamiento violento del espectador que, a su vez,



aumenta su interés por una TV con contenidos violentos (ver figura 2).

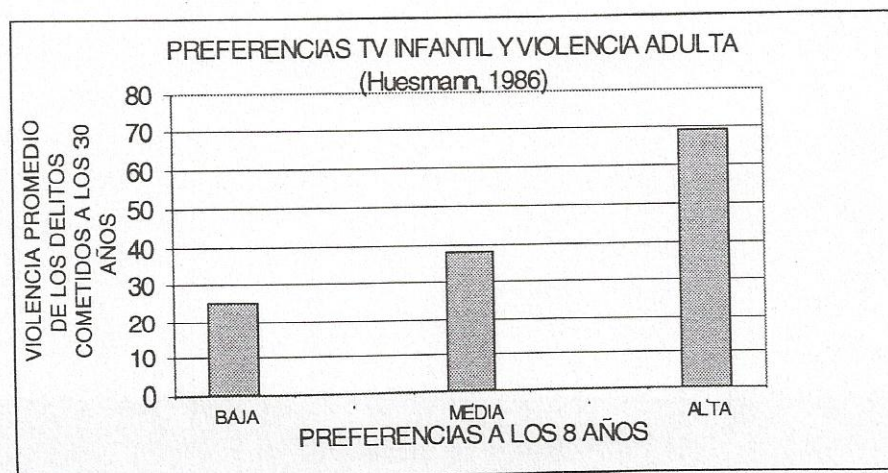
Figura 2



Efecto circular de la visualización de contenidos violentos en TV observados en algunas personas.

Una *dieta* temprana y excesiva a contenidos violentos en TV puede ayudar a desarrollar comportamientos antisociales. Los resultados del estudio de Huesmann (1986) señalan una tendencia en esta dirección. Él hizo un seguimiento de niños de 8 y 9 años hasta que cumplieron los 30, observando que las preferencias tempranas por los programas de contenidos violentos predecían un mayor índice de agresividad posterior, así como una más alta tasa de participación en comportamientos antisociales (ver figura 3).

Figura 3





Las explicaciones de estos datos pueden ser muy diversas, pero sin duda que una exposición masiva a una dieta de TV violenta posiblemente facilite la creencia de que el mundo es malo. Que se prefieren soluciones agresivas a los conflictos interpersonales.

Por otro lado, es también creíble que esta dieta de exposición a contenidos violentos en TV, genere lo que se ha venido a llamar la *hipótesis de la desensibilización*: menos perturbación emocional ante la violencia. Ésta pierde el efecto de conmoción que puede provocar sobre nuestras conciencias. También aquí hay algunos datos de interés con relación al comportamiento infantil. Drabman y Thomas (1974) estudiaron a dos grupos de niños/as de 8 y 10 años. El grupo llamado experimental fue expuesto a una sesión de contenidos violentos en TV. Mientras que el grupo llamado de control pasó el mismo tiempo ante el TV viendo una actividad deportiva no violenta. Ambos grupos estaban siendo monitorizados para poder registrar sus constantes electro-psico-fisiológicas. Poco después, los dos grupos pasaban por una prueba en la que tenían que ver un vídeo que terminaba con una pelea entre niños. Ambos grupos fueron instruidos para que avisaran al experimentador en el caso de que pasase *algo violento* en la pantalla. También durante esta fase se seguían registrando sus constantes electrofisiológicas. Los resultados fueron que en los niños del grupo experimental sus reacciones a la violencia TV eran fisiológicamente menos perturbadoras y, además, tardaban más tiempo en avisar al experimentador de que estaba ocurriendo una pelea en la pantalla, parecía que se habían habituado a esta situación en mayor medida que los niños del grupo de control.

#### IV. VIOLENCIA Y TV: EL PEOR MODELO A IMITAR

Wilson (1997), tras un trabajo de análisis de más de 2700 horas de TV en 23 canales en Estados Unidos, aconseja una serie de pautas a seguir con relación al tratamiento de los contenidos violentos de la TV. Así, lo que no habría que hacer a la hora de



presentar contenidos violentos, especialmente en programas dirigidos a niños, sería:

- La naturaleza agradable del agresor (chico/a atractivo)
- Los móviles utilizados por el agresor (buenos propósitos)
- La utilización de armas (herramientas no ambiguas: sirven para matar)
- *Embellecer* la violencia (no sangre, no lesiones, etc.)
- La violencia con sentido del humor en el agresor
- El violento no es castigado (incluso se suele quedar con la chica/o guapo)

El propio Wilson reconoce que estas características son precisamente las que aparecen en buena parte de las exposiciones violentas de la TV dirigida a niños.

## V. ALGÚN EFECTO AÑADIDO DE LA TV

La cultura consiste en los patrones de conducta, las creencias, y todos los demás productos generados por un grupo que son transmitidos de generación en generación. Algo de lo que no nos podemos evadir fácilmente y en lo que la TV sirve como vehículo de transmisión innegable.

Uno de los efectos culturales más arraigados hace referencia a los roles sexuales y a los estereotipos culturales vinculados con esos roles. Es cierto que la exposición a una dieta elevada y temprana de TV hace crecer las creencias estereotipadas sobre los roles sexuales. El trabajo mencionado anteriormente realizado en el pueblo canadiense de Notel (Harrison y Williams, 1986) nos señala una cierta dirección.



Sin embargo, la TV también puede contrarrestar estos estereotipos. La TV educativa podría ser más eficaz si se combinase con otros métodos de aprendizaje que socavasen las ideas irracionales y las creencias inflexibles y erróneas al respecto.

Las descripciones positivas de las minorías, como las que se observan en programas tipo *Barrio Sésamo*, son capaces de reducir los estereotipos sociales, incrementando por ejemplo, la probabilidad de que los niños hagan amigos de otras razas. En cambio, programas también muy populares y violentos como *Power Rangers* generan un incremento de los comportamientos agresivos en los niños (Boyatzis et al., 1995) que no facilita el socavar las creencias irracionales sobre ciertos estereotipos sociales

## VI. LA TELEVISIÓN EN POSITIVO

No todo es negativo en la TV y hay experiencias aleccionadoras sobre lo interesante de su uso para enseñar comportamientos prosociales y para reducir los estereotipos innecesarios. La experiencia del programa *Barrio Sésamo* en los Estados Unidos, y las diferentes versiones que han sido diseminadas en muchos otros países, así lo confirman. Los niños/as que veían *Barrio Sésamo* mejoraban en su capacidad de lectura, en la comprensión de textos, en su nivel de lectura especialmente para aquellos niños urbanos de entornos desfavorecidos (Liebert y Sprafkin, 1988). Como ocurría con la exposición a contenidos televisivos violentos, también hay que ser cautos al interpretar estos resultados.

Un número diverso de estrategias eficaces han sido aconsejadas para regular la exposición de los niños/as a la televisión (Slaby et al., 1995; Seppa, 1997). Fundamentalmente se trata de cinco estrategias basadas en la experiencia, en los resultados de estudios sobre el tema y en el sentido común.

*Limitar el tiempo que se ve televisión.* Pueden establecerse reglas diáfanas de cuándo se puede ver televisión y cuándo no,



José Ignacio Navarro Guzmán

huyendo del uso de la televisión como guardería electrónica, o utilizándola como un privilegio para el niño que se lo retiramos cuando comete alguna infracción.

*Promover eficazmente el ver TV de calidad.* Convencer que es mejor ver TV apropiada a la edad, incluso utilizando sistemas de bloqueo técnico hoy disponibles sea a través de la TV por cable o satélite, para limitar el acceso de los niños a programas de contenido violento o sexual inapropiados.

*Explicar los contenidos televisivos.* La educación requiere dedicar tiempo a los niños. Puede indicárseles sutilezas que a veces pasan por alto cuando se ve un programa, como los motivos del agresor, las consecuencias desagradables de la violencia, tanto para el agresor como para la víctima, el contraste entre lo real y lo ficticio de la pantalla.

*Fomentar hábitos coherentes cuando se ve TV.* Los hábitos de los padres para ver TV influye en los hijos. Si los adultos vemos TV en abundancia, cuando estamos comiendo, en cualquier momento está encendida como un miembro más de la familia, los hijos adquirirán esos mismos hábitos más fácilmente.

*Estilo parental de crianza.* Los adultos debemos combinar grandes dosis de afecto y acercamiento a los hijos, con mensajes claros de dónde están los límites tolerables y racionales. Esto incrementa la sensibilidad de los niños al control parental, incluyendo las restricciones para ver TV.

La agresividad es un fenómeno de gran complejidad, pero muy humano. Enraizada en nuestra biología, constituye un mecanismo de respuesta que ha permitido nuestra supervivencia como especie. La conducta violenta es una derivación de la agresión, con una intención clara de hacer daño. Y resulta difícil diferenciarlas una de otra porque ambas comparten similares circuitos fisiológicos, responden a patrones de conducta muy parecidos y se desencadenan a partir de estímulos equivalentes. Los mecanismos de acción son muy diversos y hemos intentado a lo largo de esta intervención



esbozar la responsabilidad de uno de ellos, que está íntimamente relacionado con la cultura de los países industrializados. Cada vez sabemos más de los efectos de los medios de comunicación sobre el moldeamiento de nuestros parámetros de comportamiento. No obstante, sería un argumento débil sacralizarlos como mecanismos causales de las dosis de violencia que nos encontramos en nuestro mundo contemporáneo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOYATZIS, C. J., MATILLO, G. M. Y NEBITT, K. M. (1995): "Effect of the Mighty Morphin Power Rangers on children's aggression with peers", en *Child Study Journal*, 25; 44-55
- ECHEBURÚA, E. (Dir.) (1998): *Personalidades violentas*. Madrid, Pirámide.
- Drabman, R. S. y Thomas, M. H. (1974): "Does media violence increase children's toleration of real-life aggression?", en *Developmental Psychology*, 10; 418-421
- HARRISON, L. E. Y WILLIAMS, T. (1986): "Television and cognitive development", en WILLIAMS, T. (Ed.), *The impact of television. A natural experiment in three communities*. Orlando, FL, Academic Press; 164-173
- HUESMANN, L. R. (1986): "Psychological processes promoting the relation between exposure to media violence and aggressive behavior by the viewer", en *Journal of Social Issues*, 42; 125-139
- HUSTON, A., DONNERSTEIN, E., FAIRCHILD, H., FESHBACH, N., KATZ, P., MURRAY, J., RUBINSTEIN, E., WILCOX, B., Y ZUCKERMAN, D. (1992): *Big world, small screen*. Lincoln, NB, University of Nebraska Press
- LIEBER, R. M. Y SPRAFKIN, J. (1988): *The early windows: Effects of television on children and youth*. New York, Pergamon Press
- PARKER, R. D. Y SLABY, R. G. (1983): "The development of aggression", en MUSSEN, P.H. (Ed.), *Handbook of child psychology. Socialization, personality, and social development*. New York, Wiley; 547-641



- SEPPA, N. (1997): "Children's TV remains steeped in violence", en *Monitor of The American Psychological Association*, 28 (6), 36
- SHAFFER, D. R. (2000): *Psicología del desarrollo. Infancia y adolescencia*. México, Thomson
- SLABY, R., ROEDEL, W., AREZZO, D. Y HENDRIX, K. (1995): *Early violence prevention*. Washinbgton, DC, National Association for the Eduation of Young Children
- WILSON, J. (1997): *Violence in Television*. California, UCLA



# “ESTEREOTIPOS SEXISTAS, ESCUELA Y VIOLENCIA”

Ignacio Linares Pérez

Maestro de Educación Primaria

**L**a escuela no es neutra. En ella se potencian una serie de valores que la sociedad demanda. *“La escuela es un microcosmos de la sociedad. Su función es perpetuar los valores y las ideologías dominantes en ella, y está organizada para conseguirlo. Estos valores e ideologías son los de los varones blancos de clase media. Los chicos aprenden a identificarse con el grupo dominante y su sistema de creencias que recompensa los logros competitivos e individualistas en lugar de la colaboración colectiva”* (Askew y Ross, 1991:110).



La escuela como institución social y educativa tiene un importante papel en el proceso de formación de los modelos de comportamiento que adquieren mujeres y hombres. De hecho, aunque la escolarización conjunta de chicas y chicos es un gran corrector de las desigualdades por razón de sexo, se transmiten contenidos (explícitos y ocultos) que, desde un modelo masculino hegemónico, pretende la igualdad de los sexos. La “escuela de todos” ha sido en primer lugar escuela de hombres. Por tanto, es necesario que la escuela tome conciencia del importante papel que desempeña en el constante proceso de construcción de la identidad sexual y de la valoración social de ambos géneros, ya que a través de la educación se reproduce la tipificación sexual y se transmiten y desarrollan unos valores específicos.

En definitiva, a través de las distintas instancias educativas, se produce una diferenciación y una categorización entre mujeres y hombres desde los primeros años de vida que se remonta incluso antes del nacimiento, cuando se elige un determinado tipo de ropa, la decoración de la habitación, en la selección de los juguetes o en