

Universidad Autónoma de Bucaramanga
Escuela de Ciencias Sociales, Humanidades y Artes
Facultad de Psicología



CONCEPTO DE VIOLENCIA QUE TIENEN LOS ESTUDIANTES DE
PSICOLOGIA DE LA UNIVERSIDAD AUTONOMA DE BUCARAMANGA (UNAB)
A PARTIR DE LAS IMÁGENES E INFORMACIÓN QUE RECIBEN DE LOS
NOTICIEROS DE TELEVISION

UNAB BIBLIOTECA MEDICA

Trabajo de Grado para optar el título de:
PSICOLOGA

Presentado por:
María Teresa Velasco Uribe

Bajo la dirección del Ps. Jairo Eduardo Fernández Ardila
Bucaramanga, Noviembre de 2003

Tabla de Contenido

Resumen	vii
CONCEPTO DE VIOLENCIA QUE TIENEN LOS ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA (UNAB) A PARTIR DE LAS IMÁGENES E INFORMACIÓN QUE RECIBEN DE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN 8	
Problema	9
Objetivos	11
Objetivo General	11
Objetivos Específicos	11
Antecedentes Investigateos	12
Marco Teórico	15
Procesamiento de la Información	16
Codificación	16
Proceso Perceptual	17
Factores asociados al perceptor	18
Factores relativos al contenido de la percepción	21
Percepción y Realidad percibida	22
Proceso de Atención	23
Archivado y Recuperación	25
Memorización	25
Representaciones de imágenes	26
Representaciones Preposicionales	27
Prototipos	29
Esquemas	30
Desarrollo de Esquemas	30
Generalidades de los Esquemas	31
Inferencia o Juicio Social	34
Estereotipos	35
La Persuasión	36
Factores que influyen en el proceso persuasivo	38
Fuente Persuasiva	39
El Mensaje	41

El Receptor	42
Lenguaje, una aproximación a la Realidad	44
El significante y el Significado del Lenguaje	46
La Televisión, visión reduccionista de la realidad	48
Lenguaje y Pensamiento	49
Los Conceptos	51
La Imagen y su impacto en las emociones	52
Contextualización de las imágenes y sus efectos emocionales	53
Influencia de la televisión desde factores emotivos y/o racionales	54
Modelos de Aprendizaje y su influencia en la valoración de la realidad	58
Identidad	59
Expresiones de la Identidad personal y colectiva Colombiana	61
La Televisión y la Construcción de la Realidad	62
La Opinión	64
Metodología	72
Tipo de Investigación	72
Diseño de Investigación	72
Participantes	73
Instrumentos	74
Etapas de la Investigación	75
Resultados	77
Encuesta Sociodemográfica	77
Distribución de la Muestra por Edad	77
Género	78
Semestre cursado	78
Ocupación	79
Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato	79
Hipótesis Inductivas	84
Discusión	85
Referencias	92
Apéndices	95

Lista de Figuras

Figura 1. Distribución de la Muestra por Edad	77
Figura 2, Distribución de la Muestra por Género	78
Figura 3. Distribución de la Muestra por Ocupación	79
Figura 4. Diagrama de Flujo Concepto de Violencia considerando factores asociados a las Fuentes	81
Figura 5. Diagrama de Flujo Concepto de Violencia considerando factores asociados al Perceptor	82

Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz	Descriptiva -Pregunta 1	Entrevista Cualitativa	98
Tabla 2. Matriz	Descriptiva -Pregunta 2	Entrevista Cualitativa	99
Tabla 3. Matriz	Descriptiva -Pregunta 3	Entrevista Cualitativa	100
Tabla 4. Matriz	Descriptiva -Pregunta 4	Entrevista Cualitativa	101
Tabla 5. Matriz	Descriptiva -Pregunta 5	Entrevista Cualitativa	102
Tabla 6. Matriz	Descriptiva -Pregunta 6	Entrevista Cualitativa	103
Tabla 7. Matriz	Descriptiva -Pregunta 7	Entrevista Cualitativa	105
Tabla 8. Matriz	Descriptiva -Pregunta 8	Entrevista Cualitativa	106
Tabla 9. Matriz	Descriptiva -Pregunta 9	Entrevista Cualitativa	107
Tabla 10.	Matriz Descriptiva - Pregunta 10	Entrevista Cualitativa	110
Tabla 11.	Matriz Descriptiva - Pregunta 11	Entrevista Cualitativa	112
Tabla 12.	Matriz Descriptiva - Pregunta 12	Entrevista Cualitativa	114
Tabla 13.	Matriz Descriptiva - Pregunta 13	Entrevista Cualitativa	116
Tabla 14.	Matriz Descriptiva - Pregunta 14	Entrevista Cualitativa	118
Tabla 15.	Matriz Descriptiva - Pregunta 15	Entrevista Cualitativa	120
Tabla 16.	Matriz de Inferencias Inductivas	Pregunta 1	123
Tabla 17.	Matriz de Inferencias Inductivas	Pregunta 2	124
Tabla 18.	Matriz de Inferencias Inductivas	Preguntas 3 a la 15	109
Tabla 19.	Pregunta 1	Categorías Inductivas	139
Tabla 20.	Pregunta 2	Categorías Inductivas	140
Tabla 21.	Pregunta 3	Categorías Inductivas	141
Tabla 22.	Pregunta 4	Categorías Inductivas	142
Tabla 23.	Pregunta 5	Categorías Inductivas	142
Tabla 24.	Pregunta 6	Categorías Inductivas	143
Tabla 25.	Pregunta 7	Categorías Inductivas	144
Tabla 26.	Pregunta 8	Categorías Inductivas	144
Tabla 27.	Pregunta 9	Categorías Inductivas	145
Tabla 28.	Pregunta 10	Categorías Inductivas	146
Tabla 29.	Pregunta 11	Categorías Inductivas	147
Tabla 30.	Pregunta 12	Categorías Inductivas	148
Tabla 31.	Pregunta 13	Categorías Inductivas	149
Tabla 32.	Pregunta 14	Categorías Inductivas	150
Tabla 33.	Pregunta 15	Categorías Inductivas	151

Lista de Apéndices

Apéndice A. Formato de Validación de la Entrevista	95
Apéndice B. Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato y sus Categorías Deductivas	96
Apéndice C. Matrices Descriptivas Entrevista Cualitativa con Formato	97
Apéndice D. Matrices de Inferencias Inductivas	122
Apéndice E. Categorías Inductivas	138

Resumen

En ésta investigación se identifica el concepto de violencia que tienen los estudiantes de Psicología de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) a partir de las imágenes e información que reciben de los noticieros de televisión. La muestra estuvo constituida por 24 mujeres y 6 hombres, seleccionados intencionalmente, de primero a décimo semestre. La recolección de la información se realizó a través de una Encuesta Sociodemográfica y una Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato. El tipo de investigación utilizado fue cualitativo con un enfoque Fenomenológico. Los resultados obtenidos permitieron identificar el concepto de violencia que han construido los estudiantes a partir de imágenes e información que han recibido de los noticieros de televisión, encontrándose que los estudiantes reconocen como acciones violentas los atentados terroristas, bombas, secuestro y guerras, las cuales están asociadas a comportamientos agresivos que ocasionan daño físico como muertes y masacres. Contextualizan la violencia en el medio familiar y en las necesidades, presiones y discriminación social, donde se da solución a los problemas por medios violentos. Las personas violentas son aquellas que son indiferentes al sufrimiento humano y buscan ante todo un beneficio individual. Las causas de la violencia tienen que ver con la falta de protección del gobierno, la insensibilidad al dolor humano y el individualismo, lo que trae como consecuencia la falta de respeto a la vida, la inseguridad social y el sufrimiento humano.

CONCEPTO DE VIOLENCIA QUE TIENEN LOS ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA (UNAB) A PARTIR DE LAS IMÁGENES E INFORMACIÓN QUE RECIBEN DE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN

La televisión es la fuente de imágenes y mensajes más extensamente compartida. Sus noticieros, publicidad y otros programas conforman un sistema relativamente coherente de imágenes y mensajes, producidos para poblaciones globales, fomentando concepciones de realidad compartidas por televidentes, que por lo demás son muy heterogéneos. La televisión se ha convertido en la fuente primaria común de información cotidiana (mayormente en forma de diversión).

En una sociedad en la cual el ciudadano tiene acceso directo a un mínimo de realidades, la experiencia directa tiene cada vez menos peso en la valoración de la realidad. Las imágenes que el ciudadano tiene sobre la mayor parte de las realidades provienen cada vez más de los medios de comunicación. Los medios, como la televisión son los auténticos constructores de la realidad social, porque son los constructores de las imágenes mentales. A partir de la televisión los individuos conocen e interpretan la realidad política, social y cultural.

La televisión es más que un medio, tiene una múltiple dimensión presente en todas las interacciones de las audiencias. Ver televisión "es un proceso complejo que antecede y prosigue al tiempo de estar frente a la pantalla, y por tanto está condicionado desde antes y es también influenciado mientras ocurre y después de que el televisor fue apagado" (Orozco, 1991, p.29).

Se toma el concepto de "Mediación" ya que permite entender que la televisión constituye un "puente" entre los sujetos y la construcción de la realidad, esto es, define a la televisión no sólo como un instrumento técnico, sino como transmisor de significantes; al tiempo que señala que ella es objeto de múltiples interrelaciones dadas por las características propias de los mismos sujetos receptores y de la intencionalidad de los emisores.

La especificidad de la televisión como medio influyente en la apropiación de sus significados por parte de los receptores incorpora la "inmediatez", la "verosimilitud", "la emotividad" y la "apariencia de realidad", que caracterizan al medio televisivo, como una mediación "videotecnológica" en la confección del significado preferente y en la determinación de su apropiación por parte de los receptores. Las propiedades técnicas de

la televisión constituyen mecanismos concretos a través de los cuales se construye el sentido y el significado de los mensajes.

La presente investigación tiene en cuenta las mediaciones del sujeto receptor y las del medio televisivo, como Mediaciones Múltiples que permiten entender los mecanismos relacionados en el proceso de construcción de realidad a través del mensaje televisivo.

Problema

La Televisión es la fuente de imágenes y mensajes más extensamente compartida. Es el eje común simbólico del ambiente en el que las personas viven. Las imágenes y representaciones televisivas producen significados con pretensiones de verdad, que se disocian de la historia y el contexto. La percepción es subjetiva y se tiende a considerarla auténtica sin tener en cuenta la complejidad del psiquismo humano. La persona tiende a observar la realidad para confirmar lo que piensa y cree de ella. Así, una misma realidad es percibida de manera diversa en función de esquemas individuales, experiencias y contextos socioculturales; la realidad percibida provee formas de representación con las que el televidente puede identificarse a sí mismo y en su relación con otros.

La televisión informa (acontecimientos, saberes) pero no es conocimiento, no es saber en el significado heurístico del término, por lo cual la información no lleva a comprender. Los problemas no son “visibles”, lo que se puede ver en la televisión es lo que “mueve” los sentimientos y las emociones. Las imágenes tienen un fuerte componente motivador, pero por su sentido de la inmediatez, y por su vinculación directa con los sentimientos tienden a privilegiar las motivaciones de carácter emotivo. De ahí la importancia de una actitud crítica del estudiante como televidente, poseedor de una capacidad de abstracción que le permite llegar a entender su realidad política y social en la que vive.

El televidente es un sujeto activo, con una capacidad cognoscitiva que media lo que es percibido como general o relevante, así como las asociaciones de lo percibido con lo asimilado en su mente. Pero las percepciones humanas suponen seleccionar e interpretar procesos condicionados tanto por patrones culturales como por tendencias personales derivadas de sentimientos, temores y deseos. Al percibir se está interpretando una realidad a partir de esquemas mentales adquiridos en una cultura y un entorno social.

Las imágenes televisivas proveen modelos simbólicos, que expresados verbal o visualmente generan gran cantidad de información acerca de los valores humanos, patrones de pensamiento y conducta. En el transcurso de la vida cotidiana, los seres

humanos tienen contacto con un pequeño sector del entorno social y físico. Consiguientemente, sus concepciones de la realidad social están ampliamente influenciadas por experiencias vicarias -por lo que ven y oyen- sin la experiencia de correctivos directos. En gran medida la sociedad actúa sobre sus imágenes de la realidad. Cuanto más dependen las imágenes de la realidad del entorno simbólico mediático, mayor es el impacto social (Ball-Rokeach y DeFleur, 1976, citados por Bryant).

Las noticias influyen en la cotidianidad de cada ser humano, en su estilo de vida, en la manera como percibe los problemas y actúa frente a ellos; en sus preocupaciones y sentimientos de bienestar o inseguridad que le genera cada situación mostrada y narrada en la televisión; en la atención que le presta a las situaciones del mundo más allá de su experiencia inmediata.

Para la inmensa mayoría de televidentes, la noticia violenta que ve en la televisión es la fiel representación de una realidad; la imagen que ve y la información que recibe van estructurando su experiencia, conocimientos y sentimientos, sin tener en cuenta que es un mundo reducido, que filtra las complejidades de las realidades humanas porque sólo le ofrece una versión simplificada de los hechos.

El televidente se conmociona ante las imágenes violentas, cree en lo que ve, y en lo que está hablando. Pero la televisión maneja justamente la imagen y la palabra para movilizar sus deseos, emociones, sentimientos, temores incidiendo en su voluntad, condicionando su libertad de desear para hacer lo que otros quieren que se desee. Desde ése sentir, el individuo interpreta la realidad, crea escala de valores que pueden no estar dentro de la realidad, construye sociedad, lazos emocionales, etc. y asume comportamientos frente a la violencia que muestra el noticiero de televisión. El que el televidente tome conciencia de los motivos que le impulsan a actuar, le permitirá ser libre en sus creencias, decisiones y actuaciones.

La violencia política desde el marco de la subjetividad, es un concepto que se define en cada momento histórico, en el que incluso pueden existir distintas concepciones. En la violencia política no todas las personas reconocen las mismas cosas como violentas, lo que hace que incluso pueda llegar a justificarse de manera diversa y hasta opuesta. La violencia política, un tipo de comportamiento socialmente construido, su estudio incluye tanto factores individuales como sociales.

En la formación de profesionales de Psicología, es un proceso que va creando la necesidad de saber, por medio de la crítica de la opinión. Esta necesidad de saber no es de información, sino necesidad de pensar (Zuleta, 1980). La enseñanza, que con un

sentido de lo que se enseña, ayuda a pensar (en su significado) y a ver el mundo, y a sí mismos de manera diferente, es un saber que nunca se olvida.

La aproximación a las realidades sociales desde la Psicología, parte de una cultura humana construida para dar sentido y significado al hombre, donde cada individuo tiene la capacidad de ejercer un pensamiento crítico respecto a su entorno, que lo lleve a comprender sus realidades sociales sin reducir su complejidad, ni la historia que las acompaña, cargada de una violencia cada vez más cruda. El Psicólogo promotor de cambios individuales y sociales, es partícipe de una interpretación y construcción de esa realidad social, y del reconocimiento de la televisión como medio de comunicación que modifica los significados de esas realidades, alejadas de sus contextos sociales y de las dimensiones humanas que las conforman.

Desde ésta perspectiva, la presente investigación busca dar respuesta a la pregunta: ¿cuál es el concepto de violencia que tienen los estudiantes de psicología de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) a partir de las imágenes e información que reciben de los noticieros de televisión?

Objetivo General

Identificar el concepto de violencia que tienen los estudiantes de Psicología de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) a partir de las imágenes e información que reciben de los noticieros de televisión, con el fin de analizar la realidad que viven y construyen los estudiantes de psicología de la UNAB desde los modelos ofrecidos por los medios de comunicación.

Objetivos Específicos

- a. Describir las características sociodemográficas de la población objeto de estudio.
- b. Determinar cuales son los noticieros de televisión más observados por los estudiantes.
- c. Establecer el tiempo en promedio que dedican los estudiantes objeto de estudio a observar las imágenes y la información que ofrecen los noticieros de televisión.
- d. Identificar las imágenes e información de contenido violento que más llama la atención de los estudiantes objeto de estudio.
- e. Describir los pensamientos y sentimientos que generan en los estudiantes objeto de estudio, las imágenes y la información con contenido violento recibida de los noticieros de televisión.

f. Identificar el concepto de violencia que han construido los estudiantes objeto de estudio a partir de las imágenes y la información recibida de los noticieros de televisión.

Antecedentes Investigativos

El antecedente más reciente y que recopila investigaciones realizadas en torno a los medios de comunicación y el sujeto receptor de la información es el estudio titulado “Aproximación al Fenómeno de la Recepción Televisiva. Una propuesta teórica para la comprensión de las mediaciones televisivas en la construcción de la realidad” (Pita, 2003). Esta investigación tuvo por objetivo analizar el fenómeno de la recepción como mediación en la manera como los sujetos construyen su realidad social, mediante la revisión bibliográfica y documental de textos referentes al tema con el propósito de elaborar un marco teórico de referencia que sirviera a la psicología como punto de partida para posteriores investigaciones. La investigación se enmarcó dentro de un tipo de investigación bibliográfico, utilizando un diseño de tipo analítico documental. Los instrumentos utilizados fueron fichas bibliográficas, de texto y de resúmenes.

En ésta propuesta Teórica para la comprensión del medio televisivo en la construcción de la realidad, plantea como la televisión se ha convertido en un elemento “antropogénico” que interviene activamente en las construcciones mentales de la realidad. Encontró varios tipos de mediaciones provenientes del sujeto que determinan la calidad de la relación con los mensajes televisivos; estas mediaciones están dadas en parte, por características propias del sujeto tales como la capacidad cognitiva, que no es solo el acto racional de conocer la realidad, además implica un juicio valorativo y emocional; y la cultura como mediación de referencia para el sujeto que incluye todos los elementos dados por el grupo social del cual proviene y en el que establece relaciones cotidianas de identidad y de elaboración de memoria colectiva.

Por otra parte, están las mediaciones del medio televisivo, en el que las palabras y las imágenes son utilizadas deliberadamente para construir, vía emotiva, versiones de realidad a través de los contextos de los mensajes.

Una Investigación relacionada con el tema de la violencia y el medio televisivo es la realizada por Jorge Bonilla y Ornar Rincón, sobre el consumo y la recepción de jóvenes entre quince y veinte años de cuatro ciudades del país (Bogotá, Cali, Medellín y Barranquilla) que realizan de la programación televisiva en Colombia durante los años 1996 y 1997. Los investigadores buscaron conocer las opiniones y percepciones de los

jóvenes sobre las violencias que ven en la televisión y la relación que establecieron con las violencias que vive el país. Como instrumento utilizaron una encuesta estructurada, la realización de varios grupos de discusión.

Esta investigación encontró que los noticieros ocupan el primer lugar como programa violento entre 67 que mencionaron los jóvenes de la investigación. Son catalogados violentos por la presentación de escenas de guerra o escenas fuertes de violencia, violaciones contra los derechos humanos, y la presentación de muchos asesinatos. Las escenas violenta son dadas por hechos de sangre, terrorismo, masacres mutilaciones de personas, muertes provocadas, escenas crueles de guerra y torturas.

La sociedad Colombiana es calificada como corrupta, con desigualdades sociales y pobreza, como una sociedad mediocre y conformista, y como una sociedad violenta, sin embargo resaltan que es una sociedad trabajadora, amistosa y normal.

Los jóvenes asociaron la violencia no solo con actos físicos como asesinatos individuales, masacres, terrorismo, muertes provocadas, etc. sino con otras realidades asociadas con problemas de tipo social y político. Las acciones de violencia son las que atentan contra la vida e integridad de las personas, y son las relacionadas básicamente con hechos de sangre.

Los acontecimientos de violencia son situaciones que tienen que ver con problemas estructurales e institucionales de la sociedad Colombiana como la intolerancia, la corrupción política, la falta de educación, la agresividad, la injusticia y la indiferencia entre otras.

Para los jóvenes la violencia ocurre cuando se dan acciones que violan los derechos humanos fundamentales de las personas, y tiene lugar cuando existe la intolerancia, la corrupción, los asesinatos, la injusticia, la falta de educación y la presencia de actores armados, movimientos guerrilleros y paramilitares, al margen de la ley.

Investigaciones que apoyan la televisión como una de las opciones preferidas para adquirir información son las realizadas por el Consejo Nacional de Televisión Chilena (1997) que señala, que sin importar la clase social ni el nivel educacional de las personas, éstas eligen libremente a la televisión como apoyo en su toma de decisiones. El Consejo Nacional de Televisión preguntó por la fuente más utilizada para informarse de lo que pasa en el mundo, Chile y su ciudad. Dieron cuatro alternativas: televisión, radio, diarios y otras personas. Para los tres ámbitos -concluye el informe- la televisión aparece con un amplio margen como la fuente más frecuente de información, y le siguen la radio, los diarios y finalmente las personas. Señalan que el 95,6% de las personas entrevistadas,

dicen ver los noticieros, un hábito que se realiza en familia. Agrega que los extremos de la escala educacional, es decir, las personas con un nivel educacional bajo y superior, son quienes en mayor porcentaje declaran preferir los noticieros. El estudio concluye diciendo que, entre otras cosas, las evidencias indican que la televisión, si bien no puede ser efectiva para persuadir a la opinión pública, sí produce influencia respecto a dirigir la atención del público hacia ciertos problemas y determinar cuáles se consideran importantes; respecto a definir los criterios según los cuales las personas realizan sus decisiones políticas y juzgan los gobiernos, los presidentes, las políticas públicas y las instituciones; respecto a la forma de atribuir responsabilidades frente a hechos de interés común”

Marco Teórico

La televisión por su influencia en la percepción humana es un elemento que interviene activamente en la construcción mental de la realidad. Según Guillermo Orozco (Pita, 2003) la cantidad y calidad de información, conocimiento y valoraciones que el sujeto receptor posee frente a la pantalla del televisor median su recepción del mensaje en tanto que influye en aquellos aspectos que son percibidos en general, en aquellos otros que son percibidos como relevantes y en las asociaciones posibles que resulten de lo percibido con lo anteriormente asimilado en la mente del sujeto.

Según Orozco, las mediaciones provenientes del sujeto están dadas por características propias del sujeto, como la capacidad cognitiva, que no es sólo el acto racional de conocer la realidad, sino que implica tanto el procesamiento de la información, como la generación de creencias y la valoración afectiva por parte del sujeto.

También la cultura, es una mediación de referencia para el sujeto, que incluye todos los elementos dados por el grupo social del cual proviene y en el que establece relaciones cotidianas de identidad y de elaboración de memoria colectiva. Según Orozco la cultura del televidente está presente en mayor o menor grado en toda mediación que pueda tener. El televidente es una expresión de la cultura misma y ella está presente en sus interacciones sociales y especialmente en su interacción con la televisión, desde la forma de acercarse a ella hasta la forma de narrar al investigador el contenido de algún programa. Estos elementos del sujeto y de su cultura son los que determinan la calidad de la relación con los mensajes televisivos.

La presente investigación se centra en estas mediaciones especialmente las referidas al propio sujeto receptor con relación al medio televisivo, productor de sentidos y significados. El televidente, al ser considerado sujeto activo, se tienen en cuenta aspectos individuales como la percepción de la realidad, sus significados, representaciones mentales, la formación de conceptos, sus esquemas mentales, estereotipos, juicios, valoración emocional e identidad, abordados desde la perspectiva de la psicología social, con el fin de explorar el papel de la televisión en la construcción de la realidad por parte de los sujetos.

Por otro lado se considera la credibilidad de la fuente como aspecto relevante en la percepción de la información televisiva y que incide en las mediaciones del receptor, para la conceptualización de lo que es la violencia.

Se ha tomado como punto de referencia para este estudio, la violencia que se observa en la emisión de noticias diariamente, y que va conformando una percepción de

la realidad social, en la que el televidente hace una interpretación de las imágenes e información que percibe y que lo lleva a una conceptualización particular de lo que es la violencia.

Procesamiento de la Información

La cognición social refiere al estudio de los procesos mentales mediante los cuales la gente conoce el mundo social (a sí mismo, a los otros, las relaciones interpersonales, grupos sociales, etc.). Estos fenómenos son estudiados desde la organización y utilización del procesamiento psíquico de la información. Según Wyer y Srull (1989), citado por (Morales 1994) entre las fases del procesamiento de la información está la codificación, el archivado, recuperación, y el juicio.

Codificación

Es una fase de interpretación y organización de la información a partir de los esquemas. En ésta fase se codifican los estímulos sociales. Codificar estímulos consiste en crear una representación mental o interna de éstos (Fiske y Taylor, 1984). La Codificación sería la transformación de los estímulos en representaciones internas o estructuras de significados asimilables por la memoria.

La codificación social se subdivide en las fases de análisis preatencional, y atención focalizada. El análisis preatencional se realiza de manera automática e inconsciente, combinando los atributos de los estímulos de los objetos que se perciben conscientemente. Una vez percibido el estímulo puede pasar a la fase de atención focalizada, en la que éste es clasificado e identificado.

La percepción es un proceso más complejo, que consiste en el reconocimiento de un patrón sensorial o su clasificación como objeto social conocido.

La comprensión es un proceso más abstracto que se refiere a la interpretación global de los estímulos sociales. En ésta subfase de la codificación, al estímulo se le asigna un significado semántico. Por último en una subfase de razonamiento y elaboración, se asocia el significado del estímulo con otros conocimientos, permitiendo inferencias complejas tales como, entre otras, inferencias, atribuciones de causalidad y predicción de acontecimientos (Wyer, 1981; De Vega, 1984; Fiske y Taylor, 1984, 1991).

La codificación supone un proceso previo de percepción, en el cual se da un reconocimiento de los estímulos para su posterior procesamiento de la información.

Proceso Perceptual

La percepción comprende esencialmente dos procesos (Bruner, 1985) citado por Morales (1994): 1) la recodificación o selección de información, reduciendo su complejidad y facilitando su almacenamiento y recuperación en la memoria; y 2) intenta ir más allá de la información obtenida, con el fin de predecir acontecimientos futuro.

Cuando se perciben objetos y personas crea un orden, una organización mediante la creación de categorías, tratando estímulos independientes como equivalentes entres sí, o integrantes de una unidad, y diferentes a su vez de otros estímulos.

En la percepción de personas y sus acciones se posee una multitud de categorías para clasificar su conducta, su apariencia y demás elementos informativos: puede ser categorizada en función de un atractivo físico, personalidad, procedencia geográfica, ideología política, etc.

Las percepciones tienen significado. Los estímulos percibidos pasan al interior de la mente a través de un tamiz cuya función consiste en interpretarlos, otorgándoles significado. Por ejemplo, si vemos a una persona que golpea a otro en la calle, es probable que ésa percepción sea almacenada en la memoria junto con la interpretación de que dicha persona es agresiva y maltrata a los demás. Cuando posteriormente se pregunte si ésa persona es agresiva , es probable que utilice en su juicio, la interpretación que se ha almacenado más que el hecho concreto que dio lugar a la interpretación. (Fiske1987).

Las personas son percibidas como agentes causales, es decir, con intenciones de control sobre el medio que les rodea. El perceptor sabe que los objetivos y deseos de la persona percibida influyen en la información que presenta de sí misma, lo que unido a la ambigüedad que tiene gran parte de la información, hace que el perceptor se implique en un proceso activo , intentando describir cómo la persona percibida realmente es, o cuáles son sus verdaderas intenciones.

Por otro lado, unas personas son semejantes a otras, lo cual permite realizar inferencias. Las personas tienen idea de cómo se siente otra persona, por ejemplo cuando está triste, cuando pierde un familiar querido o cuando le dan una buena noticia, porque han vivido ésas experiencias o similares. De manera inevitable, la percepción social implica al propio Yo.

Los perceptores combinan diferentes elementos informativos de las personas, de los cuales hacen inferencias. Se considera que las personas infieren unos rasgos a partir de otros. Las Teorías implícitas de la Personalidad (Bruner y Tagiuri, 1957) citado por

(Morales, 1994) son creencias acerca de qué rasgos o características de las personas suelen aparecer unidas, es decir, ocurren conjuntamente. Con frecuencia, cuando se sabe que una persona es militar de profesión, se supone que es disciplinada, estricta y conservadora.

Son Teorías porque las creencias acerca de las asociaciones entre rasgos están estructuradas, presentando cierto grado de consistencia interna. Son implícitas, porque éstas teorías no suelen estar formuladas en términos formales, sino con frecuencia inconsciente, de ahí que también se denominen ingenuas. Al no haber sido formuladas explícitamente, su veracidad o falsedad no es puesta a prueba, y se continúan utilizando, tendiendo a fijarse en los datos de la realidad que confirman las Teorías implícitas de la personalidad (TIP), más que en los que las niegan o cuestionan. Son teorías de la Personalidad, por que su contenido lo constituyen fundamentalmente atributos personales o rasgos de la persona.

Las TIP son idiosincráticas, es decir, que cada individuo a lo largo de su vida y como fruto de su experiencia, desarrolla sus particulares TIP, de forma que por ejemplo, un individuo al oír de otra persona que es "comunista" inmediatamente piensa que será desinteresada, igualitaria y luchadora, mientras que otro asociará "comunista" a intransigente, dogmática y anticuada. No obstante, a pesar de ésta variabilidad individual, existe cierto consenso o coincidencia entre los integrantes de una determinada sociedad o grupo social -especialmente en determinados momentos históricos- en sus TIP. Por ejemplo, una asociación entre rasgos que ha sido sólidamente documentada se resume en la frase "lo que es bello es bueno".

Los TIP como la mayoría de las estructuras cognitivas, tienen una de las principales razones de ser en la necesidad de las personas de estructurar, dotando de orden y significado las percepciones de la realidad, y de hacer esto de la forma más sencilla posible.

Factores asociados al perceptor.

Los objetivos que persiguen los perceptores modelan los procesos cognitivos asociados a la percepción de personas. Las metas de quien percibe no solo influye en cómo se procesa la información percibida, sino también en el tipo de información que es buscada.

Jones y Thibaut, (1958) citados por (Morales, 1994), dividieron en tres categorías los tipos de metas que una persona suele ir buscando cuando percibe a otra: a) probar o

confirmar sus propios valores (confirmar creencias), b) comprender a la persona y las causas de su conducta ; y c) determinar si la conducta de la persona se ajusta a alguna regla o norma o, por el contrario, se viola. El tipo de metas que predomine en una determinada situación influirá en todo el proceso perceptivo.

Respecto a las expectativas que los perceptores llevan consigo cuando perciben a otra persona, se distinguen entre expectativas basadas en la categoría y expectativas basadas en el estímulo (Jones, 1990) citado por (Morales, 1994). Las primeras son denominadas estereotipo, las segundas reflejan el conocimiento previo que el perceptor tiene de la persona percibida. Ese conocimiento puede provenir de la observación directa, de la información que la propia persona percibida revela o de una tercera fuente.

Otros factores relacionados con el perceptor que influyen en la formación de impresiones son: la familiaridad con el estímulo produce una mayor exactitud en la percepción, sin embargo produce ciertos sesgos perceptivos como el efecto de la mera exposición señalado por Zajonc (1968), que consiste en que la mayor frecuencia de exposición o la repetida experiencia perceptiva de las personas estímulo, siempre que su valor sea positivo o neutral, acaba por convertirlas en más atractivas.

Otro factor es el valor del estímulo, que también afecta la percepción, tendiendo a darse una acentuación perceptiva. En su estudio Bruner y Googman (1947) citado por (Morales, 1994) sobre percepción de monedas y círculos, mostraron que las monedas, especialmente para los niños pobres, tendían a verse más grandes de lo que eran). Así mismo el efecto de halo indica que quienes son vistos de forma muy positiva en un rasgo, tienden a verse como poseedores de otros rasgos positivos. La acentuación perceptiva y el efecto de halo pueden explicar porque las personas de elevado rango, posición o prestigio son percibidas de forma más favorable de lo que sus verdaderas cualidades merecían.

Por otro lado, el significado emotivo del estímulo en el perceptor, es decir, el valor emotivo, depende del poder del estímulo para proporcionar consecuencias positivas o negativas. Así, una persona deseosa de hacer amigos, es más fácil que detecte en los demás indicios que hablen de su predisposición para hacer amistades. Las investigaciones han señalado dos fenómenos contrapuestos en relación con el significado emotivo de los estímulos. Uno es la defensa perceptiva, que consiste en el alto umbral de reconocimiento en que gozan algunos estímulos amenazadores (popularmente “no-veamos aquello que no queremos ver”); así los fallos en quienes estimamos mucho suelen pasar desapercibidos o ser excusados y no vistos como tales, y las virtudes de los enemigos

suelen ser ignoradas. El segundo fenómeno es la perspicacia perceptiva, que consiste en el bajo umbral de reconocimiento de que gozan los estímulos que pueden satisfacer una necesidad o reportarnos un beneficio.

En la defensa perceptiva hay una resistencia a percibir estímulos que pueden provocar ansiedad o angustia. El perceptor se defiende del estímulo perturbador retrasando su reconocimiento o captándolo de manera distorsionada, para ajustarlo a sus propios prejuicios. La ansiedad contribuye a elevar el umbral sensorial lo cual se ve en la vida cotidiana cuando las emociones son tan fuertes que llegan a nublar la razón. Por ejemplo, en el enamoramiento se da la defensa perceptiva ya que el afecto y la pasión hacen ver los aspectos positivos de la persona y enmascaran los negativos.

El aislamiento es una forma de defensa perceptual, que se desarrolla con frecuencia para legitimar los actos o las ideas que podrían ser ofensivas o cuestionables si se percibieran por medio de asociaciones normales. Por ejemplo, un aislamiento inquietante es el reclutamiento y entrenamiento que reciben los jóvenes en los grupos armados de nuestro país. Se capacitan y disciplinan “rigurosamente” para evitar vincular conscientemente sus deberes como seres humanos, como ciudadanos, con el destino de multitud de seres humanos de las poblaciones que están en la mira; se consideran “expertos” en manejo de armas, y siguen automáticamente unas estrategias militares, porque desconocen el objetivo real de las masacres, que no son un fin último, y peor aún, en su mayoría desconocen la estrategia política que hay detrás de los avances bélicos. En últimas, son objetos de violencia (como la población ciudadana) que han sido “capaces” de hacer a un lado sus consideraciones personales, sean que estén forzados, por conveniencia o por voluntad.

La Cuantificación es otra forma de aislamiento. Los números inhiben el uso consciente de información y son percibidos como un hecho incuestionable. (Tantos... muertos en una masacre, pero donde están sus rostros? ¿Quiénes eran?). Los números ofrecen una técnica para despersonalizar y deshumanizar a los individuos. El hombre, al igual que con el lenguaje verbal, crea la abstracción numérica, las que están sujetas a distintas interpretaciones tanto del emisor como del receptor. Los números sólo constituyen otro lenguaje con paradojas, confusión, contradicciones y agendas ocultas inherentes.

Otros fenómenos psicológicos como la dominancia perceptiva y la disonancia cognitiva, también explican la valoración emotiva que el perceptor hace de determinados estímulos que influyen en su comportamiento.

La dominancia perceptiva o atención selectiva, es cuando se superponen estímulos opuestos, sólo uno resulta dominante en función de intereses, prejuicios o valores; es el motivo por el que una mujer gorda detecta más rápidamente un anuncio de un sistema de adelgazamiento.

Y la disonancia cognitiva, se produce cuando hay una discrepancia entre la percepción de la realidad y la imagen que el sujeto tiene de sí mismo (León Festinger, 1957). En muchos casos el miedo a herir la propia imagen y la necesidad de reducir la angustia producida por la disonancia, lleva a distorsionar la percepción de la realidad. Se sabe, por ejemplo, que las personas con menos probabilidades de creer en los peligros del tabaco son los fumadores que han intentado abandonar el tabaco y han fracasado en la tentativa.

De otro lado, la experiencia es otro factor relacionado con el perceptor, que permite que las personas con cierto tipo de rasgos, realicen percepciones más acertadas, pues generalmente saben calibrar la importancia relativa que tanto la persona estímulo como la situación en que se encuentra, tienen en la producción de una determinada conducta (Dawson, 1989) citado por (Morales, 1994).

El papel activo del perceptor en la formación de impresiones no se limita a tener metas, construir información y encuadrar la información construida en esquemas relacionados con sus metas; va más allá, pues él mismo suscita la información o crea las condiciones bajo las cuales se genera información sobre la persona estímulo. La conducta y características de la persona percibida son inseparables de la propia presencia del perceptor. Así, la combinación en determinadas situaciones de las metas que el perceptor busca y la interacción con ciertas expectativas (por ejemplo estereotipos) puede producir que el perceptor realice ciertas tácticas que provoquen la confirmación conductual de sus expectativas (Hiiton y Daley, 1991) citado por (Morales, 1994). Este fenómeno se denomina "la profecía que se cumple a sí misma".

Factores relativos al contenido de la percepción.

El tono evaluativo de los elementos informativos es un factor que ha sido confirmado por estudios que muestran, que cuando la información que se conoce acerca de una persona contiene elementos positivos y negativos, éstos últimos tienen una mayor importancia en la impresión formada (Anderson, 1965) et al, citados por (Morales, 1994). Así, una primera impresión negativa es más difícil de cambiar que una positiva, ya que los rasgos que conlleva una evaluación negativa parecen ser fáciles de confirmar y difíciles

de desconfirmar, mientras que los rasgos positivamente evaluados son difíciles de adquirir pero fáciles de perder (Rothbart y Park, 1986) citados por (Morales, 1994).

En la percepción entonces, se suceden fenómenos psicológicos que median, entre el sujeto y la realidad que percibe, de lo cual depende que tenga una visión del mundo relajada y contemplativa o logre percibirlo desde una perspectiva más reflexiva, analítica e independiente

Percepción y realidad percibida.

Los procesos perceptivos reúnen e interpretan la información, es el enlace mediador entre el individuo y su ambiente. Se tiende a identificar la percepción, con objetividad, “cada cual se inclina a creer que su forma de percibir la realidad es el modo natural”. En la vida cotidiana se tiende a considerar que lo que uno percibe es necesariamente auténtico (“lo he visto con mis propios ojos”), olvidando la complejidad del psiquismo humano. Según Walter Lippmann (Ferrés 1996) nuestra manera de ver las cosas es una combinación de lo que allí se encuentra y de lo que se espera encontrar. En principio la persona tiende a ver lo que espera ver, tiende a observar la realidad para confirmar lo que piensa y cree de ella.

Por otro lado, Paúl Watzlawick (1992) citado por (Morales, 1994) decía que “la más peligrosa manera de engañarse a sí mismo es creer que sólo existe una realidad”. Para él la esencia de la madurez humana es la capacidad de vivir con verdades relativas, con preguntas para las que no hay respuesta, con la sabiduría de no saber nada y con las paradójicas incertidumbres de la existencia.

La cultura ejerce un control selectivo sobre lo que se percibe, define la experiencia perceptual de manera diferente; controla lo que se percibirá conscientemente como importante, o lo que se desechará como irrelevante. El proceso abarca experiencias pasadas y necesidades emocionales, no solo a nivel individual, sino también colectivo. En la comunicación social, se comparten significados, y también una historia contenida en el lenguaje, que condiciona lo que se percibe. Según Grijelmo (2000), las palabras se heredan unas a otras, y nosotros también heredamos las palabras y sus ideas, y eso pasa de una generación a la siguiente, es decir, ocultan una historia, y han adquirido un significado colectivo que condiciona la percepción personal de la palabra y la dirige.

La experiencia televisiva está condicionada por patrones culturales y emotivos del receptor, y del mismo modo, los conocimientos adquiridos y las experiencias vividas ante el televisor, influenciará el ordenamiento de las futuras interpretaciones de la realidad.

La percepción se basa en conocimientos previos que son los que interpretan los datos sensoriales. Si no existe un conocimiento previo, o bien no se percibe la realidad, o se la percibe de una manera distinta. El perceptor no percibe la realidad de forma pasiva, sino que es un acto activo en el que la realidad se elabora y se recrea.

Al percibir se activa un programa de interpretación de la realidad. Si se activa eléctricamente una zona del cerebro, se recibe en la conciencia su contenido informacional. Estimulando las zonas encargadas de la afectividad por ejemplo, se tienen vivencias afectivas; estimulando las zonas que contienen información visual, se obtienen sensaciones o imágenes, y así, sucesivamente. Entonces, si los impulsos procedentes de los sentidos activan estas mismas estructuras, aparecerá en la conciencia su contenido informacional más el contenido del paquete de impulsos que nos trae información de lo que se va a percibir. El resultado final que se percibe es el dato sensorial tratado por su programa de interpretación.

El cerebro del hombre somete la realidad objetiva a dos tipos de análisis: un análisis objetivo y una valoración afectiva. En el análisis objetivo se intenta conocer qué se tiene en frente (que se está observando o escuchando en la televisión), lo que se está pensando; en la valoración afectiva de la realidad, se sienten emociones ante ella, se eleva a un significado lo percibido o lo pensado (García, 1992).

Proceso de Atención.

La diversidad de información a la que el individuo está expuesto es seleccionada, según los teóricos se percibe sólo el 1/1000 de lo que se ve, el resto queda almacenado en el cerebro, pero nunca llegará a hacerse consciente (J.L. González, 1988, pág. 63) citado por (Hardy, 1998). La información seleccionada es interpretada desde patrones culturales y tendencias personales derivadas de sentimientos, temores y deseos.

En la fase de codificación dentro del procesamiento de información, es crucial el proceso de atención. Éste se define como la dirección (selectividad) y la intensidad (esfuerzo) con que se procesa un estímulo en un momento dado. Por ejemplo, ver un programa de televisión, se supone que el televidente está focalizando su atención en él (selectivamente centra su actividad cognitiva en él), aunque lo pueda hacer con mayor o menor esfuerzo (diferente intensidad de atención). En otras palabras, la atención tienen que ver con lo que el sujeto está pensando activamente en un momento dado. Se dice que la codificación y la atención tienen que ver con los contenidos actuales de la mente, es decir con lo que ocupa la memoria activa (Morales, 1984).

Una característica asociada a la focalización de la atención en la fase de codificación es la saliencia o el carácter sobresaliente de un estímulo. Ésta es una propiedad que emerge de la relación del estímulo con el contexto. Una persona de raza blanca destaca en un grupo de personas de raza negra, es saliente o destaca en ese contexto.

Las causas de saliencia o de destacar socialmente pueden obedecer al contexto inmediato del observador, frente a éste una persona puede ser saliente por ser novedosa (único hombre en un grupo de mujeres) o por ser saliente (brillante, complejo, en movimiento). Pero puede obedecer también al conocimiento previo o a las expectativas cuando es inusual para esa persona (que se comporte de una manera no esperada) o para la categoría social de esa persona (no se ajusta a su rol) o para las personas en general (se comporta de manera extrema o negativa). La investigación e cognición social ha confirmado que los sujetos focalizan la atención y se centran en los estímulos más sobresalientes (Nisbett y Ross, 1980; Fiske y Taylor, 1984, 1991).

El efecto de saliencia se refiere a que cuando la atención se dirige hacia una porción destacada o sobresaliente del medio social, la información de ésta parte del medio influye de manera desproporcionada en los juicios o decisiones posteriores.

Se ha comprobado que las conductas intensas, cambiantes, nuevas o raras provocan más atención (Fiske y Taylor, 1991) citados por (Morales, 1994). También las conductas negativas, independientemente de su intensidad, reciben más atención.

Los estímulos extremos y negativos son salientes porque las personas tienen expectativas de percibir estímulos moderados y positivos. En el conocimiento social de las emociones, investigaciones han confirmado que los sujetos consideran que las emociones extremas y negativas son atípicas de su propia vivencia emocional (Sommers, 1984; Azcona, 1989; Echevarría y Páez, 1989) citados por (Morales, 1994).

Desde el punto de vista de la fuente del estímulo, la selección depende de factores como el número de fuentes (es más difícil atender a cinco personas que hablan, que a una sola), la semejanza de las fuentes (poder estudiar con música instrumental, pero no con música vocal), la complejidad de las fuentes, es más fácil atender a varios estímulos sencillos que cuando son complejos (se puede ver televisión y charlar simultáneamente, pero leer un libro requeriría de toda la atención).

Las fuentes impredecibles tienden a captar la atención, mientras que las predecibles no lo hacen. A veces, los estímulos muy predecibles no se notan hasta que se paran (una conversación pasa desapercibida hasta que se para, momento en el cual se

presta inmediatamente atención). Aquí la interrupción es el acontecimiento impredecible, por tanto el que capta la atención. Por ejemplo, la interrupción de un programa de televisión por la presentación de una noticia de última hora, inmediatamente llama la atención del televidente.

Se produce habituación gradual a los estímulos continuos muy predecibles, esto es, se presta cada vez menos atención, hasta que incluso el individuo deja de ser consciente de su presencia. En nuestro medio, estamos tan habituados a las noticias de violencia (masacres, secuestros, asesinatos, paros, miseria, narcotráfico, etc.), que el televidente lo ve como una realidad ajena a su vida cotidiana, y las personas que la padecen se reducen a un número, o a la situación descrita en unos segundos, que rápidamente deja de ser interesante.

A la fase de la codificación, en la cual se integran los procesos perceptivos, y de atención, sigue la fase de memorización de la información, relacionada con la interpretación que el sujeto hace de la realidad y su medio circundante.

Archivado y Recuperación

La codificación, memorización y recuperación de la información están íntimamente asociadas (De Vega, 1984) citado por (Morales, 1994).

La información memorizada se integra en un esquema, el que actúa en la fase de codificación activándose antes o durante la fase en que el sujeto está recibiendo los estímulos. También puede actuar en la fase de recuperación cuando su activación es posterior, es decir, cuando se activa en el momento en que se debe recordar y recuperar la información.

Memorización.

La memoria que se constituye como una red semántica asociativa con procesos de activación en el recuerdo (Hastie, 1984; Shoben, 1984) citados por (Hardy, 1998). La memoria permanente se clasifican las representaciones mnésicas. Ciertas representaciones poseen una gran estabilidad y en ellas influye sólo en escasa medida la variabilidad de los contextos de recuperación. Estas representaciones son conceptos o conocimientos generales y se pueden agrupar bajo la denominación de memoria semántica .

Otras representaciones son más flexibles y particularmente sensibles a las variaciones contextuales. Son las representaciones de hechos, descritas como memoria episódica.

Esta distinción entre memoria semántica y memoria episódica ha sido definida por Tulving (1985) citado por (Morales 1994): la memoria episódica sería un sistema de almacenamiento de informaciones fechadas, hechos o episodios personalmente vividos, y de sus asociaciones espacio temporales. La memoria semántica es la memoria necesaria para la producción y la comprensión lingüística: palabras, símbolos verbales, referentes, conceptos, reglas de manipulación de éstos símbolos y de sus relaciones etc. Las representaciones episódicas y semánticas son en principio verbalizables, ya se trate de episodios singulares, de conceptos o de imágenes mentales.

Se pueden distinguir tres formas de representación que se corresponden con las formas más globales de aprehensión de la realidad: a) las representaciones preposicionales que muestran las estructuras predictivas características del lenguaje, que están en la base de su función principal de comunicación y transmisión de información; b) las representaciones de imágenes que muestran las estructuras espaciales características de la percepción visual; y c) las representaciones ligadas a la ejecución de las acciones que se basan en gran parte en la motricidad sensorial, muestran prioritariamente los encadenamientos, las transformaciones y las sucesiones de estados, constituyendo una forma de expresión privilegiada de las estructuras temporales.

Algunos investigadores de la cognición social han planteado la existencia de códigos temporales para las secuencias temporales, y en relación con la memoria episódica y la existencia de un código analógico (representación visual con imágenes mentales) que daría cuenta de las relaciones continuas de la información social (Fiske y Taylor, 1991) citados por (Morales, 1994),

Representaciones de imágenes.

Una representación analógica se parece físicamente a lo que representa (Hardy 1998). Las semejanzas pueden ser exhaustivas y detalladas o contener sólo una o dos semejanzas superficiales. Por ejemplo, un mapa geográfico, que se parece físicamente al territorio que representa en cuanto a las localizaciones de los lugares, sigue siendo muy diferente en aspectos como tamaño, color y cantidad de detalle.

Uno de los tipos más importantes de representaciones mentales analógicas, son las imágenes, las que se producen en todas las modalidades sensoriales. En un sentido

muy general, las imágenes son una de las razones principales por la cual podemos recordar el pasado y prever el futuro. Las imágenes son utilizadas para codificar información que debe transferirse a la memoria a largo plazo. Algunos tipos de información son más susceptibles de ser codificados en imágenes que otros.

Representaciones preposicionales.

Puesto que el formato o código implícito en la cognición social es proposicional, los modelos de ésta se basan en las Teorías de redes preposicionales de la memoria semántica. Las proposiciones son una forma de lenguaje lógico-abstracto, diferente del lenguaje natural, que enuncia la propiedad verdadera o falsa de los conceptos y de las relaciones entre estos.

Estas proposiciones enmarcadas en el lenguaje, que es analítico, totalmente abstractas, sin semejanza física alguna con su referente. Las palabras y los números no son las cosas que representan, sino representaciones lejanas, aproximadas y simbólicas.

La teoría de Codificación dual de Alian Paivio (1986, 1991) citado por (Hardy, 1998) lo explica. Demostró que se recordaban mejor palabras como piano o carro, que palabras abstractas como libertad, idea, felicidad, o violencia. Paivio propone que las palabras concretas tienen un código de imagen fácilmente disponible del que carecen las palabras abstractas. Por tanto, las palabras abstractas deben ser codificadas como las propias palabras, o quizás como proposiciones abstractas. Aunque se concibe que las palabras abstractas (como violencia) pueden ser codificadas mediante imágenes visuales, es un código menos eficaz para las palabras abstractas que para las concretas.

Algunas palabras abstractas, son en cierto modo traducibles en imágenes, pero son traducciones que son sólo un sucedáneo infiel y empobrecido del concepto que intentan "visibilizar". Por ejemplo, el desempleo se traduce en imagen del desempleado, pero la imagen de un hombre sin trabajo no lleva a comprender en modo alguno la causa del desempleo y cómo resolverlo. Así pues el saber se desarrolla en los conceptos y concepciones mentales y no en un mundo percibido por los sentidos.

Un ejemplo de la concepción abstracta de la palabra violencia es la que concibe E. Weil al referirse a que "la conceptualización de la violencia borra en sí misma el hecho violento" (Papel Político 2001) en lo político " la violencia se convierte en un factor de explicación política, histórica, en términos abstractos o estadísticos, pero sin darle cabida al componente humano". Esta alteración de la realidad que realiza la violencia, busca alejarse de los hechos, de olvidar e invertir la realidad para alterar su sentido de acuerdo

a intereses determinados. Esto es la "invisibilidad de la violencia", de las verdades de hecho y que altera la interpretación de las cosas que "ocurren en realidad concreta".

La cognición social concibe que en la memoria hay una red de proposiciones cuyos elementos representan conceptos y sus relaciones. Esto es, la existencia de una red de nodos o unidades atómicas que representan a los conceptos, y también de eslabones o relaciones etiquetadas que representan las relaciones entre estos (Hastie, 1985). Por ejemplo, en la frase "la mujer mayor que estaba de pie en la esquina fue golpeada por un hombre joven", hay cuatro proposiciones: la mujer es mayor (proposición 1), la mujer estaba de pie en la esquina (proposición 2), el hombre golpea a la mujer (proposición 3) y el hombre es joven (proposición 4). Cada proposición consta de un conjunto de nodos y relaciones, en los que cada nodo es una idea (verbo, adjetivo, sustantivo) y cada relación es un vínculo entre ideas.

Respecto a los contenidos de la memoria social, se ha encontrado en las descripciones abiertas de recuerdos de personas tres tipos de contenido: a) las apariencias físicas, que se supone que se representan en formato analógico (en imágenes); b) las conductas, que se supone que se representan en parte en un código temporal; y c) los rasgos o disposiciones de personalidad que se supone que se representan en formato proposicional (Fiske y Taylor, 1991) citados por (Morales, 1994).

Estos contenidos de la memoria van de lo más aparente y superficial (imagen física) a lo más abstracto (rasgos). Los conceptos de cognición social se pueden concebir formados por abstracciones (prototipos abstractos o ideales) o por ejemplares concretos. Todos los contenidos de memoria se pueden representar en forma proposicional, y en general la memoria social se caracteriza por un funcionamiento abstracto.

En relación con contenidos de la apariencia física, las investigaciones han encontrado que los sujetos de apariencia física atractiva son mejor evaluados, más recompensados, tienen mayor influencia social y se interactúa más con ellos, con comparación con sujetos menos atractivos (Bruchon-Schweitzer, 1990) citados por (Morales, 1994).

Por otro lado, la organización de la memoria social puede tener lugar tanto por personas como por categorías sociales o grupos. En general la información se organiza en la memoria por personas (cuando éstas son saliente o relevantes como algo unitario, cuando resultan familiares o conocida) y suele ser el tipo de memoria más utilizado en las sociedades occidentales (Fiske y Taylor, 1991). Sin embargo las personas también

utilizan las categorías socialmente salientes (como sexo, edad, raza y clase social) para organizar la memoria.

Los conceptos de la memoria social tienen un carácter prototípico. Dentro de ésta visión se encuentran dos concepciones: la probabilística y la ejemplar. La probabilística sugiere que lo que define un concepto es una representación sumaria o un prototipo abstraído de los ejemplares concretos. El concepto de loco por ejemplo, vendría dado por rasgos tales como estar manifiestamente mal de la cabeza, ser irresponsable, estar alterado o ser peligroso, ninguno de los cuales es necesario ni suficiente. Por otro lado, la concepción ejemplar propone que las categorías están definidas por conjuntos específicos de atributos específicos. Un sujeto sería clasificado como "enfermo mental" a partir de su comparación con ejemplares particulares, "un amigo mío que se volvió loco" y no con un prototipo abstracto.

Los prototipos y los esquemas son los conceptos representacionales más utilizados en la cognición social.

Prototipos.

Se definen como un conjunto de rasgos o atributos generalmente asociados a los miembros de una categoría social. Estos rasgos no son suficientes ni necesarios para definir la pertenencia a una categoría. Lo que reúne a los miembros de una categoría social (mujeres, jóvenes por ejemplo) es un "aire de familia" dado por la posesión parcial y en diferente grado de algunas características de una serie. Cada rasgo se pondera por su grado de asociación a la categoría; ésta a su vez se concibe como el conjunto de objetos que son considerados equivalentes. (Semin, 1989). Valga como ejemplo el estereotipo sexual entre otros.

Estas categorías se formarían a partir de experiencias repetitivas. Su proceso de aprendizaje sería la similitud entre sucesos episódicos (por ejemplo, experiencia con las mujeres) y se basaría en las estructuras reales de asociación entre atributos (por ejemplo, el que las mujeres son más pequeñas que los hombres podría ser la base de la percepción social de las mujeres como más frágiles que los hombres). Estas categorías se organizarán entorno a prototipos, bien ejemplares, bien episodios prototípicos reales o abstracciones ideales de éstos.

Los atributos más importantes para definir una categoría social son las propiedades modales (más frecuentes) o típicas. Así, en un prototipo ideal se reuniría el

máximo de atributos asociados a una categoría dada, y el mínimo de atributos asociados a otras categorías.

Esquemas.

El término esquema se refiere a unidades estructuradas de conocimiento que reúnen conceptos, categorías y relaciones entre ellos en conjuntos de bloques de conocimiento basados en la experiencia social. Los esquemas serían estructuras de conocimiento complejas y totalizantes que procesan activamente la información del medio, de manera que el conocimiento sería una reproducción y reconstrucción activa de los estímulos sociales y no un solo reflejo de ellos.

En la codificación (percepción y comprensión), los esquemas estructuran la percepción, apareándose con los estímulos y seleccionándolos, facilitando la comprensión de éstos mediante su asimilación al conocimiento previo. Markus y Zajonc (1985), citado por Morales.

Desarrollo de esquemas.

Las personas van abstrayendo de su experiencia y/o de la información que reciben estructuras de conocimiento que reflejan las asociaciones entre atributos que se le dan a la realidad social. Por ejemplo, en la formación de esquemas de roles o estereotipos sobre grupos mayoritarios (como los sexuales) éstos se desarrollarían por la asimilación de los atributos asociados a los roles sociales.

Los esquemas de grupos minoritarios o estereotipos negativos se formarían por la percepción de correlaciones ilusorias entre atributos raros, poco frecuentes y grupos minoritarios. Por ejemplo, el estereotipo negativo de los norteafricanos. primero, en la medida en que hay más norteafricanos como trabajadores de pocos ingresos, los atributos de éstos (mala ropa, problemas de limpieza, estrés afectivo y conductas asociadas) se asociarían a ése grupo. Segundo, aunque haya más delincuentes españoles que norteafricanos, al ser las conductas delictivas minoritarias, extremas y negativas, y al ser distintivos o salientes los norteafricanos, las personas asociarían, más allá de lo que se encuentra en la realidad, norteafricano con delincuencia.

Investigaciones en cognición social sugieren que el punto crítico a través del cual las personas generan una representación abstracta de un área social -un esquema- se da con dos o tres exposiciones a ejemplos de esa categoría.

Los esquemas a medida que se desarrollan se hacen cada vez más abstractos, más complejos, con más dimensiones subyacentes a los atributos y con más relaciones entre éstos últimos; se hacen más organizados y articulados. Los esquemas bien desarrollados se caracterizan por ser como un paquete compacto, es decir, se pueden activar unitariamente (Fiske y Taylor, 1991) citados por (Morales, 1994).

Por último, los esquemas con su mayor riqueza, complejidad y articulación se convierten en más elásticos y flexibles para asimilar información incongruente o contradictoria. En un primer momento cuando los sujetos están formando esquemas y se apoyan en datos base, no perciben las incongruencias ni las procesan especialmente. En una segunda fase cuando está formando las estructuras cognitivas, se centran en las inconsistencias y buscan darles una explicación y reconciliarlas con el resto del esquema; en ésta fase es que se dice que la información se recuerda mejor. En una tercera fase cuando el esquema está formado y se busca validarlo, se ignoran las inconsistencias; es en la fase en que las personas recuerdan mejor la información consistente a largo plazo. Por último cuando los esquemas están bien formados, como el caso de expertos en un área dada, se es capaz de dar cuenta de la información inconsistente, de recordarla y usarla. (Fiske y Taylor, 1991) citados por (Morales, 1994).

Generalidades de los esquemas.

En los esquemas se distinguen varios tipos: los individuales, del Yo, de personas, de roles, de grupos o categorías sociales, de sucesos y de resolución de problemas. Los esquemas del Yo son generalizaciones de uno mismo en una serie de áreas. Se basan en la experiencia pasada y sirven para seleccionar y procesar información relevante acerca de uno mismo. Éstos esquemas permiten comprender la experiencia social e integrar una variedad de estímulos informativos sobre uno mismo en patrones de significado.

Los esquemas de personas se refieren a bloques de conocimiento sobre los rasgos, objetivos, motivos y conductas característicos de determinados tipos de personas. Los esquemas de roles se refieren a las estructuras cognitivas que organizan el conocimiento sobre los rasgos, motivos y conductas asociados a la pertenencia de grupos y categorías sociales. Los estereotipos se pueden considerar como los esquemas de rol más genéricos. En el plano de la percepción, una vez que un sujeto es caracterizado en un rol, se tiende a atribuirle todas las características de dicho rol, independientemente de las actuaciones y atributos reales de éste. Por ejemplo, basta con que a alguien se le

aplique la etiqueta de "enfermo mental" para que se le perciba como inadaptado, aunque en realidad sea "normal".

Los esquemas de sucesos se abstraen de experiencias pasadas y guían la percepción, memorización e inferencias. Dentro de éstos están los escenarios, un tipo particular de esquema, es decir, una estructura cognitiva integrada por un cuerpo de conocimiento asociado a una secuencia de sucesos que ocurren frecuentemente y con regularidad en una cultura dada (Markus y Zajonc, 1985) citados por (Morales, 1994).

Finalmente, los esquemas abstractos de resolución de problemas, son más bien esquemas genéricos, libres de contenido específico, que estructuran el conocimiento sobre los procedimientos útiles para afrontar y resolver problemas. Ejemplos de éstos esquemas son los esquemas de atribución de causalidad, que indican qué hacer y qué variables tomar en cuenta para encontrar la causa de un fenómeno.

Los esquemas se activan en la codificación a partir del contexto. Los que son activados en el primer momento influyen más fuertemente en el procesamiento. Hay un efecto de primacía, los rasgos presentados en primer lugar van a determinar cómo se organizan y procesan los posteriores. Los esquemas que se activan y se usan más son aquellos que se apoyan en indicadores físicos y visuales claros. Las personas activan primero los esquemas de roles, es decir, las categorías sociales dados que son más ricos en asociaciones, están más asociados a la conducta manifiesta.

También se ha encontrado que tanto los objetivos a corto plazo como los objetivos sociales valorados a largo plazo o valores, van a influir en que esquemas se activan. Si se toman las actitudes como una posición ante un objeto social basada en ciertos valores, la investigación muestra que, en general, los sujetos procesan preferentemente la información consistente con la actitud, igualmente, se tiende a recordar mejor la información consistente. Cuando la actitud está formándose o es débil, o cuando está muy estructurada y es fuerte, se procesa mejor la información inconsistente o contradictoria (Chaiken y Stangor, 1987; Stahlberg y Frey, 1988) citados por Morales (p. 184).

Los objetivos a corto plazo también influyen en cómo se procesa la información. Cuando los sujetos tienen como objetivo comunicar sus pensamientos, procesan la información de forma más compleja, basándose menos en los primeros esquemas activados y tratando de constatar mejor sus impresiones.

Por último, los estados emocionales también influyen en que esquemas se activan en la codificación. Todo un conjunto de investigaciones confirma que el estado de ánimo influye en los procesos cognitivos de interpretación, juicios sociales, memoria y conducta.

En la recuperación de la información, se ha encontrado que se recuerda mejor la información relevante para el esquema. En la memorización del material verbal, visual, de personas, los estímulos relevantes para el esquema activado son mejor recordados que los irrelevantes. Múltiples experiencias han demostrado que se recuerda mejor la información relevante (tanto si ésta es congruente o disonante e incongruente) que la información irrelevante para el esquema activado (Hastie 1984; Wyer y Gordon, 1984) citados por Morales p. 189.

Los esquemas mentales, sobre los cuales se articularán informaciones nuevas, llevan a seleccionar, de entre el flujo de estímulos sensoriales, aquellos que resultan coherentes con las propias expectativas. Los esquemas actúan como filtros de la multiplicidad de estímulos e informaciones, y orientan la interpretación de lo que se percibe. Para Régis Debray (1994, pág. 300) "lo que nos hace ver el mundo es también lo que nos impide verlo, nuestra ideología". Nuestra manera de ver las cosas es una combinación de lo que allí se encuentra y de lo que esperamos encontrar. En principio la persona ve lo que espera ver (o lo que teme ver). Tiende a observar la realidad para confirmar lo que piensa y cree en ella.

Al estar la percepción de la realidad condicionada por esquemas emocionales, una misma realidad es percibida de manera diversa en función de actitudes previas, actitudes personales, y que no se basan siempre en parámetros racionales. Por ejemplo, en el ámbito del amor, si es cierto que se tiende a querer más a las personas más hermosas, también lo es que se tiende a percibir como más hermosas a las personas a las que se quiere.

En las comunicaciones humanas, y más en concreto en las percepciones, las personas pueden estar condicionadas por factores de carácter cultural y emotivo. Si un mismo programa televisivo es interpretado de maneras distintas por distintos espectadores, o juzgado de manera distinta por un mismo espectador en etapas diversas de su vida, es precisamente por las variaciones en los esquemas mentales culturales y emotivos desde los que se contempla.

En este sentido, si la experiencia televisiva está condicionada por los patrones culturales y emotivos del receptor, es decir, por los conocimientos y los sentimientos que ha acumulado en sus experiencias vitales anteriores, del mismo modo los conocimientos adquiridos y las experiencias vividas ante el televisor le proveerán de nuevos esquemas o modelos mediante los que ordenará sus futuras interpretaciones de la realidad. La

televisión contribuye en el proceso de construcción y de reelaboración de los esquemas desde los que se interpreta la realidad (Ferrés, 1996).

Inferencia o Juicio social

Es un proceso y un producto. Como proceso implica decidir que información se reúne en torno a un tema o a una cuestión, recoger dicha información y combinarla de alguna forma y de alguna manera. Como producto viene a ser el resultado de un proceso de razonamiento (Fiske y Taylor, 1984).

En la inferencia social, Hastie (1981) citado por (Morales, 1994) distingue tres tipos, teniendo en cuenta el contenido del proceso inferencial: inferencias categoriales, inferencias causales, e inferencias acerca de las relaciones estructurales.

Las inferencias categoriales ocurren cuando las personas poseen información acerca de uno más elementos de una categoría concreta (políticos) y generalizan al conjunto de la categoría. También cuando se asigna las características de una categoría social a las personas que pertenecen a ella. Un ejemplo claro de este tipo de inferencia es el estereotipo.

Las inferencias causales tienen lugar cuando se intenta buscar la razón o causa de un hecho observado

Y las inferencias acerca de las relaciones estructurales, son procesos que se ajustan a principios de equilibrio estructural, esto es por ejemplo, si se sabe que a alguien le gusta mucho los carros, se infiere que tendrá un carro, dado que de lo contrario la relación "le gustan los autos y no tiene carro" estaría desequilibrada.

La inferencia supone recoger información. El perceptor social debería ponderar toda la información relevante, antes de llegar a una conclusión. Sin embargo, la evidencia muestra que el proceso de toma de decisión acerca de cuál es la información relevante se ve fuertemente influido por las expectativas previas o esquemas. Esto puede no ser apropiado en los siguientes casos: a) al cometer errores por la presencia de estereotipos, atribuyendo a una persona individual las características de su grupo; b) cuando se produce el efecto de primacía, cuando se da prioridad absoluta a los primeros elementos, descuidando los que vienen a continuación. Estos errores se producen cuando se confía en los estereotipos, o estos se ajustan fácilmente a los datos de que se dispone, o cuando tales datos son ambiguos y precisan de algún marco para interpretarlos.

Estereotipos.

Los Estereotipos son representaciones sociales, institucionalizadas, reiteradas y reduccionistas. Representaciones sociales por cuanto suponen una visión compartida que un colectivo social tiene de otro colectivo social; reiteradas por cuanto se crean a partir de repetición, por lo cual acaban por parecer naturales; su objetivo es, que no parezcan formas de discurso, sino formas de la realidad; y reduccionistas por cuanto convierten en simple una realidad compleja.

Los estereotipos conectan con los procesos de seducción, por cuanto juegan con la percepción selectiva: seleccionan intencionalmente una dimensión aislada de la realidad (en el caso de los estereotipos, normalmente negativa), polarizando la atención del receptor sobre ésta dimensión, con la intención de que el receptor realice un proceso de globalización, transfiriendo la parte negativa al todo. Pretenden que la dimensión negativa se convierta para el receptor en una representación de la realidad completa. Los estereotipos contribuyen a potenciar la sensación de que se controla la realidad, de que ésta puede ser conocida, entendida, explicada, dominada.

Los estereotipos se pueden analizar desde la causa que los justifica y desde los efectos que producen. Desde la causa, los estereotipos pretenden una reducción, una simplificación de la realidad. La selección de unos atributos y el olvido de otros se realiza con unos objetivos precisos: facilitar la interpretación de la realidad, reduciendo su complejidad y su ambigüedad (las que resultan siempre molestas), ofrecer una valoración ideológica marcada de la realidad representada, en función de los intereses del emisor, facilitar los procesos de implicación emotiva por parte del receptor.

El estereotipo se acepta en un principio porque responde a necesidades primarias, tanto cognitivas como emotivas; pero una vez asumido, contribuye a crear o a reforzar ideas y valores, por cuanto incide sobre los mapas mentales con los que luego se interpretará la realidad.

En el ámbito de la información y de la persuasión política, se recurre a mecanismos psicológicos para proyectar sentimientos hostiles hacia una figura convertida en representación de lo más odiado. En las guerras se ha utilizado demonizar a los líderes del enemigo, para justificar la propia acción. Esto porque se supone que las personas sienten un cierto rechazo a matar, este hecho puede producir un daño en la autoimagen personal o colectiva, que se reduce si hay un convencimiento de que el enemigo es lo suficientemente cruel para justificar la acción. Es lo que hicieron los aliados en la guerra del Golfo al bautizar a Saddam Hussein como el "carnicero de Bagdad" o

como “el nuevo Hitler”, un ejemplo de la utilización del estereotipo negativo como inversión en los procesos de persuasión.

La Persuasión

Investigaciones en la Universidad de Yale por Carl I. Hovland (Morales 1994) y otros psicólogos sociales, 1953, 1959, para que un mensaje persuasivo cambie la actitud y la conducta, tiene que cambiar previamente los pensamientos o creencias del receptor del mensaje. Los teóricos de Yale consideraban que este cambio en las creencias se produciría siempre que el receptor recibiera unas creencias distintas a las suyas y además éstas fueran acompañadas de incentivos. Los receptores pensarán sobre los mensajes, y si los entienden y los encuentran aceptables o interesantes, los aceptarán, si no, se resistirán.

La eficacia de un mensaje persuasivo depende del efecto que produzca en el receptor cuatro elementos clave: a) la fuente (quién es el emisor del mensaje: su experiencia, sinceridad, atractivo, semejanza con el receptor, poder, etc.), b) el contenido del mensaje (calidad de los argumentos, incentivos que promete, organización, claridad, si pone énfasis en los aspectos emocionales o racionales, etc.), c) el canal comunicativo (visual o auditivo, directo o indirecto), y d) el contexto (relajado o serio, agradable o desagradable, distracciones, etc.).

Los efectos de estos elementos están mediatizados por ciertas características de los receptores, como su susceptibilidad ante la persuasión, edad, nivel educativo, creencias previas, autoestima, etc.

Los efectos psicológicos que los mensajes pueden producir en el receptor con cuatro: atención, comprensión, aceptación y retención. La atención reconoce el hecho de que no todos los mensajes que se emiten con la intención de persuadir, llegan a los receptores. Las personas no ven todos los anuncios que aparecen por televisión, generalmente se aprovechan los intermedios publicitarios para hacer otras actividades.

Pero no basta recibir el mensaje para que tenga efecto, es necesario su comprensión. Mensajes demasiado complejos o ambiguos pueden perderse sin influir en los receptores, o influir en un sentido contrario al deseado por el emisor. Por ejemplo, la información diaria que sale en televisión sobre indicadores económicos.

La aceptación se consigue cuando los receptores llegan a estar de acuerdo con el mensaje persuasivo. El grado de aceptación de un mensaje depende del grado de incentivos que ofrezca para el receptor. La retención es una etapa necesaria si se

pretende que la comunicación persuasiva tenga un efecto a largo plazo, cosa bastante frecuente.

En la focalización de los procesos cognitivos, de los receptores de mensajes persuasivos, (McGuire en Morales, 1994), propone la Teoría de la respuesta cognitiva, según la cual un receptor recibe un mensaje persuasivo, compara lo que la fuente dice con sus conocimientos, sentimientos y actitudes previas respecto al tema en cuestión, generando de esta manera respuestas cognitivas. Estos mensajes autogenerados, especialmente su aspecto evaluativo, son los que determinan el resultado final del mensaje persuasivo. Para esta teoría es fundamental determinar los factores que pueden influir sobre la cantidad de argumentos que el receptor genera a favor o en contra, de la posición mantenida en el mensaje. La cantidad de argumentos puede depender de la distracción o de la implicación personal del receptor en el tema.

Petty y Cacioppo 1986, citados por Morales, 1994 elaboraron el Modelo de la probabilidad de elaboración, que dice que cuando se recibe el mensaje se puede tanto analizarlo racionalmente como proceder de forma casi automática. El receptor dispone de dos estrategias para decidir si acepta o no el mensaje. La primera es denominada Ruta Central, que es cuando el receptor intenta realizar una evaluación crítica del mensaje para lo cual analiza detenidamente los argumentos presentados, evalúa las posibles consecuencias que de ellos se derivan y los pone en relación con sus conocimientos previos sobre el tema. Se trata de elaborar de forma sistemática una serie de pensamientos en torno al mensaje.

Una segunda estrategia es la ruta periférica, que ocurre cuando la gente no tiene la motivación o la capacidad de realizar un proceso tan detenido de evaluación del mensaje. El procesamiento periférico describe el cambio de actitud sin necesidad de mucho pensamiento en torno al contenido del mensaje. En éste caso, las actitudes se ven afectadas por elementos externos al propio mensaje, como el atractivo de la fuente o las recompensas asociadas con una particular posición actitudinal.

El cambio de actitud que se produce a través de la ruta central es más duradero, sirve para predecir mejor la conducta y es más resistente a la persuasión, contrario al cambio de actitud producido a través de la ruta periférica (Petty y Cacioppo, 1986) citados por (Morales, 1994).

Las dos estrategia mencionadas constituyen los dos extremos de un continuo: el continuo de la probabilidad de elaboración. Por elaboración se entiende que el receptor se implique en pensamientos relevantes al tema. Cuando la probabilidad de elaboración es

muy elevada, el receptor está utilizando la ruta central, cuando es muy baja utiliza la ruta periférica.

La probabilidad de elaboración depende de dos factores: de motivación, ya que a mayor elaboración mayor tiempo y esfuerzo; y de la capacidad. Entre las variables de tipo motivacional está la implicación del receptor (o relevancia personal del tema del mensaje). Otros factores que incrementan la motivación es que el mensaje provenga de múltiples fuentes, con múltiples argumentos y la necesidad de cognición que cada receptor tenga (O'Keefe, 1990) citado por (Morales, 1994). Según ésta última variable, las personas difieren en el grado en que se implican y disfrutan pensando (Petty y Cacioppo, 1982). A mayor necesidad de cognición en la persona, mayor su tendencia a elaborar respuestas cognitivas.

Por otra parte, algunos factores que influyen en la capacidad el receptor para implicarse en la elaboración de respuestas cognitivas son la distracción y el conocimiento previo (a mayor conocimiento, mayor capacidad de generar pensamientos relevantes en torno al tema)

La persuasión depende de la cantidad de pensamientos en torno al contenido del mensaje y de la favorabilidad de esos pensamientos. En mensajes que suscitan pensamientos positivos, conforme aumenta la elaboración aumenta la persuasión. En los mensajes que suscitan pensamientos negativos, al aumentar la persuasión se reduce el impacto persuasivo.

Por ejemplo, si un mensaje tiene argumentos lógicos, estructurados y convincentes, el impacto persuasivo será mayor cuando los receptores estén motivados y capacitados. En cambio, si el mensaje tiene argumentos débiles y no muy relevantes, entonces la persuasión será mayor si los receptores son incapaces o no tienen interés en analizar el contenido del mensaje.

Factores que Influyen en el Proceso Persuasivo

Según el grupo de la Universidad de Yale los factores relacionados con el proceso persuasivo son: a) la fuente o emisor, b) el mensaje, fundamentalmente su contenido, y c) el receptor o audiencia.

Fuente persuasiva.

Las personas difieren en la capacidad de influir sobre los demás. Dos son las principales características que se han encontrado asociadas a las fuentes con mayor poder persuasivo: credibilidad y atractivo.

Hovland (1951) citado por (Morales, 1994) sugiere que cuanto más creíble fuera una fuente, mayor sería su efecto en el cambio de actitud.

Por su parte, los resultados han mostrado que la credibilidad de la fuente depende de dos dimensiones básicas: su competencia y su sinceridad. La competencia se refiere a si el perceptor considera que la fuente tiene experiencia y está informada o cualificada sobre lo que dice; en definitiva, si está en situación de conocer la verdad o de saber lo que es correcto.

La competencia con que una fuente es percibida depende, a su vez, de numerosas características. Algunas estudiadas son (O'Keefe, 1990) citado por (Morales, 1994): la educación, ocupación y experiencia; la fluidez en la transmisión del mensaje (en mensajes verbales a medida que aumenta sus repeticiones, pausas vocalizadas, dificultades de articulación y otros indicios de falta de fluidez, disminuye la competencia con que la fuente es percibida); la cita de fuentes que gozan de autoridad o prestigio incrementa la competencia con que es percibido el emisor; y la posición defendida por el emisor, esto es, cuando el mensaje emitido por la fuente viola claramente las expectativas que el receptor tiene (cuando la fuente habla en contra de su propio interés) entonces se aumenta la competencia con que el emisor es percibido y, en consecuencia, su credibilidad.

Sin embargo, el efecto positivo de la competencia puede ser destruido por factores como tener experiencia directa con el objeto de actitud, a lo cual los sujetos apenas prestan atención al hecho de que el mensaje provenga de una fuente competente o incompetente Wu y Shaffer (1987) citado por (Morales, 1994).

Además de que una fuente parezca experta para conocer la verdad, debe parecer lo suficientemente sincera u honrada como para querer revelarla (McGuire, 1985, Morales, 1994). Nadie duda de que los altos mandos militares estadounidenses conocen exactamente el número de bajas en la guerra del Golfo, lo que no es claro es que dicho mando se interese en revelar dicha información al primero que se la pida.

La sinceridad de una fuente depende, entre otros, de la ausencia de afán de lucro, de su falta de intención persuasora, del atractivo que ejerce sobre el receptor, de que hable en contra de las preferencias de la audiencia, y de que lo haga sin saber que está

siendo observada. Pero sobre todo, las fuentes son percibidas especialmente como sinceras cuando hablan en contra de su propio interés.

Por otro lado, la importancia que la credibilidad de la fuente tiene sobre la persuasión depende de dos factores: del grado de implicación que el receptor tenga con el contenido del mensaje, de manera que cuanto menor es la implicación, mayor es la importancia de la credibilidad (Petty, 1981) citado por (Morales, 1994). Esto quiere decir, que cuanto más importante es el asunto para el receptor, menos importante son la competencia y la sinceridad con que la fuente es percibida. Esta aparente contradicción la explica el modelo de probabilidad de elaboración: cuando el tema es de poca relevancia personal, el receptor opta más bien por la ruta periférica; en ésta vía se confía en alguna señal periférica del mensaje que le indique si es válido o no - y una de estas señales es la competencia o sinceridad de la fuente. En cambio, cuando el mensaje toca un asunto de alta relevancia para quien lo recibe, éste opta por la ruta central, en la cual se escudriñan detenidamente los argumentos contenidos en el mensaje, y la importancia de las señales periféricas es menor.

La importancia del efecto de la credibilidad sobre la persuasión depende de cuánto el receptor conozca quién es el emisor, y su grado de credibilidad. En muchas ocasiones este conocimiento ya existe cuando se recibe el mensaje, y en ese caso el efecto de la credibilidad es importante. Pero este efecto desaparece cuando el receptor conoce quien es la fuente después de haber recibido el mensaje.

De otra parte, el atractivo de la fuente puede determinar que se le preste atención al mensaje, mientras que otra menos atractiva quizás no evite que pase desapercibido.

El atractivo de la fuente puede influir en la fase de aceptación, pues el receptor a través del proceso de identificación puede querer desear, pensar o actuar como lo hace la fuente. También el atractivo puede incrementar la credibilidad de la fuente. Los perceptores sociales pueden asociar el atractivo físico a otras características positivas como la honestidad, sinceridad o credibilidad (lo explica las Teorías implícitas de la personalidad). Por último, las fuentes pueden tener características que las hagan más eficaces en la persuasión. Chaiken (1979) en sus investigaciones encontró que las fuentes físicamente atractivas, también tenían mayores habilidades comunicativas, un autoconcepto más positivo y en general, mayores capacidades.

Otra característica de la fuente que influye en su capacidad persuasiva, es el poder de la fuente, el cual designa la capacidad de la fuente para controlar los resultados que el receptor puede obtener, es decir, para administrar recompensas y castigos. El

poder de la fuente depende de tres factores: a) de que los receptores creen que la fuente tiene claramente control sobre las recompensas y castigos, b) de que consideren que la fuente utilizará dicho poder para que la audiencia se conforma a su mensaje, y c) de que prevean que la fuente se enterará de su conformidad o inconformidad. Los tres factores han de darse para que una fuente sea "poderosa"¹.

Otra característica importante de la fuente es la semejanza que presente con el receptor. Sin embargo, depende de cómo se considere la semejanza (actitudes, personalidad, procedencia, etc.), un tipo importante de semejanza deriva de la pertenencia a un grupo o categoría social. En general, las fuentes que comparten una misma identidad social con el receptor son más influyentes (Sears, 1991) citado por (Morales, 1994). La semejanza puede influir en que la fuente sea percibida como más competente, siempre que la dimensión de la competencia y la semejanza coincidan (por ejemplo, considerar competente en sus juicios sobre política, a una fuente que sea semejante en mi ideología política, pero no otra semejante a mi porque los dos somos introvertidos). Goethals y Nelson (1973) citados por (Morales, 1994) sugieren que la semejanza entre fuente y receptor es importante cuando se trata de temas que no pueden ser contrastados objetivamente - como gustos y opiniones - , mientras que cuando se trata de cuestiones fáciles de comprobar objetivamente, el impacto persuasivo es mayor, cuando la fuente es diferente al receptor.

El mensaje.

Según su contenido los mensajes pueden ser racionales o emotivos. En los racionales en los cuales se presenta evidencia en apoyo de la veracidad de una proposición dada, y los mensajes emotivos en los que se indica las consecuencias deseables o indeseables que pueden derivarse del mensaje y de su aceptación.

Investigaciones acerca de la eficacia de los mensajes emotivos han demostrado que conforme aumenta la intensidad del miedo suscitado en el receptor, aumenta la eficacia del mensaje persuasivo (Morales, 1994; Bostery Mongeau, 1984).

Por otra parte, los mensajes que suscitan miedo son más efectivos cuando se dan en las siguientes condiciones: a) el mensaje proporciona sólidos argumentos sobre la posibilidad de que el receptor sufra de forma extrema alguna consecuencia negativa, b) los argumentos explican que éstas consecuencias son muy probables de obtener si no se adoptan las recomendaciones sugeridas, y c) el mensaje asegura que la adopción de

sus recomendaciones evitará, con seguridad, las consecuencias negativas (Morales, 1994; Rogers, 1975, 1983).

Existe además una característica en el receptor, que mediatiza la influencia del mensaje emotivo, la Autoeficacia, referida al grado en el que la persona cree que podrá adoptar de forma eficaz la acción recomendada (Maddux y Rogers, 1983). Por ejemplo, una persona puede tener mucho miedo a los ataques de la guerrilla, pero al considerarse impotente e incapaz de hacer algo, persiste en su conducta.

Por otro lado, los mensajes positivos suscitan afecto, confort, amor, excitación, simpatía, orgullo, etc. los cuales incrementan directamente tanto, la probabilidad de que el receptor de la respuesta deseada cuando se encuentre en una situación parecida, como la probabilidad de que permanezca en esa situación (Me Guire, 1985).

Igualmente, la información basada en ejemplos es más llamativa, infrutilizando aquella que se basa en estadísticos o datos. Esto lo comprueba Hamill, 1980, citado por Morales 1994 en un experimento sobre guardias de prisiones: el receptor, posiblemente debido al impacto gráfico de la información que recibía, consideraba que era posible que todos los guardias de prisiones fueran como el que aparecía en el vídeo (muy severo o muy comprensivo), a pesar de que se les decía que los demás guardias de la prisión eran bastante diferentes al que ellos presenciaban. El impacto de la información basada en ejemplos que describe de forma detallada un acontecimiento, es bastante mayor que el de la información basada en porcentajes, promedios y demás estadísticos (Taylor y Thompson, 1982). Así por ejemplo, el impacto de conocer que una sola persona había contraído sida (Magic Johnson) fue mayor que años de campañas que mostraban que miles de norteamericanos estaban infectados por el virus. (Morales, 1994).

El receptor.

El grado de implicación del receptor o la relevancia que el tema tiene para el receptor influye en el resultado del proceso persuasivo. Tal influencia parece depender de que predomine la ruta central o periférica. El modelo de probabilidad de elaboración predice que los argumentos sólidos y de alta calidad afectarán más a los sujetos que están más implicados ; en cambio, la credibilidad de una fuente -una señal periférica- producirá un mayor cambio de actitud en quienes se sientan poco implicados, esto lo comprueban investigaciones realizadas por Petty, Cacioppo y Goldman, 1981) citados por (Morales, 1994).

Por otro lado, la distancia entre el contenido del mensaje y la posición que al respecto tienen el receptor es un elemento que mediatiza el impacto del mensaje persuasivo, bien en la fase de recepción, o incluso en el proceso final de cambio de actitud.

Las personas tienden a buscar y recibir mensajes que concuerden con sus creencias y actitudes, y evitan exponerse a mensajes que las contradigan (exposición selectiva). Este es un factor que puede explicar, porque a pesar de la enorme cantidad de información que se percibe, las personas cambian poco las actitudes. Sin embargo, las personas también prestan atención a mensajes moderadamente discrepantes, especialmente cuando éstos parecen interesantes, novedosos o útiles (McGuire, 1985). Los mensajes novedosos merecen especial atención, cuando para los receptores es importante mantener una actitud correcta y cuando no se encuentran firmemente comprometidos con una posición determinada.

De igual manera, en la fase de recepción del mensaje el receptor puede distorsionarlo de alguna manera, de forma que se fije en lo que concuerda con sus posiciones y evite aquello que lo contradice; investigaciones de Kleinhesselink y Edwards (1975) citados por (Morales, 1994) lo comprueban.

Por último, en lo que refiere al propio cambio de actitud, investigaciones muestran que es relativamente pequeño, cuando se trata de mensajes muy discrepantes o apenas discrepantes, mientras que los más eficaces son aquellos de moderada magnitud (O'Keefe, 1990) citados por (Morales, 1994). El grado de discrepancia en el que comienza a disminuir el cambio de actitud, lleva a considerar otras variables del proceso persuasivo: a) prestigio de que goza la fuente para el receptor, de tal forma que cuanto mayor sea el prestigio, mayor es el nivel de contenido discrepante que se le admite (Bochner e Insko, 1966), y b) el grado de implicación del receptor, de manera que a mayor implicación, más baja la aceptación de contenido discrepante (Sakaki, 1980).

Por otro lado, es importante considerar la importancia del significado individual que la información adquiere en cada receptor, y la manera en que ésta información se interpreta. Las creencias del individuo ante un determinado objeto de actitud no son de la misma naturaleza. Según Fishbein y Ajzen (1975) citados por (Morales, 1994), son tres los principales tipos de información o creencias.

La primera fuente de conocimiento es la observación directa, y sobre todo, la experiencia resultante de mantener un contacto personal con los objetos lleva a la adquisición de un número considerable de creencias que se conservan con certeza

mínima, al estar validadas continuamente por la experiencia. Se trata de una certeza subjetiva que puede o no coincidir con la realidad objetiva. Esta clase de información conforma las creencias descriptivas, que suelen tener un peso privilegiado en las actitudes de los individuos.

La segunda clase de información se encuentra más allá de la realidad observada. La información que en éste caso se adquiere refiere a las creencias inferenciales, que pueden haberse logrado por medio de relaciones previamente aprendidas o mediante el uso de sistemas formales de codificación. Así, según las relaciones aprendidas, las personas pudieron haber aprendido en el pasado, que las que lloran lo hacen porque están tristes, lo que permite, al encontrar con una persona que está llorando, deducir que está triste.

Por otro lado, las creencias obtenidas por sistemas de codificación, se puede decir, por ejemplo, que si Juan es más simpático que Pedro, y que éste a su vez lo es más que Luis, se deduce, a pesar de no verlos actuar juntos, que Juan es más simpático que Luis. En cualquier caso, la base de la creencia inferencial es siempre alguna clase de creencia descriptiva.

Finalmente, un tipo de conocimiento que no procede de la observación directa, ni de lo puramente inferido, es la información procedente de los demás o que es dada a conocer por cualquier medio de difusión externo. Esta clase de información denominada, creencias informativas, procede durante los primeros años de la vida, básicamente de la familia, y durante las etapas sucesivas, de otras instituciones o grupos sociales (escuela, grupo de iguales y los diversos medios de comunicación social).

El que la persona expuesta a una información emitida por un agente externo forme o no una creencia informativa depende, de una gama variada de factores que condicionan la aceptación del mensaje. Ahora bien, de lo que sí se puede estar seguro es de que la sola exposición a la información conduce en todos los casos a la formación de una creencia descriptiva. Si además, la información se acepta, entonces la creencia se convierte en informativa.

El Lenguaje. una Aproximación a la Realidad

El lenguaje es la herramienta que nos permite estudiar, explicar y describir racionalmente nuestro mundo. Es fácil describir el mundo de manera verbal, pero muy difícil relacionar las palabras con la realidad.

La realidad es infinitamente compleja, múltiple, integrada, cambiante y sujeta a la percepción humana. El lenguaje verbal es llano, de definición limitada, ordenado, secuencial, rígido e inalterable. Por sí mismos, los lenguajes no guardan relación directa con las realidades que pretenden describir, excepto con las extravagancias de la abstracción perceptual humana (Bryan, 1900).

Las realidades se describen por medio de palabras, ilustraciones o números. Estos símbolos abstractos son removidos de la realidad, más que de la percepción sensorial. Un individuo percibe primero y luego interpreta los símbolos para describir la percepción. Los símbolos jamás se convierten en la auténtica realidad percibida que intentan describir.

En la percepción humana, las dificultades comienzan cuando se observa una situación (las imágenes de los noticieros televisivos) y después se comenta confiadamente: "¡Sé todo acerca de la violencia que se vive en nuestro país!".

Una ocasión particular no representa, gran problema. Se puede usar el símbolo violencia y referirse a una violencia específica con la expectativa razonable de que la descripción verbal será entendida. Por otra parte, si se usa el símbolo violencia para describir los millones de violencias vividas en el mundo, se habrá separado los símbolos lingüísticos de la realidad simple.

El lenguaje es el sistema representacional más abstracto. Casi todo el vocabulario consiste en palabras abstractas que no tienen un correlato con cosas visibles, y cuyo significado no se puede traducir en imágenes. Palabras como Estado, democracia, justicia, etc. son conceptos abstractos elaborados por procesos mentales de abstracción, que están contruidos en la mente como entidades.

El Lenguaje cumple tres funciones: permite la comunicación con las personas, facilita el proceso de pensamiento, en el que el lenguaje proporciona un sistema de símbolos y reglas interrelacionadas; y el lenguaje permite recordar información más allá de los límites de los sistemas de memoria (Klein, 1994).

El lenguaje le permite al hombre reflexionar sobre sí mismo, pensar y conocer. Sin embargo con el desarrollo del hombre, en el que pasa de una comunicación oral a una escrita, y que más tarde con los avances tecnológicos de la radio, el teléfono, aún mantiene la naturaleza simbólica del hombre, su comunicación hablada. Como dice Ernst Cassirer (1948) citado por (Sartori, 1998), el hombre tiene una capacidad simbólica que se manifiesta en la lengua, mito, arte y religión (...)cualquier progreso humano en el campo del pensamiento y de la experiencia refuerza ese tejido simbólico. Así pues la

capacidad simbólica del ser humano se despliega en el lenguaje, en la capacidad de comunicar mediante sonidos y signos “significantes”, provistos de significado.

Los símbolos afectan directamente la percepción, los sentimientos y el comportamiento. Cualquier cosa de valor simbólico, proporciona una mística con la que es posible manipular al ser humano. La mitología, el folklore y la publicidad son los medios a través de los cuales se han transmitido los valores simbólicos de una generación a otra, y siguen siendo las mejores fuentes para el significado simbólico.

El hablar, provisto de significado, se rompe con la llegada de la televisión que convierte al hombre en un espectador, desde cualquier distancia. El ver prevalece sobre el hablar porque la voz está en función de una imagen, convirtiéndose ésta en una representación que pesa más que las cosas dichas con palabras, dejando a un lado la capacidad de pensar y reflexionar propias del ser humano.

Los medios de comunicación buscan generar en las audiencias identificaciones indisputables entre los símbolos y las realidades, lo real y lo natural se convierte en falsedad; lo irreal y lo artificial, es una manipulación de símbolos y de aquellos que los toman en serio. La publicidad acude a generar identificaciones, como lo demuestra un spot que se emitía en Francia en la década de los 50, para potenciar el consumo de azúcar; un hombre echaba azúcar a una bebida caliente diciendo; “pongo dos terrones para el gusto, ¡y el tercero para mí vigor, claro!” (Ferrés, 1996). Una investigación motivacional había demostrado que los adultos consideraban lo dulce como un elemento infantil y poco masculino. Había que conferir, pues, al producto una imagen de virilidad, de fuerza. El spot no demuestra el carácter viril, sino que lo intenta crear. Las imágenes no reproducen la realidad sino que la crean. Intentan conferir personalidad al producto, para que el consumidor adquiriera personalidad a través del producto. Se convierte el producto en un símbolo que permite identificarse con un grupo social. Así pues, se consumen símbolos más que productos. O se consumen productos porque se necesitan los valores que simbolizan.

El Significante y Significado del Lenguaje

La unidad fundamental del lenguaje es el signo, que está compuesto de una imagen acústica o *significante* y un *significado* o concepto. El significante aunque es susceptible de hacerse sensible, no se requiere su presencia física para que entre dentro de la categoría de significante. Lo que lo caracteriza es la diferencia que existe entre una

imagen acústica (que puede, potencialmente, hacerse sensible) y todas las demás imágenes acústicas del sistema.

El significado es aquello a lo que se refiere el significante. Sin embargo, no hay nada en uno, que remita de manera específica al otro. Por ejemplo, significados iguales se asocian en lenguas distintas, con distintos significantes: madre, mother, etc. Por lo tanto, la única forma de explicar un signo es con relación a los demás signos del sistema y no a la relación recíproca de significante-significado.

El significado, no es lo que dice alguien, sino lo que quiere decir, es dilema fundamental para la percepción humana. No hay dos individuos que le asignen el mismo significado contextúa! a la misma cosa (Bryan, 1900). Cada palabra o ilustración tiene significado y definición, aunque rara vez éstas sean congruentes.

El lenguaje es una manifestación humana, individual y social que implica todas las lenguas, todas las épocas de la historia, todas las formas de expresión. Las palabras se heredan unas a otras y también sus ideas, pasan de una generación a otra, conteniendo los usos que se le ha dado a través de la historia. Como dice Grijelmo (2000) " las palabras se arraigan en la inteligencia y crecen en ella, pero traen antes la semilla de una herencia cultural que trasciende al individuo".

Se aprende el significado de una palabra, por el conocimiento de las circunstancias en las que resulta su empleo apropiado. Las palabras se relacionan con su uso, llegan a enmascarar o a suavizar la realidad que pretenden describir. Por ejemplo, en las acciones terroristas, en vez de utilizar la palabra asesinatos, prefieren llamarlos "ejecuciones", "dar de baja", "quemar", "borrar"; a los secuestrados prefieren llamarlos "prisioneros", "retenidos"; a los atentados, se refieren con expresiones como "acciones", a las extorsiones, se les denomina "vacunas", etc.

Por otro lado, la publicidad tiene una fuerte inversión en el lenguaje, la forma en que se usa y las interpretaciones controladas de los significados. Se ignora la relación entre las palabras y las realidades perceptuales que se proponen describir. Se ha condicionado a la gente para que acepte irracionalmente los símbolos de las palabras y las imágenes como realidades, aun cuando no guardan alguna relación concebible con la realidad perceptible.

Las palabras nunca son las cosas que describen. Los mapas no son los territorios ni las realidades perceptuales que representan. Una ilustración no es lo que describe la ilustración. Las interpretaciones y las descripciones verbales de la realidad sólo son interpretaciones y descripciones, no la realidad. Las fotografías y las ilustraciones se

perciben desde un punto específico, detenidas en el espacio y el tiempo, congeladas temporalmente en un momento determinado. La realidad -y nuestras percepciones de la realidad- existe en un estado constante de proceso y cambio.

El significado de palabras como violencia, conduce a dudas devastadoras a medida que se trata de definir las en forma verbal, en una búsqueda de ilusión de permanencia, seguridad y garantía en algo en que creer. Esta palabra se puede definir o explicar por medio de otras palabras, lo que da como resultado fantasías construidas, sobre fantasías construidas.

Pocas veces se cuestiona acerca de las percepciones del mundo dentro del lenguaje, y el modo en que afecta el lenguaje los comportamientos, o las maneras en que el lenguaje determina cómo y qué pensamos que pensamos. Podemos reflexionar con Pedro Salinas citado por Grijelmo (2000): “¡Cuánta desgracia ha caído sobre los humanos por ese tristemente célebre lema de Hitler: el Nuevo Orden! muchos han aceptado el sonido de las palabras o, poco más, su significación vaga y aproximada, dando por buena la causa que las echa al aire programáticamente, sin pensar si corresponden o no a lo que presumen representar”. Resulta difícil ahora, tantos años más tarde, el efecto que tuvieron las expresiones nazis en las primeras décadas del siglo XX. Las palabras que antes sedujeron, más tarde se ven desposeídas de ese poder, ya que cumularon en sus sílabas todos los horrores que varias generaciones han llevado en su memoria después de la II Guerra Mundial.

La Televisión, Visión Reduccionista de la Realidad

La televisión modifica fundamentalmente la naturaleza misma de la comunicación, pues la traslada del contexto de la palabra (impresa o radiotransmitida) al contexto de la imagen. La palabra es un “símbolo” que se resuelve en lo que significa, en lo que nos hace entender. Por el contrario, la imagen es pura y simple representación visual. La imagen se ve y eso es suficiente, para verla basta con poseer el sentido de la vista. En la televisión, las imágenes anulan los conceptos, y con ello la capacidad de entender, por lo tanto, la capacidad de distinguir entre lo verdadero y lo falso.

En general, la visión en la pantalla es un poco falsa, en el sentido de que descontextualiza, pues se basa en primeros planos, fuera de contexto. (Sartori 1997) lo ejemplifica al referirse a una imagen televisiva de la guerra del Vietnam, cuando un coronel survietnamita dispara en la sien de un prisionero del Vietcong, generando horror en los televidentes. Sin embargo, la imagen no mostraba a todos los muertos que había

alrededor, que eran cuerpos horrendamente mutilados, no solo de soldados americanos, sino también de mujeres y niños. Por consiguiente, la imagen de la ejecución por un disparo en la sien era verdadera, pero el mensaje que contenía era engañoso.

La televisión modifica la relación entre entender y ver. Los acontecimientos del mundo se muestran, y el relato está en función de las imágenes que aparecen en la pantalla (Sartori, 1998). Aquí prevalece el ver sobre el hablar, ya que la voz es secundaria al medio, está en función de la imagen, comenta la imagen; por lo tanto el televidente es más vidente que simbólico, para él las cosas representadas en imágenes pesan más que las dichas con palabras. Sin embargo no es absolutamente cierto que la imagen hable por sí misma. Nos muestran a un hombre asesinado, ¿quién lo ha matado?, la imagen no lo dice, lo dice la voz de quien sostiene un micrófono en la mano, quien puede mentir por voluntad propia o por presiones externas.

Lenguaje y Pensamiento

En los pensamientos se dan imágenes mentales de las experiencias. Por ejemplo, pensar en violencia puede implicar imágenes de guerra, muerte, destrucción, bombas, secuestros, etc. Las palabras pueden formar parte de nuestros pensamientos. Pensar en violencia puede incluir afirmaciones de guerra para defender los derechos ciudadanos.

El pensamiento se expresa mediante imágenes, pensamiento primario; y mediante el lenguaje verbal, el pensamiento secundario. El pensamiento primario es Asociativo, lo que significa un enlace entre dos contenidos psíquicos, un contenido origina o favorece la concienciación del otro (F. Dorsch, 1985, pág. 65-66). M. H. Erdelyi (1990, pag. 135) citados por (Bryan, 1900) caracteriza el pensamiento primario como "primitivo, no es lógico, no existe la negación ni la contradicción, coexisten simultáneamente pensamientos e impulsos opuestos, no hay concepto de tiempo, no hay beneficio de la experiencia, no hay dudas, la fantasía y realidad no se distinguen, no discrimina, emplea la representación por imágenes, no la abstracta.

En el pensamiento secundario se llega al sentido a través del razonamiento, de la argumentación. En el pensamiento primario se llega al sentido por contigüidad, por simple contacto espacial o temporal, o por similitud física. Para comprender el mecanismo de funcionamiento del pensamiento primario en cuanto diferenciado del secundario, se puede tomar de la vida cotidiana el siguiente ejemplo: cuando una persona cae simpática porque se conoce su manera de ser, de pensar y de sentir, el sentimiento está siendo regulado por el pensamiento secundario, el pensamiento lógico. Pero cuando cae bien porque

recuerda a alguien a quien se aprecia, la valoración no es fruto del pensamiento lógico sino del asociativo.

Las opiniones, los deseos, los temores o los valores pueden ser inducidos mediante el pensamiento secundario, a partir de argumentos vinculados con códigos compartidos de creencias y valores, pero también mediante el pensamiento primario, a través de la asociación de acontecimientos, personas, instituciones y valores con estímulos agradables o desagradables, más allá de toda lógica.

El propósito del pensamiento es dar sentido a las percepciones del mundo físico y social. Mediante los procesos de pensamiento el ser humano comprende el lenguaje hablado o escrito y produce lenguaje para comunicar a otras personas los pensamientos.

Las palabras son “el germen del pensamiento” (Grijelmo, 2000) su contenido excede la definición de los diccionarios, puesto que excluyen la historia de cada vocablo y todas las voces que lo han extendido. Las palabras poseen un valor personal y uno colectivo; éste condiciona la percepción personal de la palabra y la dirige. Las imágenes significan y evocan igual que las palabras. Las imágenes y las palabras simbolizan, son percibidas y descodificadas, e identificadas o no, como parte del diccionario mental. Al encontrar un significado a la palabra lo procesa, adicionando los matices que se hayan conocido de esa palabra.

El valor colectivo de las palabras, condiciona la forma en que es comprendida la realidad. Expresiones manejadas en las últimas guerras que el mundo ha sufrido (Kuwait, Yugoslavia) como “daños colaterales” sustituye la expresión, “víctimas civiles”... o “fallecidos por mala puntería”; y en la actual guerra de Estados Unidos e Irak se ha tomado el nombre de “fuego amigo” para presentar las víctimas por ataque del propio ejército. La palabra “daños” suena muy suave para la realidad que se está nombrando, pero se rebaja con el adjetivo “colaterales”: es decir, daños marginales, daños que no afectan a lo principal... En definitiva, daños inocuos que proyectan sobre el cerebro la conjunción imperceptible de víctimas indemnes.

De otra parte, las guerras de Bosnia y Kosovo llevaron mucha sangre a los medios informativos, extraídas de los cuerpos despedazados, de las madres moribundas y los soldados encendidos; y también de la manipulación de las palabras. “Se anunció que en el ataque hubo 12 bajas civiles” decían los informativos (CBS). Una expresión que se utiliza para evitar hablar de muertes, tal vez con la disculpa certera de que también causan baja los heridos; palabra que a su vez evita empleo de otras como mutilados, ciegos, mancos, locos... Causan baja los soldados porque se precisa tachar sus nombres

en las listas, son dados de baja en el ejército y dados de alta en un hospital o en un cementerio, pero nadie habla de "bajas militares". En la expresión "bajas civiles" todos los inocentes hacen parte también de la guerra. No hay una lista de civiles donde se contabilicen también sus decesos. Y, sin embargo, se les llama "bajas" para evitar "muertes" y se les añade "civiles" para, contradiciendo el término bajas, perfumar la expresión con los riesgos de todo aquel que asume una guerra, aunque no forme parte de ella. Esto es lo que Grijelmo (2000, p. 137) denomina "Técnica de la Contradicción con fines seductores".

En el lenguaje se traduce un pensamiento; el hablar es condición necesaria del pensar (W. Humboldt, citado por Grijelmo. P. 25). Pensamos con palabras, y la manera en que percibimos estos vocablos, sus significados y sus relaciones, influyen en nuestra forma de sentir. El lenguaje nos pone en comunicación con nosotros mismos (José Antonio Marina citado por Grijelmo. P. 26), y la manera en que nos comunicamos con nosotros mismos, es la manera en que pensamos.

Los Conceptos

Las palabras constituyen ejemplos de conceptos, éstos son un símbolo que representa una clase o conjunto de objetos o eventos con propiedades comunes. El concepto de violencia se refiere por ejemplo, a todas las situaciones en las que se de un ejercicio del poder para causar daño, o se obligue a otro bajo amenazas, someterlo por la fuerza; o donde se presenten condiciones de desigualdad, o agresiones verbales, físicas y psicológicas etc.

Los conceptos facilitan significativamente el proceso de pensamiento. En lugar de etiquetar y categorizar por separado cada nuevo acontecimiento con el que nos encontramos, simplemente los incorporamos a los conceptos ya existentes. Los conceptos nos permiten agrupar objetos o eventos que comparten propiedades comunes y responder de la misma manera ante cada ejemplo del concepto.

Los conceptos tienen dos propiedades: atributos y reglas. Un atributo es cualquier rasgo de un objeto o evento que varía de un caso a otro. Por ejemplo, la altura, el peso y el color difieren de una persona a otra y, por tanto, son atributos de todos los individuos. Ciertas propiedades o atributos son relevantes de objetos o eventos particulares. Por ejemplo, el atributo de 4 patas es relevante para los gatos, pero no el atributo de alas. Para comprender un concepto es necesario aprender que atributos de ese concepto son relevantes.

Para cada concepto, los objetos o eventos son ejemplo de ese concepto particular. El concepto de Violencia es definido por una situación o evento con unas características relevantes que lo definen y lo diferencian de otros conceptos relacionados. Al hablar de violencia, se puede identificar por un lado con el uso de la fuerza y la agresión física, la llamada violencia directa, y por otro lado, la que surge de las diferencias en las estructuras sociales y su impacto en términos de satisfacción de necesidades humanas, que en palabras de (Galtung, 1981) es “la que impide al ser humano el disfrute de una condición de vida mínimamente humana”, ésta es la llamada violencia estructural.

Sin embargo, lo que se deja fuera de las definiciones preconcebidas se vuelve a menudo la parte más importante de las definiciones. Por ejemplo, a los terroristas se les puede convertir fácilmente en defensores de la libertad por medio de sencillos juegos de definición armados por aquellos cuya visión del mundo exige categorizaciones simplistas e inflexibles.

Walter Lippmann (Ferrés, 1996) indica que en la mayoría de los casos, no vemos primero para luego definir, sino que definimos primero para luego ver. Se produce una interacción entre percepción y concepto. En palabras de Kant, “sin el concepto la percepción es ciega. Sin la percepción el concepto es vacío”.

La Imagen y su Impacto en las Emociones

No sólo el comunicar caracterizan al hombre, también, el pensar y el conocer que caracterizan al hombre como animal simbólico, se construyen *en* lenguaje y *con* el lenguaje. El pensar no necesita del ver, las cosas en que pensamos no son “visibles”. (Sartori, 1998).

La televisión es “ver desde lejos” (tele), es decir, llevar ante los ojos de un público de espectadores cosas que pueden ver en cualquier sitio, desde cualquier lugar y distancia.

La imagen en algunos casos, por cuanto es generadora de necesidades, deseos y temores, perturba el equilibrio; y en otros, es simplemente el espejo en el que el espectador ve reflejados y activados sus deseos, sus temores o sus necesidades; es decir si por una parte la imagen activa o genera tensiones o conflictos, por otra lo concreta y, a partir de ahí, lo canaliza, le da un sentido, una dirección. Una imagen que conecta con el sentimiento de temor, no sólo activa este sentimiento. Al encarnar el miedo, lo define, lo concreta. En consecuencia, indica que es lo que hay que temer. Una imagen que conecta

con el sentimiento de admiración, no sólo excita este sentimiento, además, le da un sentido, sugiriendo que es lo que hay que admirar. En definitiva, cada vez que la imagen conecta un sentimiento con una realidad, está confiriendo sentido a esta realidad (Ferrés 1996); cuando se logra imprimir en la mente de los miembros de una sociedad la asociación de una realidad con la felicidad y de otra realidad con el asco, se pueden controlar sus creencias, sus actitudes y comportamientos sin necesidad de normas y leyes.

Contextualización de las Imágenes y sus Efectos Emocionales

La imagen en general es movilizadora sólo desde la significación que adquiere para el receptor, y moviliza en una dirección que equivale a la de la significación que se le atribuye (Ferrés, 1996).

En las imágenes lo social no figura, hay una separación de la historia. Una imagen pretende abordar realidades sociales y políticas, que no están sustentadas en el análisis de un contexto histórico, limitadas a una estrategia para captar teleaudiencia, en un mercado competitivo como lo es el medio televisivo. La televisión descontextualiza y recontextualiza imágenes de dimensión histórica y cultural, limitando la variedad de significados. Dependiendo del contexto la imagen tiene un significado diferente, manifiesta algo, no lo cuestiona. La idea es que el espectador vea “el horror y se conmocione”, sin responder críticamente a él. Es lo que Roland Barthes citado por Giroux (1996) llama “Inmediatez de la traducción”, suprime la complejidad de lo humano, elimina todo lo que va más allá de lo inmediatamente visible, organiza un mundo carente de contradicciones porque carece de profundidad, así las cosas parecen significar algo por sí mismas.

La creación de contextos es un recurso eficaz para conferir valor y significación a la realidad, de manera aleatoria, poco o nada racional. A menudo la transmisión interesada de informaciones utiliza mecanismos de asociación o transferencia mediante la creación de contextos significativos; es el caso del conflicto del Golfo, en agosto de 1990, que se utilizó la técnica de creación de contextos para vender la guerra a la opinión pública estadounidense y occidental. Tras la invasión de Kuwait por parte de las tropas irakíes, se presentó en la televisión la noticia de que los soldados del Irak habían penetrado en hospitales y maternidades, habían desconectado los tubos de oxígeno y se habían llevado incubadoras, dejando morir en el suelo a los recién nacidos. Se informó de que habían muerto hasta 312 niños a causa de estas atroces acciones. Una niña de 15 años aparentemente desvalida, de la que se ocultaba el nombre para evitar represalias,

dio testimonio de los hechos con lágrimas en los ojos. Dos días después el Senado aprobaba la intervención armada. Luego se descubrió que el conflicto de las incubadoras nunca se había producido. No había niños muertos ni incubadoras desaparecidas. La niña que había actuado como supuesto testimonio era la hija del embajador de Kuwait en EE.UU y Canadá. La falsa noticia había servido para criminalizar a las tropas irakíes, y en consecuencia, para justificar ante la opinión pública una guerra promovida por intereses comerciales. Mediante procedimientos como éste se consiguió que entre el 80 y 90% de los estadounidenses apoyaran a Bush en su política de intervención armada. Esta situación muestra que la importancia del contexto puede alcanzar límites insospechados en cuanto a su irracionalidad e inconsciencia.

Los que trabajan en las comunicaciones de masas se denominan fabricantes de contexto. Lo son los publicistas, los periodistas, los políticos, los asesores de imagen... (D. G. Myers, 1991, pág. 104). Los contextos tienen importancia en la comunicación televisiva. No sólo porque en los mensajes de las comunicaciones audiovisuales se produce una transferencia de valores del contexto a las realidades representadas. También porque, además, en la cultura occidental la propia televisión funciona como contexto que condiciona la interpretación de la realidad cotidiana.

Influencia de la Televisión desde Factores Emotivos y/o Racionales

Las decisiones humanas están condicionadas por la interacción de factores emotivos y racionales, lo cual supone que se puede influir en las creencias y en los comportamientos de los demás, incidiendo indistintamente sobre su razón o sobre sus emociones. La influencia puede ser intencional o no. Por ello, el psicólogo social Stanley Schachter, define la comunicación (incluyendo la persuasiva) como “aquel mecanismo por medio del cual se ejerce poder sobre otro” (citado por L. López-Yarto, 1988, pág. 660).

A los factores que influyen en las decisiones y comportamientos, los razonamientos y las emociones, le corresponden dos grandes vías de comunicación persuasiva, la vía racional y la vía emotiva. La vía racional, que se rige por el pensamiento lógico, actúa por argumentación. Va de causa a efecto o de efecto a causa. Exige una actitud de reflexión, de análisis, de comprensión. La vía emotiva, que se rige por el pensamiento asociativo, obedece a otros parámetros: no actúa por argumentación sino por transferencia. Actúa por simple contigüidad, por proximidad, por similitud, por simultaneidad, por asociación emotiva o simbólica. La vía racional pretende convencer, es decir, ofrecer razones o argumentos que llevan al persuadido a asumir el punto de vista

del persuasor. La vía emotiva, en cambio, pretende seducir, atraer al receptor desde la fascinación.

La vía racional se expresa normalmente a través de discursos. La emotiva tiende a expresarse a través de relatos. Mientras en la vía racional el discurso es explícito, en la vía emotiva -en el relato- el discurso ideológico está enmascarado, camuflado, en el que se ocultan las intenciones. Se han borrado en él las huellas de su autor, con la pretensión de conferirle apariencia de realidad, aquí está su potencialidad socializadora. El relato y el discurso activan neuronas cerebrales distintas, ya que se mueven desde esferas tan distintas como la reflexión y la emoción. Cuando se utiliza la vía racional, lo que se pretende es convencer. Ésta es la finalidad y la potencialidad de la lógica, de la racionalidad. En cambio, cuando se recurre a la vía emotiva, lo que se pretende es seducir. Ésta es la finalidad y la potencialidad de las emociones.

En un medio de comunicación masivo como la televisión, se tiende a pensar que como telespectadores somos influidos fundamentalmente desde la razón, cuando en realidad somos influidos primordialmente desde las emociones.

La televisión, con su incidencia fundamental sobre la emotividad de las personas, puede convertirse en un condicionante de su libertad, la cual, en una concepción simplificadora, es la posibilidad física de hacer lo que uno quiere, lo que uno desea y que se vería limitada por la coacción que adopta la forma de imposición o prohibición, consistentes en el uso de la fuerza o de la violencia para obligar al individuo a hacer lo que no quiere o para impedirle hacer lo que desea. La libertad humana no puede limitarse a la libertad física, ésta debe ir acompañada de la libertad interna, de la libertad de elección. No es libre el que puede hacer lo que desea, si está condicionado en sus deseos. Las limitaciones a la libertad provienen a menudo de la inducción inadvertida de deseos y temores. Una cosa es impedir a la persona obrar conforme a su voluntad y otra es, condicionar su voluntad para que obre conforme se desea.

La concepción errónea del hombre como ser libre impide alcanzar lucidez en el análisis de sí mismo y siembra confusión en las consideraciones que se hacen sobre los efectos de la televisión. Son concepciones erróneas en cuando son limitadas, parciales; lo cual impide tomar conciencia de la complejidad de la experiencia de ser espectador y, en consecuencia, del alcance real de sus efectos.

La libertad se mediría por la capacidad de adoptar creencias y comportamientos autónomos, independientes, basados más en convicciones que en imitaciones, en la reflexión más que en la emoción. No puede hablarse de libertad cuando se le permite a

uno hacer lo que desea pero se le lleva a desear lo que interesa que desee; en esto consiste la coacción psicológica que ejerce la televisión: en incidir sobre la voluntad mediante la modificación o la canalización interesada de las emociones, sentimientos, deseos y temores.

La persuasión y la seducción son mecanismos condicionantes de la libertad humana, que indirectamente repercuten en el hacer, incidiendo directamente en el deseo o en el temor. La persuasión y la seducción se distinguen entre sí por el uso predominante de la razón y de la emoción como elementos movilizadores (Ferrés, 1996).

Desde el punto de vista de las comunicaciones persuasivas, es en el ámbito de las emociones donde se ponen en crisis la libertad y la racionalidad. Incidir sobre las emociones de los demás permite llevarlos a modificar sus deseos, de manera que, creyendo hacer lo que desean, hagan lo que uno desea. De otra parte, incidir sobre las emociones de los demás permitirá burlar fácilmente su racionalidad.

La emotividad sobre la que influye la televisión, se define precisamente por lo que tiene de excitación, de activación. Las emociones pueden ser fenómenos subjetivos, que hacen que un individuo se sienta de una manera en concreto, como rabia, alegría, miedo, sorpresa, angustia, etc. las cuales pueden estar acompañadas de respuestas biológicas que activan el cuerpo y lo preparan para una posible acción adaptativa. Las emociones pueden ser fenómenos sociales ya que comunican experiencias internas emocionales a los demás (Reeve, 1994).

Magda Arnold (Op.Cit) señala que "la emoción se da sólo después de que un estímulo-acontecimiento ha sido percibido y evaluado. La evaluación informa del efecto que probablemente tendrá el acontecimiento en relación con el bienestar de la persona. La evaluación, que para Arnold puede ser buena o mala hace que la persona se aproxime o evita el acontecimiento-estímulo. Richard Lazarus complementó las evaluaciones de bueno/malo presentadas por Arnold con evaluaciones específicas. Las personas no sólo evalúan un objeto o evento como bueno o malo, sino que también, lo evalúan como un cierto tipo de malo -como amenazante, repulsivo, frustrante, etc.

En la comunicación persuasiva, donde se incide en las emociones de los individuos (televidentes), se enfoca en informaciones motivadoras, es decir, informaciones capaces de movilizar las conductas y las creencias en una dirección. En la televisión, las imágenes tienen un fuerte componente motivador. Pero por su sentido de la inmediatez, y por su vinculación directa con el mundo de los sentimientos tienden a privilegiar las motivaciones de carácter emotivo.

Desde el punto de vista de la seducción, ésta supone llevar al otro a un cierto grado de perturbación, de locura, de alienación; en el sentido etimológico del término, la palabra seducir proviene de se-ducere que significa llevar aparte, desplazar, desviar de su vía. En éste sentido supone renuncia a la propia personalidad, desbordada o engullida por una personalidad ajena. La televisión es una experiencia seductora. La fascinación que los personajes y las situaciones ejercen sobre el espectador proviene del hecho de que le pone en contacto con lo más profundo de sus deseos y temores. La televisión seduce porque es espejo, no tanto de la realidad externa representada cuanto de la realidad interna del que la contempla.

El proceso de seducción tiene una fase fragmentadora, de descomposición de la realidad, con el fin de eliminar las dimensiones que interesa camuflar; y una fase globalizadora, de reconstrucción, consistente en transferir al conjunto los valores de la dimensión fascinante seleccionada.

Desde la publicidad televisiva se puede ejemplificar los mecanismos de influencia racional o emotiva. Utilizar la vía racional para la publicidad de un producto supone ofrecer argumentos que convencan sobre las ventajas objetivas del mismo, respecto de las marcas rivales. En el uso de la racionalidad, el receptor necesita activar el pensamiento lógico para calibrar el valor de la argumentación utilizada. En cambio, utilizar la vía emotiva, supone conectar el producto con valores emocionales que, desde un punto de vista lógico, nada tiene que ver con él. En éste caso el receptor hará una transferencia irracional de los valores del spot al producto. Ventajas funcionales frente a ventajas emotivas. Persuasión frente a seducción.

Pero la televisión va más allá de la seducción, a una comercialización de las emociones humanas. En la televisión la utilización del dolor ajeno vende. No se pretende analizar las situaciones de dolor, añadiendo racionalidad a la emotividad, sino embotar las sensibilidades y las conciencias anulando toda racionalidad y convirtiendo la lágrima en espectáculo. Los problemas se banalizan, se trivializan. El espectáculo mantiene la atención, provoca escándalo o asombro, es la representación y entretenimiento público. Captar las implicaciones simplificadoras e inmovilizadoras del espectáculo no es fácil. Si bien es cierto, el televidente alcanza a percibir que su situación se limita a ver, el espectáculo en sí mismo se orienta cada vez más, en la idea de que el sujeto es más activo, puesto que dispone de la cámara que lo introduce de lo real en vivo. En la guerra el espectáculo aparece para el sentido común, como ajeno a ella y a las diversas violencias, como un "medio" para representarlas.

En muchos casos las emociones televisivas se canalizan hacia el escapismo y la evasión, cuando en momentos de máximo riesgo social y político pueden llegar a poner en cuestión un sistema. El escapismo compensa las frustraciones y adormecen el sentido crítico. Al respecto, Ferrés (1996) menciona en su libro "Televisión subliminal", que durante la Segunda Mundial, en Alemania Nazi, cuando más baja era la moral popular por la desesperada situación en el frente del Este se formaron grandes colas en los cines para contemplar el éxito de la temporada: el barón de Montchausen. Era una estrategia política de Goebbels: una versión en color de las aventuras del barón, aderezada con parejas exóticas, frutas abundantes, lujo de todo tipo, escenas de harén... Era lo que el público necesitaba, en realidad era lo que necesitaba el régimen, escapismo contra la rebelión. Al influir la televisión en la razón y emoción de los televidentes, orienta igualmente sus interpretaciones y sus comportamientos.

Modelos de Aprendizaje y su Influencia en la Valoración de la Realidad

Uno de los principios reguladores del comportamiento es la previsión de las consecuencias que pueden tener los actos, la que está determinada a menudo por la observación de modelos (J. W. Vander Zanden, 1990, pág. 146) citado por (Klein, 1994). Miedos, deseos y valores son inducidos mediante la observación de modelos de un entorno inmediato. Gracias a los medios audiovisuales se ha incrementado los modelos a observar influenciado los criterios de valoración de la realidad de las personas.

Las consecuencias de lo observado por un lado motivan, incentivan y legitiman comportamientos y, por otro, pueden reprimirlos. Los modelos crean expectativas de beneficio para determinados tipos de comportamiento, y anticipan consecuencias negativas para otros, condicionando así, las decisiones futuras.

Las noticias y los relatos en general presentan en cada caso las consecuencias de las acciones. Al estructurar el relato se decide en cada caso lo que se premia y lo que se castiga. Por ejemplo, en un relato violento, lo importante ideológica o éticamente no es tanto que haya o no haya violencia, sino la visión que se da de ella, si se la justifica o se la presenta como injustificada, si se la premia al asociarla con el héroe o se la castiga al asociarla con el malvado, si se la presenta como inevitable o como algo normal.... Se tiende a menudo a presentar en los filmes, por ejemplo, a los golpes o los disparos no como recursos extremos en situaciones límites de defensa, sino como los sistemas más naturales y eficientes para resolver todo tipo de problemas.

Identidad

Yarushalmi (1998) define la identidad personal en términos de lo recordado o de lo recordable, es decir, en términos de memoria. Si la identidad personal está asociada, de alguna manera, con la memoria, si este es el caso, depende de los recuerdos: los olvidos -ciertos olvidos- son destructores de la identidad personal o sirven de criterios para decir cuando hay *otra* persona en lugar de la *misma* persona (Yarushalmi 1998).

La identidad de un grupo social es función, entre otras cosas, de sus recuerdos, y el olvido de ciertos hechos importantes, o es disolutorio de tal identidad, o es constitutivo de un grupo social *distinto*, esto es, de *otra* comunidad.

La Identidad social tiene determinantes históricos, culturales, políticos y económicos de la conducta. La Identidad social está formada por las diversas identificaciones sociales, es relativamente independiente de la identidad personal, y ambas identidades, la personal y la social, forman el autoconcepto o concepto del Yo. Por tanto la identidad social se puede definir como aquella parte del autoconcepto que procede de la pertenencia a un grupo o grupos sociales. Lo cual significa que las personas pueden actuar en función de su pertenencia a grupos sociales, y que en distintas situaciones sociales se ponen en juego distintas identificaciones sociales según vayan resultando salientes las categorías sociales. Reicher (1982) citado por Morales (1994).

Esa identidad personal que hace parte de la identidad se construye en un contexto coordinado de valores, creencias, conceptos y, en definitiva, de simbolizaciones que constituyen la cultura (Sartori, 1998). En la cultura es donde se determinan las identidades, sin embargo, los medios de comunicación, la red de imágenes que se graban en las personas, los sonidos híbridos de nuevas tecnologías, culturas y formas de vida, han alterado el modo en que se configuran las identidades.

La memoria es una función específica de la psique que registra, retiene y produce hechos y eventos pasados, propios o ajenos, por lo cual el resultado de su operación es el recuerdo o el olvido. La sensación de ser uno mismo, de ser el mismo, de ser la misma persona a lo largo del tiempo, es quizás la experiencia más básica y fundamental de nuestro yo. Las personas, seres pensantes e inteligentes poseedores de razón y reflexión “que se pueden considerar a sí mismas, como la misma cosa pensante, en tiempos y lugares diferentes” (Yarushalmi 1998).

Para John Locke la identidad personal, es decir, “la mismidad de un ser racional” consiste en la conciencia que acompaña al pensar, en cuanto esa conciencia se extiende

hacía atrás a toda acción o pensamientos pasados.” En otras palabras, la identidad personal es explicada en términos de lo recordado o de lo recordable, es decir, en términos de memoria. Si la identidad personal está asociada con la memoria, depende de los recuerdos; los olvidos - ciertos olvidos- son destructores de la identidad personal o sirven de criterios para decir cuándo hay otra persona en lugar de la misma persona.

La vida comunitaria supone y genera valores, sentimientos y experiencias comunes a los miembros del grupo. Para Locke, la identidad de un grupo social es función, entre otras cosas, de sus recuerdos y el olvido de ciertos hechos importantes, o es disolutorio de tal identidad, o es constitutivo de un grupo social distinto, esto es, de otra comunidad.

Los pueblos y grupos sólo pueden olvidar el presente, no el pasado. Los individuos que componen el grupo pueden olvidar acontecimientos que se produjeron durante su propia existencia; no podrían olvidar un pasado que ha sido anterior a ellos, en el sentido de que el individuo olvida los primeros estadios de su propia vida.

Cuando se dice que un pueblo “recuerda”, en realidad se dice primero que un pasado fue activamente transmitido a las generaciones contemporáneas a través de los “canales y receptáculos de la memoria” (Sartori, 1998) y que después ese pasado transmitido se recibió como cargado de un sentido propio. En consecuencia, un pueblo “olvida” cuando la generación poseedora del pasado no lo transmite a la siguiente, ó cuando ésta rechaza lo que recibió o cesa de transmitirlo a su vez, lo que viene a ser lo mismo.

Lo que se llama olvido en el sentido colectivo aparece cuando ciertos grupos humanos no logran - voluntaria o pasivamente, por rechazo, indiferencia o indolencia, o bien a causa de alguna catástrofe histórica que interrumpió el curso de los días y las cosas - transmitir a la posteridad lo que aprendieron del pasado.

La historia como relato, no puede suplantar a la memoria colectiva ni crear una tradición alternativa que se pueda compartir.

En el mundo de hoy, ya no se trata de una cuestión de decadencia de la memoria colectiva y de declinación de la conciencia del pasado, sino de la violación brutal de lo que la memoria puede todavía conservar, de la mentira deliberada por deformación de fuentes y archivos, de la invención de pasados recompuestos y míticos al servicio de los poderes de las tinieblas (Sartori, 1998).

Expresiones de la Identidad Personal y Colectiva Colombiana

La identidad personal y colectiva Colombiana estudiada por la Psicóloga Myriam Ocampo Prado (1988) citada por (López 1990) se ve representada en la sociabilidad, la alegría, la fiesta como cualidades que definen tanto el Yo como el grupo. La inteligencia, la capacidad de acción, la honestidad, son cualidades que buscan sobrevalorar al Colombiano. El escepticismo y el pragmatismo evocan formas de funcionamiento, herramientas para manejar la realidad cotidiana.

Las evaluaciones desfavorables juzgan el Yo y el grupo alternativamente censurables, pero no necesariamente desvalorizados. La agresividad, el conformismo, la pereza, aparecen relacionados con el desarrollo económico y la dependencia.

El regionalismo, la falta de patriotismo, la deshonestidad, los cambios bruscos de temperamento son defectos comunes al Yo y al grupo. La astucia, la viveza, son cualidades cuando se trata de definir al Yo pero significan una amenaza cuando califican al grupo. De la misma manera, la fanfarronería, el machismo, la superficialidad y la impotencia, son defectos que describen principalmente al grupo, es decir, a la colectividad colombiana. El Yo es por su parte, particularmente agresivo, fanático y mediocre.

Si se colocan éstas imágenes en relación se ve que la conservación de sí mismo tiene una importancia capital. Si la sociedad debe subsistir dentro de condiciones de subdesarrollo y dependencia, son sólo los rasgos innatos o adquiridos los que permitirán a los Colombianos encontrar soluciones a éstas condiciones de sobrevivencia. Así, ellos cuentan con su alegría, el grupo familiar, su inteligencia para escoger los medios más "aptos" para vencer la adversidad. Desde éste ángulo, el Colombiano se dice eficiente para resolver individualmente, y solo, la dificultad.

La colectividad es juzgada "peligrosa" teniendo en cuenta la "inmoralidad" típica del Colombiano. Es en éste sentido que la palabra "viveza" tiene un significado paradójico: es una cualidad para el Yo, pero un defecto cuando califica al grupo. La articulación de éstas imágenes sugieren una ambivalencia entre identidad colombiana individual e identidad colombiana colectiva.

Éste antagonismo se describe como que no es seguro que todos quieran pertenecer al mismo conjunto unificado y nacional; no es seguro que todos tengan voluntad de vivir juntos; no es seguro que se pueda tener confianza en los otros. Se puede decir que frente a lo impredecible del Colombiano cuenta con la astucia como método que le ayuda a liberarse de las imposiciones sociales. Ella le sirve para autoevaluarse favorablemente, para encontrar los medios que le reafirmen su inteligencia

y capacidad. Pero la astucia, que es también una forma de competencia con los otros, alimenta la desconfianza entre los Colombianos, la inseguridad. La inestabilidad que afecta la coexistencia de la identidad personal y la identidad colectiva parece exigir imperativamente la búsqueda de un equilibrio que sirva para consolidar una identidad colectiva válida.

La validez se relaciona con la apertura a la complicidad colectiva, lo que puede ayudar a lograr el progreso sin aniquilar la cultura. Una segunda necesidad es llevar a una reflexión en torno a la ética personal, a la moral del comportamiento cotidiano, que tenga en cuenta tanto la responsabilidad consigo mismo como con el grupo.

La Televisión y la Construcción de la Realidad

La televisión ejerce una forma particular de violencia simbólica (Bourdieu, 1996), que se ejerce con la complicidad de quienes la padecen y también, de quienes la practican en la medida en que unos y otros con son conscientes de padecerla o de practicarla.

La acción simbólica de la televisión, en el caso de los noticieros, consiste en llamar la atención sobre unos hechos, que por su naturaleza pueden interesar a todo el mundo, no escandalizan a nadie, no se ventila nada, no dividen, crean consenso. Al privilegiar los sucesos, y llenar el tiempo tan escaso de vacuidad, de nada o casi nada, se dejan de lado las noticias pertinentes que debería conocer el televidente para ejercer su derecho a pensarla y tomar una posición crítica frente a ella.

Se reduce la vida del mundo a la anécdota, al fijar la atención en acontecimientos carentes de consecuencias políticas, que se dramatizan para “extraer la lección pertinente” o para transformarlas en problemas de la sociedad; entonces es cuando se recurre a filósofos de televisión para que llenen de contenido lo insignificante, lo anecdótico y lo accidental. Estos pensadores no pueden pensar a velocidad, en el contexto de un noticiero, lo hacen desde “ideas preconcebidas” (Flaubert) citado por (Bourdieu, 1996). Ideas que todo el mundo ha recibido, porque flotan en el ambiente, banales, convencionales, por eso el problema de la recepción no se plantea, no pueden recibirse porque ya han sido recibidas.

La televisión ofrece al telespectador la sensación de que lo que ve es la verdad, que los hechos vistos, suceden tal y como los ve. Sin embargo, no es así. La televisión

puede mentir y falsear la verdad. La “fuerza de la veracidad “ inherente a la imagen hace la mentira más eficaz y, por tanto, más peligrosa.

En muchos casos, la información ha sido utilizada como estrategia de guerra, es el caso citado por Ferrés (1996) en el que Guy Duradín fue testigo y colaborador involuntario en un montaje destinado a manipular la información. A finales de 1940, en un campo de prisioneros de guerra en Austria, el Stalag XVII A, los alemanes hicieron desfilar a los prisioneros y, ante un fotógrafo, les entregaban un pan de unos 500 gramos, un buen trozo de salchichón y una ración de margarina. Unos centenares de metros más adelante, y ya sin fotógrafo, se les obligaba a devolverlo todo. Luego se les repartía la ración habitual, cuatro veces inferior. Al parecer las imágenes fueron mostradas a una comisión internacional y publicadas en algunos periódicos para demostrar el buen trato que recibían los prisioneros franceses. Prueba inapelable del valor documental de la imagen.

La televisión produce un efecto de realidad, al mostrar y hacer creer en ello. Pero la información periodística implica siempre una elaboración social de la realidad. Los periodistas se interesan por lo excepcional, por lo que es excepcional para ellos. Pero lo extraordinario también es lo que no es cotidiano, en relación con los demás informativos. Es una coerción que impone la búsqueda de la primicia informativa, de la exclusiva, la que desemboca en la uniformización y banalización.

El mérito de la televisión es que “informa”, es decir, proporciona noticias, lo que incluye también noticias sobre nociones. Se puede estar informado de acontecimientos y también del saber. Sin embargo, información no es conocimiento, no es saber en el significado heurístico del término. Por sí misma, la información da nociones que no lleva a comprender las cosas. Por otro lado, la desinformación es una distorsión de la información, es decir, dar noticias falseadas que induce a engaño al que las escucha.

En la televisión la información que cuenta es la que se puede filmar mejor; si no hay filmación, no hay ni siquiera noticia. La obligación de mostrar genera el deseo o la exigencia de “mostrarse”. Esto produce el pseudo-acontecimiento, el hecho que acontece solo porque hay una cámara que lo está rodando, y que, de otro modo, no tendría lugar. El pseudo-acontecimiento es un evento prefabricado para la televisión y por la televisión.

Los efectos inadvertidos de las informaciones televisivas provienen del desconocimiento de los mecanismos utilizados para su elaboración (procesos de selección, el recurso a mecanismos asociativos, la creación de contextos) y del carácter objetivo con el que el receptor suele percibir las, confundiendo imagen y realidad.

La Opinión

La opinión es un dato, existe y eso es suficiente. El lugar de la opinión pública, tiene una ubicación, y es el conjunto de opiniones que se encuentra en el público o en los públicos. Esta noción de opinión pública denomina las opiniones generalizadas del público, y son del público porque éste es el sujeto principal. Es del público porque es de la cosa pública con argumentos de la cosa pública; intereses generales y los problemas colectivos.

La opinión es un “parecer” es subjetiva, para la cual no se requiere una prueba; es decir las opiniones son convicciones frágiles y variables (de lo contrario las “opiniones” fuertes, profundas, y enraizadas se deben llamar creencias).

La televisión inició un problema en la medida en que el acto de ver suplantó al acto de discurrir, de discutir. Mientras que la información lingüística se produce de forma interrumpida, dejando lugar a contraposiciones, resistencias y dudas. Pero la gran fuerza arrolladora de la imagen en la televisión rompe el sistema de reequilibrios y retroacciones, de diversidad de opiniones particulares de columnistas y reporteros que habían instituido progresivamente durante casi dos siglos (desde el siglo XVIII en adelante fueron denominados “opinión pública”).

La imagen de la televisión destruye las “autoridades cognitivas” que marcan la opinión y creencia, en quién se debe creer, quién es digno de crédito y quién no. Con la televisión la -autoridad- es la visión en sí misma, es la autoridad reinando desde el trono de la imagen, “...no importa que la imagen pueda engañar aún más que las palabras, lo esencial es que el ojo cree en lo que ve)... la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve, lo que se ve parece real...” (Sartori, 1998).

En Colombia, 500 Colombianos son continuamente "entrevistados" (más no interrogados, es decir, contestan unas preguntas preestablecidas con anterioridad y sujetas a quien entrevista), para decir a los restantes 40 millones qué deben pensar y qué deben desear. Es falso que la televisión se limite a reflejar los cambios que se están produciendo en la sociedad y en su cultura, ella (la televisión) se muestra como ajena y objetiva a su producción y deseo, en realidad la televisión refleja los cambios emocionales y cognitivos -atentos al orden- que promueve e inspira a corto, mediano y largo plazo.

La televisión desinforma y subinforma, ésta última hace referencia a la no-información sobre temas de relevancia pública y es en éste sentido en el que la televisión informa poco y mal. La subinformación empobrece la noticia al ser ésta totalmente insuficiente, se reduce en exceso. Y por desinformación se dan noticias falseadas que

inducen a engaño al que las ve y escucha, pero total la persona empieza a desligarse de la realidad y a su vez a formar emocionalidad frente a lo que ve para posteriormente entrar en la "rueda" de emoción-cognición.

Se observa que en la televisión ahora son cada vez más abundantes las noticias locales y nacionales y cada vez más escasas las noticias internacionales, (salvo las noticias "espectaculares" que despierte emocionalidad-interés, (por ejemplo el atentado al World Trade Center de New York). La televisión siempre tiene que "mostrar", esto convierte en imperativo el hecho de tener siempre imágenes de todo lo que se habla, (ó sólo se habla de lo que tiene imágenes), lo cual se traduce en una "inflación" de imágenes o de la palabra. Aquí la televisión se ensaña con la emocionalidad del televidente, las catástrofes naturales se presentan como acontecimientos más (por la pérdida de la "espectacularidad") pero se observa la espectacularidad de los acontecimientos del World Trade Center de New York, septiembre 11 del 2001, donde se presentó desde todos los ángulos y se acondicionó el deseo del televidente, gracias a la "ebullición" de la noticia. Al "engrandecimiento" del sentimiento, para -crear "solidaridad" y compromiso- (no había en el entorno tanto estupor), con el peligro de inducir pensamiento a través de la emocionalidad, hoy a pesar de que no hay pruebas, se está manejando la opinión de que el responsable del acto terrorista fue Osama Ben Laden: "...a la televisión le encanta dar la palabra a la gente de la calle, o similares. El resultado es que se presenta como verdad lo que con frecuencia no es verdad, las opiniones más facciosas y necias adquieren la densidad de una corriente de pensamiento" (Malaspina, 1995).

Los sondeos por ejemplo, no son instrumentos que revelen la opinión popular, sino sobre todo una expresión del poder de los medios de comunicación sobre el pueblo; y su influencia bloquea frecuentemente decisiones, o lleva a tomarlas de forma equivocada, sostenidas en "rumores", por opiniones débiles, deformadas, manipuladas e incluso desinformadas. Las opiniones recogidas en los sondeos por regla general son débiles, y es raro que alguna vez se escojan opiniones profundas, escribe Russell Newman, citado por Sartori (1997) en su libro Homo Videns. La sociedad teledirigida p. 74: "de cada diez cuestiones de política nacional que se plantean todos los años, el ciudadano medio tendrá preferencias fuertes y coherentes por una o dos, y virtualmente ninguna opinión sobre los demás asuntos. Lo cual no es obstáculo para que cuando un entrevistador empieza a preguntar, surjan opiniones inventadas en ese momento". El resultado de ello es que la mayoría de las opiniones recogidas son frágiles e inconsistentes; sin contar las opiniones inventadas para asuntos que se desconocen completamente. El entrevistador que

interpela sobre una ley de asuntos públicos... no vuelve a su casa con las manos vacías: le responde un tercio, e incluso dos tercios de los entrevistados.

De otro lado está el problema de la fácil manipulación de los sondeos (la urna virtual de los noticieros nacionales) donde los porcentajes mostrados no revelan exactamente la opinión de la mayoría de la población, sin embargo se generalizan, y se asumen como datos válidos. En muchos casos la formulación de las preguntas puede cambiar la respuesta de los entrevistados. Es el caso del escándalo Watergate, en 1973, citado por Sartori donde se afectaron en un solo mes siete sondeos que preguntaban si el presidente Nixon debía dimitir o debía ser procesado, "la proporción de respuestas afirmativa variaba desde un mínimo del 10 a un máximo del 53 por ciento, y éstas diferencias se debían exclusivamente a variaciones en la formulación de las preguntas". Se deduce entonces, que quien se deja influenciar o asustar por los sondeos, el sondeo dirigido, a menudo se deja engañar en la falsedad y por la falsedad. Los sondeos se basan en opiniones desinformadas, pues el considerarse informado acerca de algún tema, no es lo mismo que llegar a comprenderlo

La televisión da menos información, la que cuenta es la que puede filmar mejor, y si no hay filmación, no hay ni siquiera noticia. Es difícil negar que la imagen televisiva mienta, porque la imagen no miente, no puede mentir porque la imagen es la que es y, por así decirlo habla por sí misma, la imagen es verdadera (o puede serlo) pero el mensaje que la acompaña puede ser engañoso. Las imágenes del World Trade Center no engañan como imagen, pero quién dice o sugiere quién cometió el acto es la voz que a partir de la emoción (instalada y/o despertada en el televidente) dice quién fue, el locutor quiere mentir, se le ordena mentir o es un espectador más con una (aparente) opinión más.

La desinformación, no es informar poco, sino informar mal, distorsionado y generar mediante ésta información elementos emocionales que logren instaurar, a través de la emocionalidad, ésta desinformación. Desde este lugar casi se tiene asegurado el campo para sembrar emoción-pensamiento, toda vez que actualmente proliferan las mentes débiles, que proliferan justamente porque, se tropiezan con un público que nunca ha sido adiestrado para pensar, éste público cumple las siguientes características:

"...la lectura le cansa... él intuye, prefiere el significado resumido y fulminante de la imagen sintética. Ésta le fascina y lo seduce. Renuncia al mundo lógico, a la secuencia razonada, a la reflexión que necesariamente implica el regreso a sí mismo... cede ante el impulso inmediato, cálido, emotivamente envolvente. Elige el Living on self demand, ése

modo de vida típico del infante que come cuando quiere, llora si siente alguna incomodidad, duerme, se despierta y satisface todas sus necesidades en el momento... (Sartori, 1998).

Los mensajes apuntados a la emocionalidad cubren o encubren en los conflictos armados estrategias que seducen al televidente, las palabras "justicia infinita" (cambiando luego por "libertad eterna"), "guerra contra el terrorismo" (según el noticiero CNN) ocultan en la mente del televidente o simplifican en este mismo, las pretensiones políticas de Estados Unidos (o la política de terrorismo de Estados Unidos en el mundo, como lo ha señalado y criticado el lingüista de origen americano Noam Chomsky. Éstas pretensiones quedan simplificadas y ocultas en el caos de la noticia, no sólo son difíciles de apreciar sino que se van convirtiendo en naturales. Si se mira el enunciado "guerra al terrorismo" donde se designa el aniquilamiento de civiles y el enjuiciamiento y señalamiento al pueblo Afgano, a su cultura y política, hoy occidente piensa (sin demostrarse) que Osama Bin Ladem es culpable, y desde ahí -siente- recuérdese el sentimiento que muchas personas tuvieron hacia Sadam Hussein en la "guerra" del Golfo, cuando éste era (y sigue siendo) un desconocido para la mayoría de la gente. La televisión a partir de la emocionalidad, convierte en limpias ésas otras limpiezas que se dan, y que las potencias ejercen en el mundo.

La seducción en la televisión parte de un intelecto, pero no se dirige a la zona racional del quien recibe el enunciado, sino a sus emociones. Y sitúa en una posición de ventaja al emisor (al noticiero, al "especialista", al "talk-show", al reportaje), porque éste conoce el valor completo de los términos que utiliza, sabe de su alcance y de su historia, de las palabras que ha dejado a un lado para dar paso a la seducción del televidente.

El periodista y profesor Alex Grijelmo comenta: "... las palabras denotan porque significan, pero connotan porque se contaminan. La seducción en la televisión parte de las connotaciones, de los mensajes entre líneas más que de los enunciados que se aprecian a simple vista. La seducción de las palabras no busca el sonido del significante, que llega directo a la mente racional, sino el significante del sonido, que se percibe por los sentidos y termina, por tanto, en los sentimientos..." (Grijelmo, 2000).

La televisión en su viaje a la seducción, en su muestra de los conflictos y su relación con el espectáculo (recuérdese las imágenes que se transmitieron de las torres gemelas, los aviones entrando en ellas, a velocidad de imagen normal, en cámara lenta, desde varios ángulos, y la caída de los edificios con los mismos efectos), espectáculo que necesita un auditorio que lo observe, lo mire, lo remire hasta la saciedad, colocando al

telespectador en un lugar de pasividad y a su vez, el "gasto" de la imagen saturando su emocionalidad y alejándolo de la realidad y del mismo espectáculo, (la muerte de Consuelo Araujo "la cacica", tuvo un -auge- de dos días y desapareció como llegó), es decir, la televisión simplifica la realidad.

La seducción de la televisión se fundamenta (entre otros), en que los fonemas de muchas palabras "asegurados" con la -imagen- forman parte, pues, de los elementos de seducción porque se perciben con los sentidos más que con la inteligencia. En el mismo acto de nombrar lo que carece de palabras el televidente se suele entregar al -sonido- como significante, y los nombres lo seducen por sus fonemas y su historia y herencia emocional (que une a un colectivo), antes que por su contenido.

Las imágenes acompañadas de "eslogan" tienden a usarse para ir siendo aceptado por parte de los televidentes, el producto que se quiere vender, partiendo de la premisa de que -no se venden productos (léase ideas, pensamientos y/o políticas) sino que se compran clientes (ciudadanos con opinión pública)-. Es así como el "lenguaje del amor" pertenece a Johnson's y Johnson's, y la "la chispa de la vida" a Coca Cola Company; pero también se ve el lema Hitleriano de la II guerra mundial "el nuevo orden"; por otra parte Slobodan Milosevic (el genocida Serbio) extendió la expresión "limpieza étnica", "cruzada" se llamó la guerra civil española. Hoy las pretensiones de Estados Unidos en Afganistán se denominan "justicia infinita", "guerra al terrorismo", "el imperio contraataca" (frase ésta última que hace apología a una película de George Lucas muy vista y con ventas super millonadas en Estados Unidos y el hemisferio occidental, donde existía el bien y el mal y se imponía el primero), la técnica que difundió Joseph Goebbels, según el cual una mentira repetida mil veces se convierte en verdad, es cierta y todo esto persigue un objetivo y es -el proceso de creación de la aceptabilidad. Dice Jean Pierre Faye (Faye 1947) "ésta mentira repetida mil veces se ha usado en los más variados campos, es una estrategia que prepara los asesores mediante palabras manipuladas que se arrojan por delante, palabras teloneras de los abusos y de la agresión.

Cuando se ve televisión, eso hace el televidente -ver- televisión y no la piensa; si el pensamiento existe, éste viene del televisor, es decir, de la combinación imagen y palabra. Un Ministro de Hacienda o un vocero del DAÑE dirá "se ha experimentado un crecimiento cero"... "la inflación fue negativa"...", éstas palabras en contradicción son concordadas para maquillar el hecho que nadie quiere esperar, su función es suavizar, encubrir y/o resaltar.

En un conflicto armado se habla de fueron -asesinados- un número determinado de soldados, o fueron “dados de baja” unos guerrilleros; se dan de baja los elementos en una bodega que ya no sirven, que no cumplen una función y que no tienen valor alguno. La razón humana puede llegar a analizar estas palabras y descubrir el engaño, pero a través de la televisión en la seducción de la palabra y la imagen el televidente no logra descubrir este engaño, y fácilmente lo colocan en una posición desventajosa frente al emisor del mensaje.

Esta técnica de los conceptos contradictorios fue profusamente usada por quienes prepararon el terreno al nazismo, por la difusión del ataque de Estados Unidos a Afganistán y por un sinnúmero de grupos y sociedades que pretenden ocultar sus verdaderas intenciones. La guerrilla habla de “cárceles del pueblo”, y de “juicio popular” donde se está ocultando verdaderamente a una persona -secuestrada -.

Otro ejemplo en las intenciones de Estados Unidos frente a Afganistán son las palabras “daños colaterales” inventada por los militares reacios a reconocer sus errores, estas palabras están escondiendo que con las acciones militares murieron víctimas civiles. La televisión habla de cierto número de “bajas civiles”, se les puede dar ése nombre o el de fueron -asesinados- cierto número de civiles; nadie reconoce sus muertos ni sus asesinatos, y los medios de comunicación en general ayudan a crear ése manto que encubren los conflictos armados, generando en el receptor incongruencias emocionales, vacíos psicolingüísticos y pensamientos ligeros y/o favorecedores de la intención del emisor.

La televisión sabe que el lenguaje sirve sobre todo, para dialogar consigo mismo; las palabras y el lenguaje hacen el pensamiento, la televisión sabe que las palabras y las imágenes son los “despertadores” de los sentimientos, los circuitos de las palabras, y las imágenes activan las redes del sentimiento para así facilitar y pegar pensamientos ajenos, lenguajes ajenos e ideas.

La televisión utiliza las seducciones del lenguaje sentimental porque este se dirige a modelar la voluntad del otro. La seducción del lenguaje también sirve para ensalzar y endulzar las percepciones de las que puede disfrutar el individuo en su relación con la realidad.

La fuerza de la seducción de la televisión (paradójicamente) no se encuentra en las imágenes, éstas imágenes -refuerzan- las palabras, (es decir la fuerza la dan las palabras) los pensamientos y las ideas, y se refuerzan partiendo del principio que las imágenes vistas por los ojos del televidente no engañan, éstas están ahí. Alex Grijelmo

(2000) hace un paralelo al respecto: "...las asociaciones de ideas que se aprecian con claridad en las imágenes encuentran su correspondencia en las palabras. Las imágenes significan y evocan; las palabras también. Las representaciones de una idea pueden alterar la manera en que es sentida por un receptor..."

La televisión emplea lo preciso, lo técnico, lo especializado y lo desconocido para reforzar a través de la espectacularidad y así mismo cubriendo con un manto las realidades de lo que se está transmitiendo. Es el caso del bombardeo de Estados Unidos hacia Afganistán, "...los misiles empleados son tomahawk (muestran la imagen) dirigidos desde kilómetros de distancia vía satélite... los aviones stealth F117 cumplen su misión nocturna debido a los exactos radares y comunicación precisa con sus bases aéreas..." (tomado de CNN en español, octubre 8 del 2001). Las alusiones a los avances técnicos, a las fórmulas incomprensibles, fruto aparente de largos esfuerzos e investigaciones, prestigian las acciones. Estas manipulaciones seductoras se verifican en el pensamiento y sentimiento que se emiten acerca de conflictos internacionales o internos, porque se puede manipular a las personas con palabras símbolo, con metáforas que una vez más, muestran parte de la realidad para ocultar otra.

Las palabras en los discursos televisivos (apoyados por imágenes), tienen intenciones claras, éstas deben -construir- cargando poca información, las palabras deben contener la menor información posible pues su objetivo consiste básicamente en reunir a los receptores del mensaje alrededor de un jefe o de un ideal común. Se ven los discursos de Colín Powell (secretario de estado de Estados Unidos) y Georges Bush hablando acerca de los terroristas (con fotografías de los mismos) y su discurso girándolo entorno a la palabra terrorismo y terroristas. Nótese que no han aclarado ni definido qué es ser terroristas, ni qué es terrorismo. Se aborda entonces la pregunta: ¿en que se relacionan Osama Ben Laden con las FARC, ELN y AUC, ó los indígenas de Chiapas en México; cuando Estados Unidos sí hace ésa relación?, ó ¿la oposición al presidente Hugo Chávez también la han estructurado?. Es así como, cuanto más vagas se exponen la convención y las palabras generales, cuanto más grandes son los campos semánticos, el valor del signo varía con mayor ductilidad para acomodarse a la interpretación de cada oyente.

Cuanto más generales las expresiones, más adaptable su percepción por el receptor. Al respecto Alex Grijelmo (2000) dice: "...las palabras que llenan la boca repletan también los oídos, pero se reducen luego en la mente de cada cual, para acomodarse a las ideas preconcebidas todo cuanto se pronunció... los conceptos están al fondo de las

palabras; y estos se ven influidos por ellas; por su sonido especialmente. La forma de pronunciar un término influye en la percepción de su contenido...”

Otra forma de apartarse de la realidad, o de “comprar” receptores, es utilizando la metáfora (se leería mejor las “metáforas mentirosas”), se oye en la televisión palabras como: “el terrorismo tiene varias caras” (las caras son de las personas), “se está ante un enemigo -disperso, escondido -.

Las metáforas mentirosas utilizadas en la televisión y que llaman a la seducción del público, vienen construidas también por sinécdoques especiales (la sinécdoques, consisten en tomar la parte del todo por el todo, ejemplo, la finca del señor x tiene 500 cabezas de ganado, cabezas no es un res, pero se entiende por ésta), la sinécdoque en la seducción engañosa, se mueve con afán distinto, dan la parte (escogida) por el todo, y no para significarlo, en el conflicto interno Colombiano y en Afganistán se hacen “incursiones”, “salidas”, y con ésa parte implícita se esconde la palabra bombardeo, “incursión paramilitar deja 40 muertos”, se esconde la palabra asesinato a, “incursión de las FARC arrasa el pueblo...” se esconde la palabra ataque a la población civil que no está en el conflicto armado, entre otras interpretaciones reales.

Con éstos ejemplos se ve cómo se oculta el todo. Hoy se asiste a guerras desde el televisor que son -conflictos internos -, se ve desde las salas de televisión guerras con bajas pero sin muertos; incursiones pero no bombardeos, daños colaterales pero no destrucción de bienes culturales, religiosos; ó contaminación de acueductos para poblaciones enteras. ¿Pero como suceden éstas guerras? Fáciles con las ediciones de las imágenes que transmiten y la seducción de las palabras.

Metodología

Tipo de Investigación

La investigación se enmarca dentro de la modalidad *Cualitativa por* medio de la cual se busca captar la realidad social percibida e interpretada por estudiantes de psicología de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) a partir de las imágenes y las informaciones emitidas por los noticieros de televisión. El método Cualitativo permite explorar de lo particular a lo general, es decir, de forma inductiva, y sistemática la realidad social percibida, conceptualizando la violencia política con base en comportamientos, significados, experiencias, emociones, y motivaciones que comparten los estudiantes de psicología de la UNAB.

La investigación cualitativa se interesa en captar la realidad social 'a través de los ojos' de la gente que está siendo estudiada, es decir, a partir de la percepción que tiene el sujeto de su propio contexto (Bonilla 1997). El investigador induce las propiedades del problema estudiado a partir de la forma como "orientan e interpretan su mundo los individuos que se desenvuelven en la realidad que se examina" (Bryman, 1988).

El método cualitativo no parte de supuestos derivados teóricamente, sino que busca conceptualizar sobre la realidad con base en el comportamiento, conocimientos, actitudes y valores que guían el comportamiento de las personas estudiadas. El proceso de investigación cualitativa explora de manera sistemática los conocimientos y valores que comparten los individuos en un determinado contexto espacial y temporal. Esto implica que no aborda la situación empírica con hipótesis deducidas conceptualmente, sino que de manera inductiva pasa al dato observado a identificar los parámetros normativos de comportamiento, que son aceptados por los individuos en contextos específicos, históricamente determinados.

Los análisis en este tipo de investigación se centran en grupos pequeños que se seleccionan de manera que sean representativos de las tendencias de comportamiento que organizan la vida social en el contexto analizado.

La investigación cualitativa busca las ideas compartidas que dan sentido al comportamiento social; su fin es profundizar en el fenómeno y no necesariamente generalizar.

Diseño de Investigación

La investigación Cualitativa que guía la presente Investigación tendrá un enfoque Fenomenológico el cual permite describir las percepciones sobre violencia política que

tienen los estudiantes a partir de imágenes televisivas de manera que se llegue a una comprensión y análisis de la realidad subjetiva, sin acudir a explicaciones causales.

Este modelo considera a los seres humanos como personas activas, pensantes, responsables de manera individual por sus acciones y capaces de elaborar planes y elegir opciones sobre su comportamiento. Una implicación importante de ésta perspectiva es que considera que toda actividad humana es normal, racional y comprensible cuando se le considera desde el punto de vista de la persona que se está observando (Bemstein 1988).

Este enfoque entonces, supone que cada persona es única, que la perspectiva de la realidad de cada persona es diferente a la de los demás y que la conducta de cada uno refleja esa perspectiva (cambiante) conforme se da de un momento a otro.

Participantes

La población objeto de estudio está compuesta por estudiantes, hombres y mujeres que estén matriculados en el programa de psicología de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), durante el primer semestre del 2003.

Teniendo en cuenta que la metodología Cualitativa profundiza en casos específicos y no en grandes volúmenes de datos, dado que la prioridad es describir textualmente y analizar el fenómeno social a partir de sus rasgos determinantes según sean percibidos por los miembros (Bonilla, 1997), se elige una muestra de manera intencional, a partir de criterios específicos que facilitan la obtención de la información. Estos criterios para la selección de la muestra son los siguientes:

Ser estudiante matriculado en el programa de psicología de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB).

Tener sensibilidad frente al tema de la violencia emitida por noticieros de televisión.

Disponer de un tiempo mínimo de media hora (30 minutos) para observar noticieros de televisión.

Estar dispuestos a participar en el estudio.

El número de participantes por género será determinado de manera proporcional al total de la población. El total de estudiantes seleccionados fue de treinta (30), conformado por veinticuatro (24) mujeres y seis (6) hombres. Se escogieron tres (3) estudiantes por cada nivel, de primero a décimo semestre.

Instrumentos

Los datos, descripciones de la realidad, son inventarios del mundo real (Schwartz y Jacobs, 1984). Consisten en descripciones detalladas de situaciones, eventos, personas y comportamientos; citas textuales de los sujetos sobre sus experiencias, actitudes, creencias o pensamientos... (Bonilla, 1997). La presente investigación busca descubrir la realidad desde el punto de vista de las personas, lo que saben, lo que ven y comprenden, sus motivos, significados, reacciones y emociones, para lo cual se utilizará un instrumento que permita registrar la información tal y como es expresada por las personas objeto de estudio.

La entrevista abierta y personal permite indagar el problema de investigación, para comprenderlo tal como es conceptualizado e interpretado por los sujetos objeto de investigación. Como afirma Patton (1980) citado por (Bonilla 1997)"... se busca conocer la perspectiva y el marco de referencia a partir del cual las personas organizan su entorno y orientan su comportamiento". El modelo de Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato, permite tener acceso a este conocimiento mediante la definición de un conjunto de tópicos o temas que se abordaran con todos los sujetos de investigación, para garantizar que se recolecte la misma información.

La Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato procura un marco de referencia a partir del cual se plantean los temas pertinentes al estudio y posibilita un proceso sistemático de recolección de datos, por lo tanto un mejor manejo de la información.

Teniendo en cuenta los requerimientos de información, se preparó una guía de temas que permitieran profundizar y ampliar los aspectos más relevantes para el estudio. Se partió de unos temas o categorías tentativas fundamentadas en el marco conceptual, la pregunta de investigación, y los temas claves de estudio. Estos temas se refieren a características generales de las fuentes de información y a aspectos relativos a los sujetos receptores de las noticias televisivas sobre violencia.

También se utilizó una Encuesta Sociodemográfica, instrumento destinado a establecer las características de la población estudiada. Se tomaron datos de acuerdo a los siguientes parámetros:

1. Edad
2. Género
3. Semestre que cursa en psicología
4. Ocupación actual.

La interpretación de los datos obtenidos se llevó a cabo estadísticamente con ayuda de gráficas de distribución (diagramas circulares).

Mediante la Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato se indagan las fuentes de información de noticias televisivas y credibilidad en las mismas, y se tienen en cuenta aspectos referidos al sujeto receptor tales como representaciones que tiene del concepto de violencia, valoración emocional de las noticias televisivas sobre violencia, pensamientos, esquemas, conceptualización de la violencia y sus implicaciones en su vida cotidiana.

Teniendo en cuenta las temáticas anteriores se elaboró una guía de entrevista (ver apéndice B) que consta de quince (15) preguntas, de las cuales cinco (5) indagan las fuentes de información de noticias televisivas sobre violencia, y tres (3) preguntas se refieren a la credibilidad de las fuentes. Las demás preguntas se enfocan en el sujeto receptor en aspectos como las representaciones del concepto de violencia (1 pregunta), la valoración emocional que hace el sujeto de la noticia televisiva (2), los pensamientos (1), esquemas de sucesos (2) y concepto de violencia (1).

La validación de la Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato se realizó mediante la valoración del contenido por parte de un juez (Ver apéndice A).

Etapas de la Investigación

De acuerdo con el modelo de investigación Cualitativa, la presente investigación se desarrolló en las siguientes etapas:

1. Selección del tema a investigar, definición del problema y recopilación bibliográfica sobre el tema con el fin de construir el referente conceptual que sustente la investigación.
2. Determinación de la población objeto de estudio, y establecimiento de criterios para la selección de la muestra.
3. Se define un marco metodológico, estableciéndose el tipo de investigación, instrumentos a utilizar y la técnica para el procedimiento y análisis de los datos obtenidos.
4. Se elaboran los instrumentos que permita la obtención de la información pertinente, para lo cual se realizan las siguientes actividades:
 - a. Se plantean los temas o categorías tentativas fundamentadas en el marco conceptual, y la pregunta de investigación.

- b. Se elaboraron las preguntas para conformar un modelo de Encuesta Sociodemográfica y de Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato, que permita la recopilación de información adecuada a los objetivos de la investigación.
 - c. Se validan los instrumentos por parte de un Juez competente.
5. Una vez validados los instrumentos, se aplican para la recolección de la información lo cual implica la realización de entrevistas individuales a los estudiantes de psicología acerca del concepto de violencia a partir de imágenes e información sobre violencia emitidas por noticieros de televisión.
 6. Los datos obtenidos se organizan mediante matrices descriptivas, en las cuales se registran la información tal como se expresada por los participantes.
 7. Con los resultados encontrados se hace el análisis e interpretación de los datos, base para la construcción de las respectivas categorías y conceptualización inductiva de la investigación.

Resultados

Los datos que se presentan a continuación corresponden a los resultados obtenidos a través de la Encuesta Sociodemográfica y la Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato, a fin de identificar el concepto de violencia que tienen los estudiantes de Psicología de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) a partir de las imágenes e información que reciben de los noticieros de televisión.

En una primera parte se presentan los resultados de la Encuesta Sociodemográfica que caracterizan porcentualmente la población según las variables de edad, género, semestre que cursa, y ocupación. Estos datos se presentan mediante gráficas porcentuales.

Posteriormente, se presentan los resultados obtenidos a través de la aplicación de la Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato, los cuales son presentados por medio de matrices descriptivas, en las que se muestran las respuestas específicas dadas por los participantes. Finalmente, luego de presentar las matrices se expone la teorización inductiva acompañada de un flujograma explicativo (Figuras 4,5,6) de las conclusiones generadas a partir de las respuestas a la Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato. A continuación se presentan los resultados de la Encuesta Sociodemográfica.

Encuesta Sociodemográfica

Los resultados de la encuesta respecto a la edad, género, semestre cursado y ocupación de los estudiantes son los siguientes:

Distribución de la Muestra por Edad

La edad de los participantes se promedió a nivel de la muestra en general, como lo muestra la figura 1:

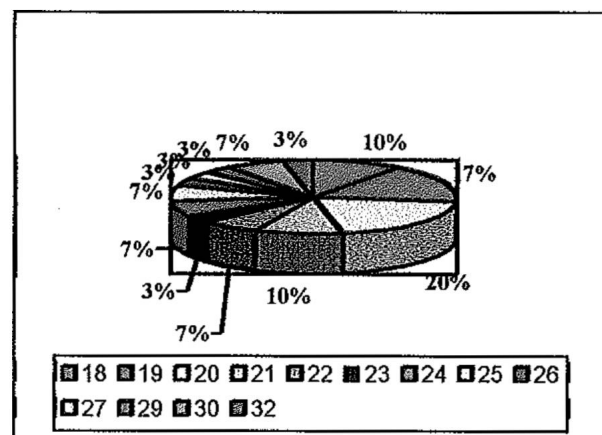


Figura 1. Distribución de la Muestra por Edad.

Para el total de la muestra, la distribución porcentual para la edad mostró que el 20% de los participantes tienen una edad de 20 años (con una frecuencia de 6), el 17% corresponde a una edad de 19 años, (con una frecuencia de 5), y el 10% en edades de 18 años (con una frecuencia de 3) y de igual porcentaje a 21 años (con una frecuencia de 3),

Género

Para la distribución de la muestra por género se realizó un cálculo para la muestra total y posteriormente se realizó la distribución porcentual de acuerdo al número de estudiantes de Psicología, matriculados durante el primer semestre del 2003.

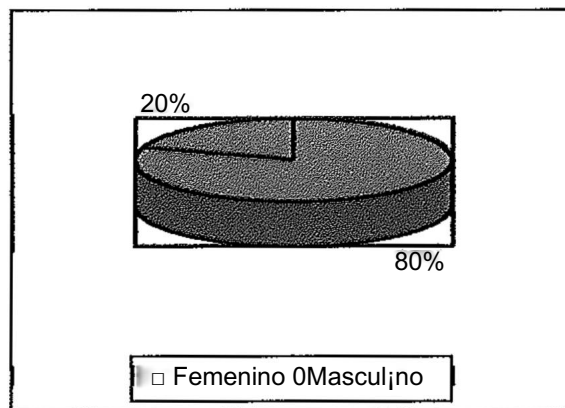


Figura 2. Distribución General de la Muestra por Género

Para el total de la muestra, la distribución porcentual mostró un que el 20% son hombres (con una frecuencia de 6), mientras que el porcentaje correspondiente a las mujeres fue de 80% (con una frecuencia de 24), como lo muestra la figura 2. El porcentaje está con relación a una población total de 362 mujeres y 66 hombres, estudiantes de Psicología.

Semestre Cursado

Se seleccionaron participantes de primero a décimo semestre, en una representación de tres estudiantes por semestre para un total de 30, que conformaron la muestra.

Ocupación

La variable ocupación se considera, dado que los participantes además de ser estudiantes pueden tener una ocupación laboral.

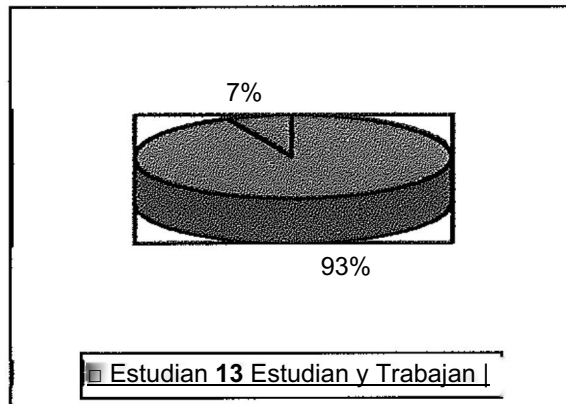


Figura 3. Ocupación de los participantes de la muestra

Pará el total de la muestra, el 93% son exclusivamente estudiantes (con una frecuencia de 28), mientras que el porcentaje de participantes que estudian y además trabajan es del 7% (con una frecuencia de 2).

Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato

Pará el análisis de los datos obtenidos, se procedió a establecer categorías inductivas de análisis, tomando como referente el contenido de las preguntas y las similitudes temáticas de las respuestas aportadas por los estudiantes sobre la conceptualización de violencia que tienen a partir de imágenes e información emitida por los noticieros de televisión.

Inicialmente se presenta la Matriz Descriptiva, donde la primera columna muestra las categorías deductivas establecidas con anterioridad a la recolección de los datos, con el fin de llegar a hipótesis que permitan la emergencia de categorías inductivas. Las categorías deductivas que se han definido son: las Fuentes de información de noticias televisivas, credibilidad de la Fuente, Representaciones del concepto de violencia, valoración emocional de la noticia televisiva, Pensamientos acerca de las noticias, esquemas y concepto de violencia. Las respuestas se agruparon por su similitud conceptual, indicando la frecuencia con que se repite cada una de ellas y el número asignado a cada sujeto que aportó dicha respuesta, tal como se observa en la distribución de las matrices (Ver Apéndice C)

Posteriormente, se encuentra la Matriz de Inferencias Inductivas que organiza la información en patrones de respuesta similares, con su respectiva frecuencia y soporte de participantes como se observa en la Matriz de Entrevista Cualitativa, Inferencias Inductivas. (Ver Apéndice D).

Finalmente se integra en una matriz los datos de la categoría deductiva, las proposiciones de respuesta dadas, y las categorías inductivas con los sujetos soporte. Esto con el fin de reducir el volumen de datos ordenándoles en patrones de respuesta, que reflejan los factores considerados en la conceptualización de la violencia, y que permitan generar las hipótesis inductivas. Dicha información se observa en las matrices siguientes matrices (Ver Apéndice E).

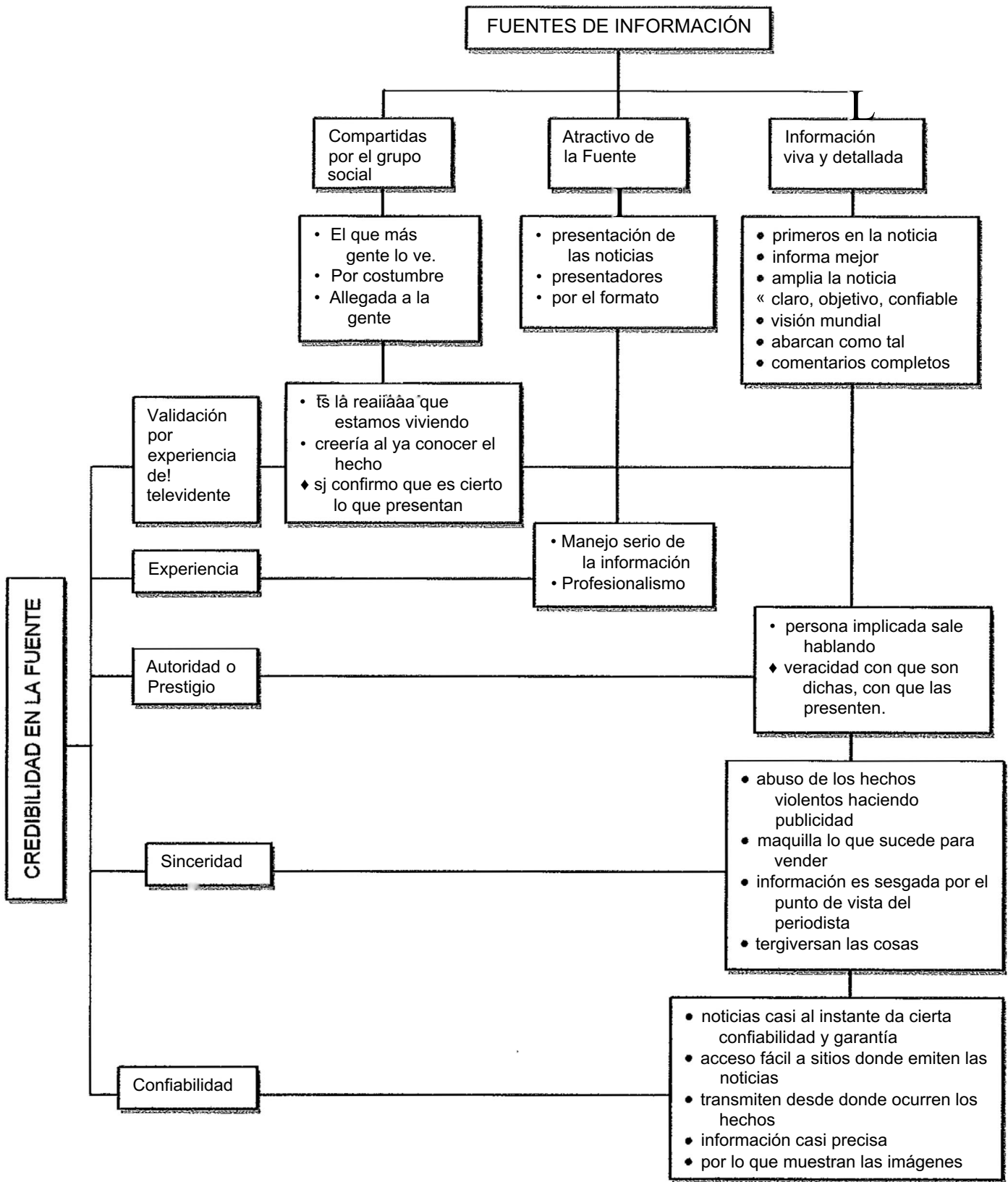


Figura 4:

Diagrama de Flujo Concepto de Violencia, considerando factores asociados a las Fuentes.

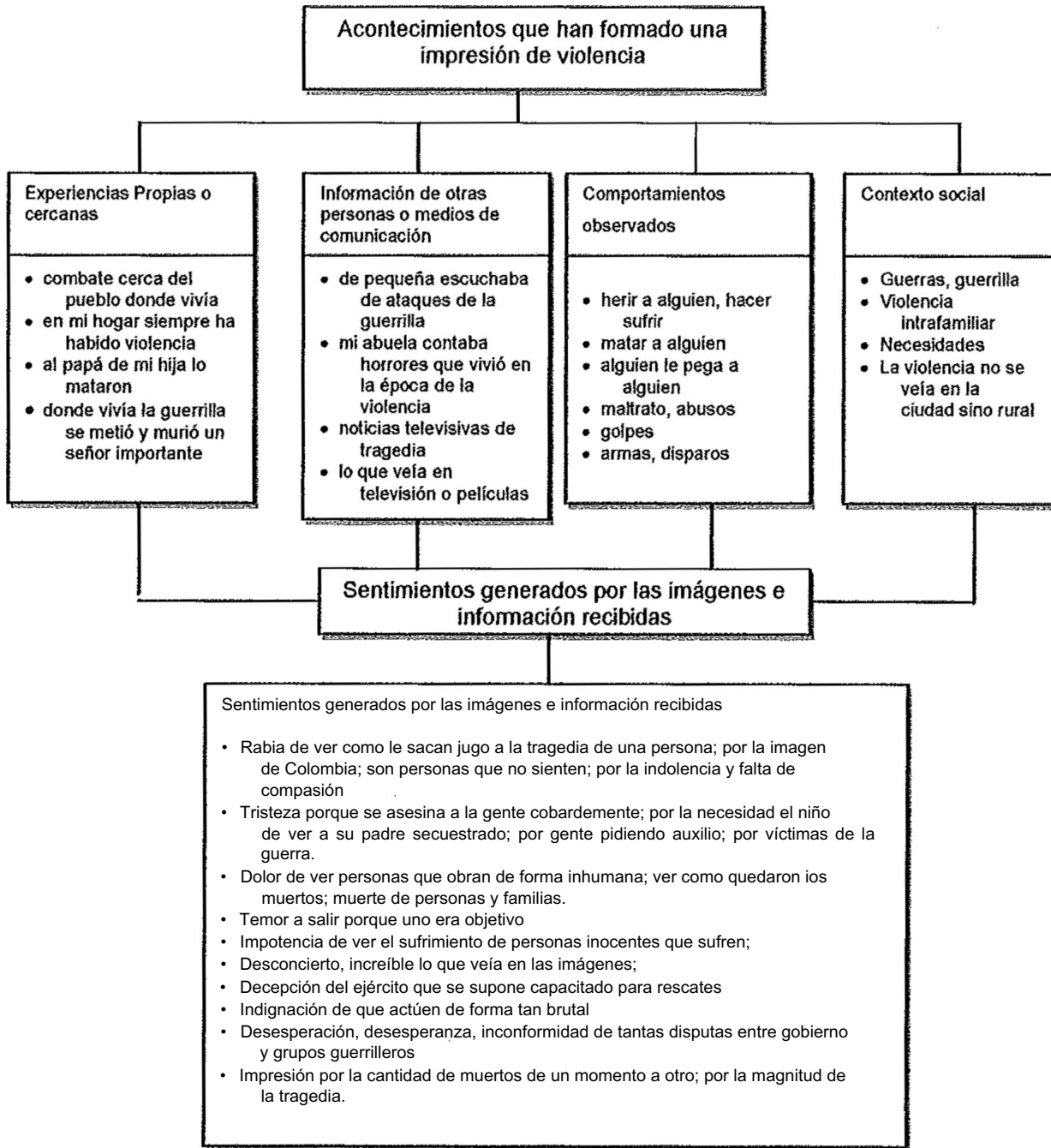
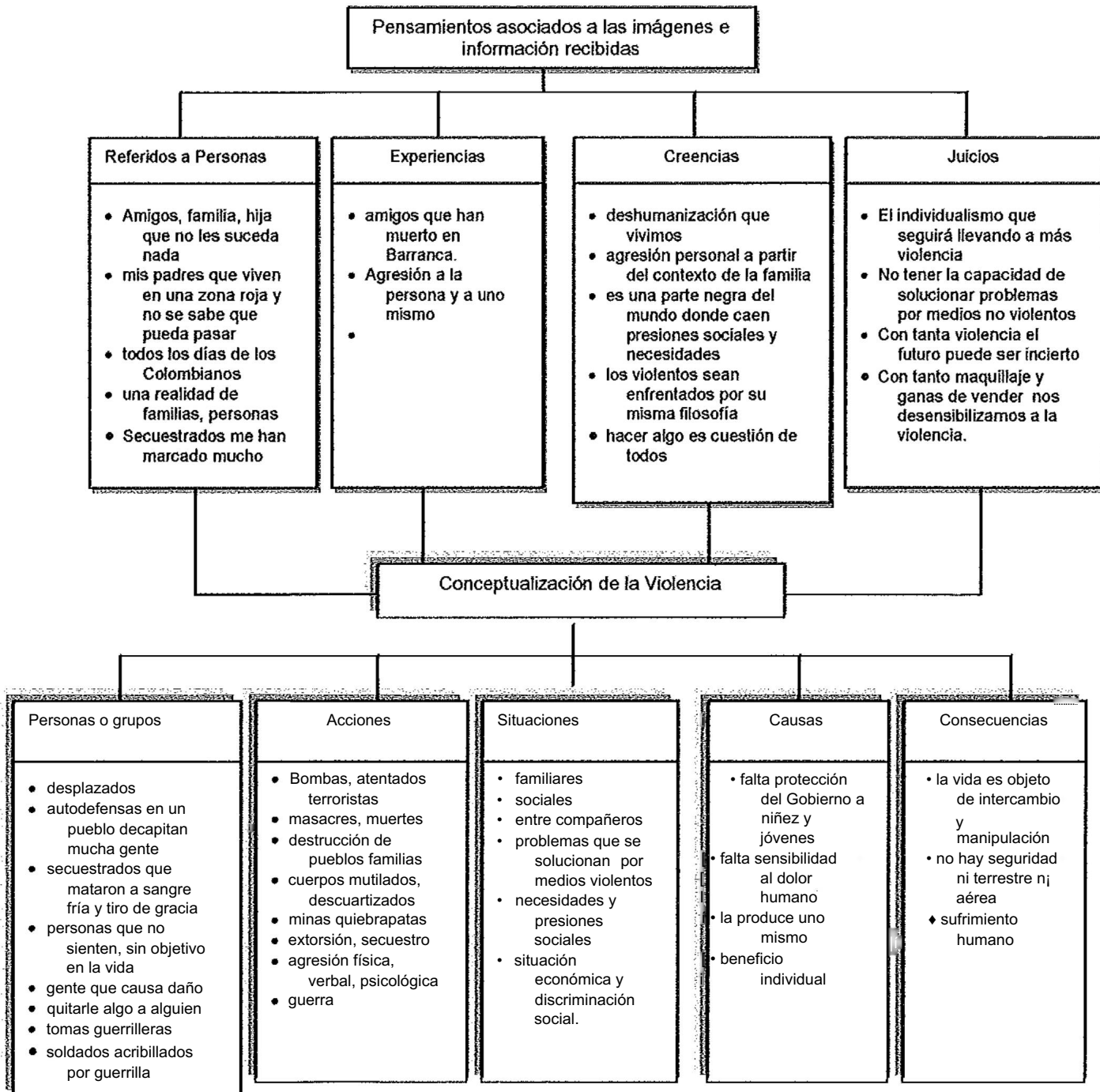


Figura 5:

Diagrama de Flujo Concepto de Violencia considerando factores asociados al perceptor.



Continuación Figura 5:

Diagrama de Flujo Concepto de Violencia, considerando factores asociados al receptor.

Hipótesis Inductivas

Del Flujograma se pueden deducir las siguientes hipótesis inductivas, las cuales muestran las mediaciones provenientes del sujeto receptor de imágenes e información de violencia emitida por noticieros de televisión, así como factores relacionados con la fuente que permiten formar una representación acerca del concepto de violencia:

- > Existe una relación entre las fuentes de información y el grado de credibilidad de las mismas que incide en los pensamientos, y sentimientos que se generan en torno a las imágenes e información percibida.
- > Los sujetos se centran en información sobresaliente proveniente de fuentes con las cuales comparten una identidad social, les resultan atractivas y encuentran una información detallada, sin embargo, su impacto depende de que tan competentes y sinceras sean percibidas por el sujeto perceptor.
- > Las experiencias propias, los comportamientos observados, y la información transmitida por personas o medios de comunicación conforman una representación mental previa con la cual el sujeto percibe, codifica, comprende y realiza juicios respecto de las imágenes e información que conforman el concepto de violencia.
- > La información percibida tiene un efecto emocional que es mediado en el perceptor por su autoeficacia la cual repercute directamente en el mantenimiento de las emociones originadas por la información sobre violencia que es percibida en los noticieros de televisión
- > Los esquemas y creencias formadas en el individuo, permiten comparar lo que la fuente dice con los sentimientos, pensamientos y actitudes previas, elaborando respuestas cognitivas, según sea la implicación personal del receptor en el tema de violencia.

Discusión

Los resultados de la investigación permiten dar respuesta al interrogante planteado, al identificar el concepto de violencia que tienen los estudiantes de Psicología de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB) a partir de las imágenes e información que reciben de los noticieros de televisión.

Con éste fin, se indagó en primera instancia sobre las características Sociodemográficas de la población objeto de estudio como son edad, género, semestre cursado y ocupación, encontrando que los estudiantes oscilan entre 18 y 32 años, siendo las más representativas las edades de 20 años (20%), de 19 años (17%), 18 y 21 años (10% cada una). La muestra está conformada en un 80% por mujeres y un 20% por hombres, lo cual es proporcional a la población total de estudiantes de 362 mujeres y 66 hombres, Los participantes en el estudio fueron elegidos intencionalmente, tres por semestre cubriendo de primero a décimo nivel; de ellos, solo el 7% tienen una ocupación laboral.

Entre las fuentes de información que consultan los estudiantes para mantenerse informados se encontró que prevalece los noticieros de televisión, sobre otros mencionados como internet, u otras personas. El 49% (con una frecuencia de 28) se informan por medio de noticieros de televisión, el 16% (con una frecuencia de 9) a través de Internet, y un 9% (con frecuencia de 5) lo hacen por medio de otras personas. Al ser el noticiero de televisión el mayor transmisor de información de lo que sucede, es determinante de las interpretaciones que los estudiantes hacen de la realidad.

Los estudiantes difieren en el número de noticieros que observan, encontrándose entre uno y tres noticieros al día. El 53% (con una frecuencia de 16) ven un solo noticiero, el 30% con (frecuencia de 9) ven dos noticieros y el 10% (con una frecuencia de 3) hasta tres noticieros en un día. El nivel de ocupación del estudiante puede estar relacionado, dado la disponibilidad de un tiempo relativamente flexible para ver noticieros de televisión, sin embargo, en su mayoría solo ven un noticiero al día, debido a que la información e imágenes en su mayoría son repetitivas de uno a otro, produciéndose una habituación gradual que disminuye la atención del televidente, es lo que sucede con los sucesos de violencia que se emiten a diario, y que son vistos por los estudiantes como parte de su cotidianidad, y algo natural del entorno Colombiano.

En general, los estudiantes dedican menos de una hora a ver las noticias que presentan los noticieros de televisión. El 30% (con una frecuencia de 9) dedican cuarenta y cinco minutos, el 23% (con una frecuencia de 7) dedican entre treinta minutos y una

hora y el 10% (con frecuencia de 3) dispone de veinte minutos. El tiempo dedicado por los estudiantes lo consideran suficiente para enterarse de lo que está sucediendo a su alrededor, sin embargo saben que la información es manipulada por los medios, pues el tiempo limitado de la televisión hace que se muestre lo más importante, lo que puede figurar en una imagen que llame la atención del televidente, dejando de lado un contexto humano y social que no puede ser abordado en su dimensión. En estas condiciones el estudiante recibe la información pero no la alcanza a pensar para comprender la realidad detrás de las imágenes televisivas.

Para los estudiantes los noticieros nacionales representan el 71% de preferencia para estar informados. El 51% por el noticiero RCN televisión, Caracol con el 20% y un 20% no manifiesta preferencia entre estos canales, cambian de uno a otro alternativamente durante el tiempo que permanecen viendo noticias. Los Noticieros de más audiencia son considerados los primeros en la noticia, confiables, objetivos y completos en los comentarios que hacen. Son preferidos por el atractivo físico de los presentadores, quienes con sus habilidades comunicativas (Morales, 1994) influyen en la aceptación de la información por identificación con la fuente, es decir, el televidente es guiado a pensar y sentir como lo sugieren los presentadores o comentaristas de las noticias. De otra parte RCN y Caracol son los noticieros de mayor audiencia nacional, por lo tanto convocan personas que comparten el mismo contexto social, compartiendo las mismas necesidades y deseos. En palabras de Sears (1991) comparten la misma identidad la cual se hace más influyente en el perceptor.

La credibilidad en las fuentes de información por parte del televidente, es un factor que incide en la aceptación de la información que emite el noticiero, porque muestra la experiencia vivida de personas que dan testimonio de su situación, lo que no da lugar a dudas. Además, el noticiero elegido es considerado de experto, profesional, con autoridad para abordar los diferentes temas y sucesos porque acceden directa y rápidamente al lugar de los acontecimientos para captarlos fielmente, es decir son competentes (Morales, 1994). La sinceridad que sería un factor de competencia (McGuire, 1985) es cuestionada por los estudiantes quienes manifiestan que los noticieros abusan de los hechos violentos para ganar audiencia, manipulan la información y tergiversan los sucesos. Sin embargo, la credibilidad depende del grado de implicación que tenga el estudiante con el contenido de la información (Petty, 1981) de manera que entre más identificado esté, mayor importancia tiene la credibilidad.

La información que resulta de interés para el televidente, la amplía a través de Internet (45%) o los periódicos locales (30%), lo cual indica que siguen siendo preferidos los medios visuales, que acompañan la información de imágenes, repercutiendo en el proceso de elaboración de la información, y conformación de sus actitudes frente a la realidad que perciben.

Los estudiantes se consideran informados (50%) de lo que sucede actualmente, otros (27%) intentan comprender y profundizar la información que reciben, y algunos (14%) se consideran mal informados. Éste último porcentaje, se relaciona con una percepción de baja competitividad, es decir, no confían en la información de los noticieros de televisión, ya que muestran para llamar la atención pero no para comprender la dimensión de los sucesos de violencia que muestran y comentan.

Los estudiantes informados, ven al medio televisivo como el proveedor de un conocimiento, creen en la información de manera que se produce un efecto de realidad (Ferrés, 1996) porque lo que muestran las imágenes, es una información considerada casi precisa, a pesar de reconocer que es elaborada periódicamente, manejan la información desde sus propias "ideas preconcebidas" (Flaubert) pensadas a velocidad, manejadas por todo el mundo, con un interés en lo excepcional, que es lo que impacta al televidente, en un medio que compite por la primacía informativa. Por ello, la información que recibe el estudiantes televidente no significa conocimiento, solo nociones de la realidad que no llevan a comprender la dimensión de las situaciones.

La parte de los noticieros que más llama la atención de los estudiantes, son los sucesos políticos y sociales (30%), hechos de violencia y entretenimiento, en un contexto nacional o internacional (20%), y los titulares (10%) los cuales les generan expectativas y resumen todo. Estos porcentajes muestran que se informan de temas de interés general, que son los que los noticieros procesan para ganar audiencia, y que finalmente al televidente no le demanda una implicación más directa, sobre la cual se generen argumentaciones que le permitan lograr una mayor comprensión de la realidad percibida.

De otra parte la información noticiosa de contenido violento, al ser negativas por referirse a atentados, muertes, masacres, destrucción, secuestros, etc. tiene mayor importancia en la impresión que forman los estudiantes y que les permite recordarla (Anderson, 1965; Hamilton y Zanna, 1972; Hodges, 1974). Los estudiantes recuerdan especialmente informaciones televisivas de noticieros las que tienen que ver con atentados terroristas o guerrilleros (41%); imágenes relacionadas con secuestro (34%); y pérdidas materiales (10%).

Prestan atención a este tipo de información al ser presentadas en detalle “dada la fidelidad de la imagen”, desde el momento en que ocurren y desde el sitio mismo de los acontecimientos, con personas que hablan de su sufrimiento, lográndose credibilidad en la audiencia. Son creíbles por la presentación misma de la noticia y de quien lo hace (Teoría Implícita de la Personalidad) al generalizar los aspectos atractivos de los presentadores a la veracidad del contenido noticioso. De ésta manera, el televidente ve la imagen, cree en ella y la valora desde sus apreciaciones personales basadas en su propia experiencia y medio social.

Por otro lado, una escena de violencia es recordada por las acciones violentas y sus efectos en las víctimas, relacionados principalmente con imágenes de muerte y secuestro. El televidente recuerda acciones referidas a atentados terroristas o secuestros (30%), a efectos sufridos por personas, familias o pueblos (20%) y a imágenes de masacres y secuestros (16%).

Dichas representaciones de la violencia se basan en la observación de los estudiantes, experiencias, y medios de comunicación que han formado los esquemas desde los cuales el estudiante procesa la información del medio, reproduce su conocimiento y lo reconstruye activamente a partir de los estímulos sociales (Morales, 1994). La manera como el estudiante ve la realidad es una combinación de lo que allí se encuentra y de que espera encontrar por su conocimiento previo, (Walter Lippman, 1996) orientando así su interpretación.

Los estudiantes refieren haber escuchado el concepto de violencia en un 73% durante la infancia, y un 20% en la adolescencia, los cuales asociaban con experiencias, sentimientos, comportamientos y situaciones sociales, indicadores de las fuentes de conocimiento previo. Durante la infancia, en que las creencias provienen de la familia o escuela (Fishbein y Ajzen, 1975), la información no es percibida como incongruente ni es procesada especialmente, en cambio, durante la adolescencia, por las características propias del desarrollo, las estructuras cognitivas formadas se centran en las inconsistencias para darles una explicación. De ahí la importancia de la experiencia televisiva, la cual le provee al estudiante nuevos esquemas mediante los que ordenará, como se dijo anteriormente, las futuras interpretaciones de la realidad (Ferrés, 1996).

A las imágenes e información percibida y recordada por los estudiantes, acerca de eventos violentos, manifiesta experimentar emociones de rabia y temor (33%), tristeza y dolor (17%), y ansiedad y desconcierto (15%). Dichas emociones experimentadas por los estudiantes son respuesta a las imágenes negativas, que llaman su atención por sus

conductas intensas, nuevas o raras (Fiske y Taylor, 1991). En el contexto social, estas emociones extremas y negativas son atípicas de la vivencia emocional (sommers, 1984; Azcona, 1989; Echevarría y Páez, 1989).

La intensidad de las emociones aumenta al observar imágenes que muestran la experiencia viva de alguien, lo cual repercute en el impacto persuasivo que busca el del noticiero (Boster, Mongeau, 1984). Sin embargo, estas emociones están mediadas en el televidente por la forma en que cree que podrá adoptar de forma eficaz una acción (Maddux y Rogers, 1983) para afrontarlas; de ésta manera en el televidente persisten las emociones de rabia, temor, tristeza y ansiedad porque se sienten impresionados, impotentes, frustrados, desconcertados, decepcionados y desesperanzados ante lo que observan. Sin embargo ante los significados emotivos que suscitan la rabia, el temor, la tristeza y la ansiedad, que por la intensidad de la emoción resultan amenazadores el estudiante se defiende de manera perceptual, evitando las imágenes e información que son provocadoras o captándolas de manera distorsionada, ajustándolas a los propios prejuicios.

Por otro lado las emociones de ansiedad contribuye a elevar el umbral sensorial, lo cual impide que el estudiante pueda razonar frente a la información que recibe, toma entonces una actitud de aislamiento cuando atiende informes que cuantifican realidades (tantos muertos caídos en combate) sin reconocer quienes eran y porqué murieron. Desde el mismo lenguaje utilizado por los medios, el estudiante se conforma y es indiferente al significado que encierran, a la historia colectiva que ocultan (Grijelmo, 2000); expresiones como “fuego amigo” enmascaran una cruda realidad humana.

Al impacto de la violencia que es observada en noticieros de televisión, los estudiantes manifiestan que se ven afectados en su vida cotidiana en su parte emocional (60%), en su dimensión social (10%) y en sus creencias (7%). Ante estos indicadores, se confirma la implicación emocional que generan en el estudiante las imágenes e información, incapacitándolo para realizar un proceso detenido de evaluación de los mensajes e imágenes. Esto es lo que en el Modelo de Probabilidad de Elaboración (Petty y Cacioppo, 1981) llama la ruta periférica, donde el procesamiento de la información se realiza desde elementos externos al mensaje como el atractivo de la fuente o la valoración afectiva.

Del efecto observado en sus creencias se puede inferir que no se genera una evaluación crítica del mensaje, que le permita un análisis detenido de los argumentos e imágenes presentadas, de sus consecuencias, y una confrontación con sus creencias o

conocimientos previos sobre el tema, lo que sería un análisis desde el Modelo de Probabilidad de Elaboración por la ruta central, la más adecuada para generar cambios de actitudes duraderas, predecir, mejor la conducta y ser más resistente a la persuasión de los medios televisivos.

En cuanto a los pensamientos suscitados en los estudiantes por las imágenes e información de noticias violentas, los estudiantes piensan en personas, familiares y amigos (30%), en experiencias vividas por personas a causa de la violencia (23%), evalúan las consecuencias (16%), se refiere a sus creencias (13%), y evalúa las causas de la violencia (10%). El alto porcentaje de pensamiento de los estudiantes referido a personas cercanas es motivado por el impacto emocional de la información, la que genera temor y ansiedad ante los sucesos de violencia que se viven a diario, y la poca capacidad que sienten de hacer algo para cambiar dicha realidad.

La evaluación que hacen de las consecuencias y las causas que generan la violencia, es un indicador de análisis que se suscita, en la necesidad de darle sentido a la realidad, de entender lo que se percibe, basado en las creencias formadas fuera y durante la experiencia de ser televidente. Esta es una forma de pensamiento secundario (Ferrés, 1996), que llega al sentido a través del razonamiento (explicado también por la ruta central desde el modelo de probabilidad de elaboración de Pretty y Cacioppo, 1981).

De otro lado, el valor colectivo de las palabras condiciona la forma en que es comprendida la realidad, las palabras abarcan una historia (Grijelmo, 2000) por lo cual poseen un valor personal y colectivo. Pero en el medio televisivo donde prevalece la imagen, la palabra se resuelve en lo que significa, en lo que hace entender, la imagen anula el concepto y con ello la capacidad de entender, de distinguir entre lo verdadero y lo falso.

Finalmente los estudiantes han construido un concepto de violencia a partir de las imágenes e información emitidas por noticieros de televisión refiriendo en un 37% a acciones que generan temor como atentados terroristas, bombas, secuestros y guerras; a comportamientos agresivos que ocasionan daño físico como muertes y masacres. Un 23% ubican la violencia en un contexto familiar, y en las necesidades, presiones y discriminación social, que solucionan los problemas por medios violentos; y para un 10% la violencia remite a personas que no sienten, que buscan un beneficio individual.

En general las causas de la violencia tienen que ver con la falta de protección del gobierno, la insensibilidad al dolor humano y la búsqueda de beneficio individual; lo que

trae como consecuencias, la falta de respeto por el derecho a la vida, la inseguridad social y el sufrimiento humano.

Las acciones generan un impacto emocional a través de la prevalencia de imágenes que muestran comportamientos tipificados como violentos, que no llegan, por efecto del valor que tiene el tiempo en el medio televisivo, a profundizar en los sucesos o acontecimientos, a generar argumentos que confronten las creencias mediante la reflexión y la crítica, limitándose a cumplir con su finalidad básica de informar, en condiciones en logren la permanencia de la audiencia y la credibilidad en las fuentes de información.

En un menor porcentaje, los estudiantes al contextualizar la violencia, remiten a aspectos compartidos por un grupo social y familiar, en el que se desarrolla un pensamiento y un sentimiento compartido, cotidiano, que en relación con el impacto emocional genera actitudes pasivas, de indiferencia hacia la realidad, basadas en la poca confianza que sienten de hacer algo para cambiar las cosas. Por otro lado, la motivación que tengan los estudiantes para elaborar la información recibida, implica un mayor tiempo, esfuerzo y capacidad, para generar respuestas cognitivas que le permitan una mayor comprensión de la realidad y un cambio de conducta frente a la misma.

Referencias

- Bernstein, D. (1988). La Psicología Clínica. México: Editorial McGraw-Hill
- El Tiempo.(2001). Santafé de Bogotá. Octubre 14.
- Bonilla C, E. (1997). Más allá del Dilema de los Métodos. Santafé de Bogotá: Ediciones Uniandes.
- Bonilla J. (1997). Investigación, Violencia en pantalla: Televisión, Jóvenes y Violencia en Colombia. Santafé de Bogotá.
- Bourdieu, P. (1996). Sobre la Televisión. Barcelona: Editorial Anagrama S.A.
- Bryant, J. (1996). Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y Teorías. España: Paidós.
- Bryan K. W. (1900). La Era de la Manipulación. España.
- Consejo Nacional de Televisión. (1997). Televisión e Información, Percepciones de la Opinión Pública. Chile.
- Estudios Políticos. (2000). Violencia y Ciudadanía. Instituto de Estudios Políticos. Universidad de Antioquia. Medellín. No. 17.
- Fenrés, J. (1996). Televisión Subliminal. Socialización mediante comunicaciones inadvertidas. Barcelona: Paidós
- Fiské, S. (1991). Social Cognition. Nueva York: McGraw-Hill.
- Galtung, J. (1981). Peace Reserarch Takes Sides. vol. 55, No. 7.
- García R, F. (1992). El Sistema Humano y su Mente. Madrid: Ediciones Díaz de santos S.A.
- Giroux, H. (1996). Placeres Inquietantes. Aprendiendo la Cultura Popular. Barcelona: Editorial Paidós.
- Grijelmo, A. (2000). La Seducción de las palabras. España: Grupo Santillana Ediciones S.A.

Hardy L, Thomas. (1998). Aprendizaje y Cognición. España: Editorial Prentice Hall.

Klein, S. (1994). Aprendizaje. España: McGraw-Hill Interamericana S.A.

López, F. (1990). Ensayos sobre Cultura Política Colombiana. La construcción de la
Identidad Nacional de los Colombianos. CINEP Centro de Investigación y Educación
Popular.

Manual de estilos de publicaciones de la American Psychological Association. México,
Santafé de Bogotá: Ediciones Manual Moderno.

Malaspina, (1995). Difendiamoci dalla televisiones en L' Espresso.

Morales, F. (1994). Psicología Social. España: McGraw-Hill Interamericana S.A.

Orozco, G. (1996). Televisión y Audiencias, un enfoque cualitativo. Madrid: Ediciones de
la Torre Universidad Iberoamericana.

Papel Político. (2001). Violencia, Poder, Palabra. Bogotá: Universidad Javeriana.

Palabra Clave. (1997). La televisión en una sociedad multimediática. Universidad de la
Sabana. Santafé de Bogotá. No. 2.

Palabra Clave. (2001). ¿Cómo informar sobre la guerra contra el terrorismo?. Universidad
de la Sabana. Santafé de Bogotá. No. 5.

Palabra Clave. (2002). Inventar o reflejar la realidad. Un dilema que compromete la
credibilidad informativa de los medios de comunicación en Colombia. Universidad de la
Sabana. Santafé de Bogotá. No. 7.

Palabra Clave. (2003). Lecciones para aprender el cubrimiento de hechos violentos.
Universidad de la Sabana. Santafé de Bogotá. No. 8.

Pierre F. J. (1947). Los Lenguajes Totalitarios. Madrid: Editorial Taurus.

Pita, H. (2003). Aproximación al Fenómeno de la Recepción Televisiva. Una Propuesta
Teórica para la Comprensión de las Mediaciones Televisivas en la Construcción de la
Realidad. Bucaramanga: Universidad Autónoma de Bucaramanga.

Reeve, J.(1994). Motivación y Emoción. España: Editorial McGraw-Hill.

Revista Javeriana (2002). La información en tiempos de guerra y terrorismo. Santafé de Bogotá.

Sartori, G. (1998). Homo Videns. La Sociedad Teledirigida. España: Santillana S.A. Taurus.

Wolf, M. (1994). Los Efectos Sociales de los Media. Barcelona: Paidós.

Yarushalmi, Y. (1998). Usos del Olvido. Comunicaciones al coloquio de Royaumont. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.

Zuleta, E. (1980) Educación y Democracia. Santafé de Bogotá.

Apéndice A

Formato de Validación de la Entrevista

CONCEPTO DE VIOLENCIA QUE TIENEN LOS ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE LA
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BUCARAMANGA (UNAB) A PARTIR DE LAS IMÁGENES E
INFORMACIÓN QUE RECIBEN DE LOS NOTICIEROS DE TELEVISIÓN

No.	Preguntas	Pertinencia Claridad Observaciones
1	¿Cómo se informa de lo que sucede actualmente?	
2	¿Cuántos Noticieros de televisión ve en el día?	
3	¿Qué Noticiero de televisión prefiere?	
4	¿Cuánto tiempo dedica, a ver un noticiero de televisión?	
5	¿Qué parte del noticiero le llama más la atención?	
6	¿Qué lo hace creer o confiar en la información que emite el noticiero de televisión?	
7	¿Qué fuentes consulta para profundizar o ampliar la Información sobre las noticias que más le llaman la atención?	
8	¿Cómo calificaría de 1 a 5 el nivel de información que tiene usted, correspondiendo 1 =desinformado, 2=mal informado, 3=informado, 4=comprende la información 5=reflexivo y crítico.	
9	¿Qué imágenes e información recuerda que le haya llamado la atención de un noticiero de televisión?	
10	¿Qué sentimientos experimentó a partir de la imagen e información que recibió de esa noticia televisiva?	
11	¿En que piensa cuando ve o escucha información sobre violencia en los noticieros televisivos?	
12	¿Recuerda desde cuando empezó a escuchar el concepto de violencia en los noticieros y con que lo asociaba?	
13	¿Qué hechos de violencia presentados por la televisión recuerda que le hayan llamado la atención, en el pasado reciente o lejano?	
14	¿Cómo definiría el concepto de violencia a partir de las imágenes y comentarios de noticias, que usted a diario ve y escucha en la televisión?	
15	¿En que aspectos su vida cotidiana se ve afectada por la violencia que observa y escucha en un noticiero de T.V.?	

JUEZ:

Armando Aguilera Torrado

Psicólogo Universidad Nacional

Especialización en Docencia Universitaria (UCC)

Maestría en Ciencias Sociales: Cultura Vínculo Social y Psicoanálisis

Especialización en Ciencias Políticas (UNAB)

Docente de la Cátedra: Investigación en Ciencias Sociales, Facultad de Psicología (UNAB)

Apéndice B

Entrevista Cualitativa Estructurada con Formato y sus Categorías Deductivas

CATEGORIAS DEDUCTIVAS	No.	PREGUNTAS
Fuentes de información de noticias televisivas.	1	¿Cómo se informa de lo que sucede actualmente?
	2	¿Cuántos Noticieros de televisión ve en el día?
	3	¿Qué Noticiero de televisión prefiere?
	4	¿Cuánto tiempo dedica, a ver un noticiero de televisión?
	5	¿Qué parte del noticiero le llama más la atención?
Credibilidad en la fuente de información de noticias televisivas.	6	¿Qué lo hace creer o confiar en la información que emite el noticiero de televisión?
	7	¿Qué fuentes consulta para profundizar o ampliar la información sobre las noticias que más le llaman la atención?
	8	¿Cómo calificaría de 1 a 5 el nivel de información que tiene usted, correspondiendo 1=desinformado, 2=mal informado, 3=informado, 4=comprende la información 5=reflexivo y crítico.
Representaciones del concepto de violencia.	9	¿Qué imágenes e información recuerda que le haya llamado la atención de un noticiero de televisión?
Valoración emocional de la noticia televisiva.	10	¿Qué sentimientos experimentó a partir de la imagen e información que recibió de esa noticia televisiva?
	15	¿En que aspectos su vida cotidiana se ve afectada por la violencia que observa y escucha en un noticiero de T.V.?
Pensamientos acerca de las noticias de violencia que emite los noticieros de televisión.	11	¿En que piensa cuando ve o escucha información sobre violencia en los noticieros televisivos?
Esquemas de sucesos	12	¿Recuerda desde cuando empezó a escuchar el concepto de violencia en los noticieros y con que lo asociaba?
	13	¿Qué hechos de violencia presentados por la televisión recuerda que le hayan llamado la atención, en el pasado reciente o lejano?
Concepto de violencia	14	¿Cómo definiría el concepto de violencia a partir de las imágenes y comentarios de noticias, que usted a diario ve y escucha en la televisión?

Apéndice C

Matrices Descriptivas Entrevista Cualitativa con Formato

Matriz descriptiva	1	Pregunta 1	Entrevista	Cualitativa con Formato	(ver tabla1).
Matriz descriptiva	2	Pregunta 2	Entrevista	Cualitativacon	Formato (ver tabla2).
Matriz descriptiva	3	Pregunta 3	Entrevista	Cualitativacon	Formato (ver tabla3).
Matriz descriptiva	4	Pregunta 4	Entrevista	Cualitativacon	Formato (ver tabla4).
Matriz descriptiva	5	Pregunta 5	Entrevista	Cualitativacon	Formato (ver tabla5).
Matriz descriptiva	6	Pregunta 6	Entrevista	Cualitativacon	Formato (ver tabla6).
Matriz descriptiva	7	Pregunta 7	Entrevista	Cualitativacon	Formato (ver tabla7).
Matriz descriptiva	8	Pregunta 8	Entrevista	Cualitativacon	Formato (ver tabla8).
Matriz descriptiva	9	Pregunta 9	Entrevista	Cualitativacon	Formato (ver tabla9).
Matriz descriptiva	10	Pregunta 10	Entrevista	Cualitativa con Formato	(ver tabla10).
Matriz descriptiva	11	Pregunta 11	Entrevista	Cualitativa con Formato	(ver tabla11).
Matriz descriptiva	12	Pregunta 12	Entrevista	Cualitativa con Formato	(ver tabla12).
Matriz descriptiva	13	Pregunta 13	Entrevista	Cualitativa con Formato	(ver tabla13).
Matriz descriptiva	14	Pregunta 14	Entrevista	Cualitativa con Formato	(ver tabla14).
Matriz descriptiva	15	Pregunta 15	Entrevista	Cualitativa con Formato	(ver tabla15).

Tabla 1. Matriz Descriptiva - Pregunta 1 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 1: Cómo se informa de lo que sucede actualmente?</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
	Vivencias propias	2	Sujeto 1, 29,
	Por mi trabajo		
	Radio	4	Sujeto 4, 13, 26, 27
<i>Fuentes de información de Noticias Televisivas</i>	Noticieros de televisión	28	Sujeto 1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30.
	Periódicos	9	Sujeto 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 12,
	Internet	9	Sujeto 6, 7, 8, 15, 17, 18, 23, 28, 30.
	Lo que escucho de las personas	1	Sujeto 4
	Lo que escucho hablando con los amigos	2	Sujeto 11, 25
	En la clase de contexto nos hablaron de la actualidad nacional e internacional.	1	Sujeto 11,
	Artículos que se leen en clase	1	Sujeto 16
	No me informo, no veo noticias ni leo periódicos.	1	Sujeto 5
	Revistas	1	Sujeto 24

Tabla 2. Matriz Descriptiva - Pregunta 2 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES		FRECUENCIA SOPORTE	
	<i>PREGUNTA No. 2: Cuántos noticieros de televisión ve en el día?</i>			
<i>Fuentes de Información de noticias televisivas</i>	Ningún noticiero		2	Sujeto 4, 5
	Un noticiero		16	Sujeto 2, 3, 6, 10, 13, 16, 18,19,20, 21,22,26, 27, 28, 29, 30
	Dos noticieros		9	Sujeto 14, 17, 1, 7, 8, 11, 23, 24, 25
	Tres noticieros		3	Sujeto 15, 9, 12

Tabla 3. Matriz Descriptiva - Pregunta 3 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 3: Qué noticiero de televisión prefiere?</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>Fuentes de Información de noticias televisivas</i>	RCN la información la transmite de manera más carismática, más allegada a la gente.	2	Sujeto 2, 20
	CARACOL, es un poco más serio, más objetivo	1	Sujeto 29
	Caracol porque tiene un desarrollo menos amarillista de la noticia, muestra la noticia de forma menos dramática. Es el que más gente lo ve, es el mejor para mí.	2	Sujeto 3, 27
	No hay preferencia por ningún noticiero	2	Sujeto 4, 5
	Entre RCN y Caracol, voy cambiando canales.	4	Sujeto 1, 6, 15, 21
	RCN, me gusta el formato, los presentadores, la manera como presentan la noticia.	2	Sujeto 7, 8
	Canal 1, porque colocan abajo otras noticias, más lo que dicen.	1	Sujeto 9
	RCN por costumbre, informa mejor, amplía la noticia, es variadito.	4	Sujeto 10, 19, 26,28,
	CNN en español es neutral (los nacionales RCN y Caracol, pertenecen a dos polos de la economía), informa globalmente y abarca más tiempo en cada noticia.	1	Sujeto 11
	Caracol, las noticias las dan más completas, abarcan la noticia como tal, en cambio RCN me parece amarillista.	2	Sujeto 12, 25
	RCN por la presentación de la noticia y claridad. Más objetividad aunque no total.	2	Sujeto 13, 30.
	Caracol ya que es el único que me sale, por el modo de presentar la noticia y comentarla de forma completa.	1	Sujeto 14
	RCN porque Caracol no tiene una visión mundial. Se queda en noticias populares, como que le cortó la cara a una persona.	1	Sujeto 16
	RCN porque la información es más clara y confiable.	2	Sujeto 17, 24
	RCN menos amarillista y por ver a Claudia Bahamón	1	Sujeto 18
	CMI, los comentarios, entrevistas de Yamid Amad, me parecen muy profesionales.	1	Sujeto 22
RCN, o Caracol. Ambos me parecen serios y transmiten buena información.	1	Sujeto 23	

Tabla 4. Matriz Descriptiva - Pregunta 4 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES		FRECUENCIA	SOPORTE
	<i>PREGUNTA No. 4: Cuánto tiempo dedica a ver un noticiero de televisión?</i>			
<i>Fuentes de información de noticias televisivas</i>	Media hora, veo lo principal.		4	Sujeto 1, 16, 3, 30
	No le dedico tiempo a ver noticieros.		2	Sujetos 4, 5
	Cuarenta y cinco minutos.		2	Sujeto 23, 26
	Veinte minutos nada más.		3	Sujeto 6, 19, 29,
	Lo que dura el noticiero		7	Sujeto 2, 7, 8, 9, 18, 20. 28,
	Una hora		5	Sujeto 10, 13, 17, 22, 25
	Veo todo el noticiero menos la sección de deportes.		2	Sujeto 11, 24,
	Veo titulares hasta los deportes, de ahí en adelante no me gusta.		1	Sujeto 12
	Dos horas		2	Sujeto 14, 15
	Treinta minutos		2	Sujeto 21, 27

Tabla 5. Matriz Descriptiva - Pregunta 5 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES		
	PREGUNTA No. 5: <i>Qué parte del noticiero le llama más la atención?</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>Fuentes de información de noticias televisivas</i>	Noticias deí momento, hechos de violencia, entretenimiento.	2	Sujeto 1, 23,
	Las nacionales e internacionales. Lo que tiene que ver con adolescentes, delincuencia común, abortos, embarazos no deseados por un trabajo de investigación que realizo.	1	Sujeto 2
	Me interesa las nacionales y lo que pasa en realidad, no lo deportivo o farándula.	2	Sujeto 3, 28
	Me llama la atención como exageran la noticia, la tratan como si supieran, pero no profundizan sobre ella.	1	Sujeto 4
	No opina	1	Sujeto 5
	El contexto político y social para saber que sucede y donde estoy viviendo. Los últimos sucesos de violencia, y de orden público.	2	Sujeto 6, 24
	La información de violencia y política, lo que sucede día a día, para saber que ha cambiado.	2	Sujeto 7, 21,
	Titulares que generan expectativas de que es lo que va a pasar, porque resumen todo.	3	Sujeto 8, 12, 19
	Me gusta todo.	2	Sujeto 9, 22
	Las nacionales, noticias de interés, de la universidad, de empleo, y los deportes.	2	Sujeto 10, 30
	Lo nacional para estar informado de lo que sucede en el país, y lo internacional porque se relaciona con cuestiones de global ización.	4	Sujeto 11, 19, 20, 29,
	Deportes y violencia nacional, políticos.	2	Sujeto 13, 26
	La sección de "Buenas noticias"; lo bueno que tiene la gente.	2	Sujeto 14, 25,
	Orden público nacional y farándula.	1	Sujeto 15
	Todo, menos deporte o farándula.	2	Sujeto 16, 17
	Lo nacional y Claudia Bahamón.	1	Sujeto 18
	Los deportes porque lo demás es violencia.	1	Sujeto 27

Tabla 6. Matriz Descriptiva - Pregunta 6 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES		FRECUENCIA	SOPORTE
	<i>PREGUNTA No. 6: Qué lo hace creer o confiar en la información que emite el noticiero de televisión?</i>			
<i>Credibilidad en la fuente de información de noticias televisivas</i>	No creo cien por cien, pero me entero de algo que estaba sucediendo.		2	Sujeto 1, 28,
	No me enfoco en un solo noticiero, sino en varias alternativas, y trato de contrastar las opiniones y divulgación de la información. Sin embargo, ésta es sesgada por el punto de vista del periodista, es manipulada.		1	Sujeto 2
	No creo por la formación profesional de los que trabajan allí, que buscan varias fuentes y corroboran lo que van a decir. Abusan de los hechos violentos haciendo publicidad.		1	Sujeto 3
	No responden		2	Sujetos 4,5
	Me haría creer el ya conocer la noticia, que ya haya tenido una aproximación y pueda tener un criterio ante el hecho. El conocer los hechos más de cerca.		2	Sujeto 6, 29
	No se puede dejar llevar mucho porque tergiversan las cosas; no estoy de acuerdo en todo lo que dicen.		3	Sujeto 7, 13, 30
	Depende de la veracidad con que sean dichas, con que las presenten y si puedo confirmar que es cierto lo que están presentando. Entre más específica, más confiable.		1	Sujeto 8
	Confío en la seriedad de la persona que presenta la noticia. En el manejo serio de la información.		2	Sujeto 19, 20,
	Es la realidad, lo que está sucediendo en el país, lo que estamos viviendo.		3	Sujeto 9, 17, 21,
	Proyecta las noticias casi al instante y eso da cierta confiabilidad y garantía, pero tergiversan un poco para agrandar la cuestión.		1	Sujeto 10,
	Ver diferentes fuentes, comparar argumentos para ver cual información es más sesgada.		1	Sujeto 11
	La manera como manejan la noticia, el profesionalismo con que lo hacen.		2	Sujeto 12, 22
	Por las imágenes, en buenos noticieros la misma persona implicada sale hablando.		1	Sujeto 14

Continuación Tabla 6: Matriz Descriptiva Pregunta 6

<i>Credibilidad en la fuente de información de noticias televisivas</i>	El acceso fácil a los sitios donde están emitiendo las noticias. Transmiten la noticia desde donde ocurren los hechos.	2	Sujeto 15, 24
	No confío. Maquillan mucho lo que sucede para vender, ocultan información, dicen lo que les conviene.	1	Sujeto 16
	La información es casi precisa, menos margen de error.	1	Sujeto 18
	Por la variedad de las noticias, abarcan muchos temas; tienen periodistas en diferentes puntos del país.	1	Sujeto 23
	Porque no todas las noticias son malas o desagradables, también tienen en cuenta noticias que muestran la cara amable del país.	1	Sujeto 25
	Lo que dicen que pasa está grabado. Los presentadores dicen y está filmado todo lo que informan.	1	Sujeto 26
	Las imágenes, por lo que muestran, uno cree que es cierto todo.	1	Sujeto 27

Tabla 7. Matriz Descriptiva - Pregunta 7 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 7; Qué fuentes consulta para profundizar o ampliar la información sobre las noticias que más le llaman la atención?</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>Credibilidad en la fuente de información de noticias televisivas.</i>	Internet; páginas de ensayos de crítica social de la talla de Chomsky, más confiable y que no responde a intereses políticos; encuentra muchas cosas que no se ven en noticieros; la información es más ampliada y actualizada; las noticias agradables, las desagradables no hace falta confirmarlas;	18	Sujeto 1,6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 19, 20, 22, 23, 28, 29, 30
	Periódicos; recopilan más aspectos del país, no se centra en noticias bomba del momento; hemeroteca UNAB;	12	Sujeto 2, 3, 7, 11, 15, 18, 22, 24, 26, 27, 29, 30.
	Las fuentes primarias, las personas que les sucedieron de verdad.	1	Sujeto 4
	No responde	1	Sujeto 5
	Con lo que veo tengo, porque todos los noticieros hablan de lo mismo.	1	Sujeto 9
	Libros, CNN en español.	1	Sujeto 12
	Comentarios con otras personas sobre los últimos acontecimientos.	2	Sujeto 20, 24
	Otros noticieros.	2	Sujeto 21, 28
	FM radio con Claudia Gurisati.	1	Sujeto 23
	No consulta otras fuentes.	1	Sujeto 25

Tabla 8. Matriz Descriptiva - Pregunta 8 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 8: Cómo calificaría de 1 a 5 el nivel de información que tiene usted, correspondiendo: 1=desinformado, 2=mal informado; 3=informado; 4=comprende en profundidad la información; 5=reflexivo y crítico.</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>Credibilidad en la fuente de información de noticias televisivas</i>	Desinformado (1)	1	Sujeto 4,
	Mal informado (2)	4	Sujeto 11, 12,21,30.
	Informado (3)	15	Sujeto 2, 3, 6, 8, 10, 16,17, 19, 20, 22, 24, 25, 26, 27,28,
	Comprende en profundidad la información (4)	8	Sujeto 1, 7, 9, 14, 15, 18, 23, 29,
	Reflexivo y crítico (5)	1	Sujeto 13
	No responde	1	Sujeto 5

Tabla 9. Matriz Descriptiva - Pregunta 9 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 9: Qué imágenes e información recuerda que le haya llamado la atención de un noticiero de televisión?</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>Representaciones del concepto de violencia</i>	Abundan las noticias de violencia, pero la nota curiosa fue la pérdida de la billetera del presidente en Bucaramanga, el que la encontró retiró 12 millones de pesos. Chistosísimo.	1	Sujeto 1
	Que a un ministro le habían robado 12 millones de pesos o de dólares, me enteré por una compañera.	1	Sujeto 2
	El presidente y las familias dieron permiso de que el ejército liberara a los secuestrados, localizados en un sitio, pero la guerrilla al verse rodeados los atacaron. Yo no hubiera confiado tanto en el ejército, si me pongo en el lugar de la guerrilla y me veo acorralado, pues de alguna forma ejerzo presión. El rescate del gobernador de Antioquia y los demás secuestrados, ver el campamento donde los tenían, en medio de la selva.	2	Sujeto 3, 23,
	Una dramática, de un niño que se estaba muriendo y quería ver al padre secuestrado, los medios le dieron vuelta a eso. El niño murió, la noticia murió y el padre siguió secuestrado.	2	Sujeto 4, 25,
	No responde	1	Sujeto 5
	El asesinato de ésta gente que acaba de morir acribillada por guerrilla, soldados.	2	Sujeto 6, 28
	En una toma guerrillera acribillados soldados, lo que siempre sucede.		
	A alguien que se le perdió la tarjeta. Le hacen mucho bun a algo que no es tan importante	1	Sujeto 7
	La muerte de los secuestrados y el problema del presidente a raíz del rescate. El testimonio de la persona que queda viva, su trauma, es una vivencia real.	1	Sujeto 8
Personas que iban de Cuba a EEUU, un señor los abandonó a mitad del camino y algunos murieron, los que sobrevivieron están muy mal.	1	Sujeto 9	

Continuación Tabla 9: Matriz Descriptiva- Pregunta 9

<i>Representaciones del concepto de violencia</i>	El bombardeo a una zona, no se si santo domingo, mataron supuestamente gente inocente por parte de la fuerza aérea Colombiana, viendo el vídeo, estaban cuadrando los eventos para hacer la defensa de los supuestos implicados.	1	Sujeto 10
	El Gobernador y el funcionario de paz que asesinaron. Distorsionan la información para demostrar que el ejército está haciendo algo para tener fondos de acción y sobresalir, presentan el hecho pero no lo que va detrás del asunto, que el ejército necesita hacer cosas que los califiquen como efectivos. El gobernador y los secuestrados asesinados.	3	Sujeto 11, 19, 29,
	La matanza que hicieron los guerrilleros a los secuestrados, hay tantas versiones: culpa del ejército, los helicópteros o los megáfonos, alertaron a los guerrilleros y empezaron a matar; o que estaban muertos cuando llegaron. Hay tantas versiones.	2	Sujeto 12, 30
	La de las torres gemelas, por lo que significó, el holocausto, la matanza que se vivió allí, ver la gente que se lanzaba al vacío por el desespero.	3	Sujeto 13, 21, 24
	Un capitán llorando, habían destruido la estación y matado personas y tras eso habían caído gente inocente. Se sentía impotente, yo digo que lloraba por ello.	1	Sujeto 14
	Carrobomba, motobombas en Saravena, lo recuerdo porque me es familiar, yo soy de allá. Las noticias de último minuto, llaman mi atención, además son desastrosas, traen dolor, informan es algo violento.	1	Sujeto 15
	Torres gemelas, la gente corriendo, destrucción, familias, gritos, muchas cosas que finalmente desensibilizaron, no profundizaron desde donde empezó. También la del Club el Nogal, la niña huérfana en cuidados intensivos, entrevista a las familias y la incertidumbre llamó mi atención.	1	Sujeto 16,
	Collar bomba de la señora en Boyacá, lo pasaban casi en vivo, fue impactante.	1	Sujeto 17
	Atentado a una iglesia en un pueblo, las tomas tan pasada de tono, filmaron a las personas que habían perdido todo y luego le preguntaban qué pensaban hacer.	1	Sujeto 18

Continuación Tabla 9: Matriz Descriptiva- Pregunta 9

<i>Representaciones de! concepto de violencia</i>	La cantidad de jóvenes en la guerrilla y que muchos se han reinsertado a través de los programas que les ofrece el gobierno.	1	Sujeto 22
	La guerra contra Irak, la sofisticación del armamento que mostraron, la cantidad de tropas, las explosiones y los ataques a la población, la pérdida de vidas humanas y de monumentos históricos.	1	Sujeto 20
	La operación de las siamesas, la separación de cráneos y que ninguna sobrevivió. Me impactó porque casi no se presentan estos casos, y ellas ya estaban acostumbradas a vivir así, y ningún hospital se arriesgaba porque podían morir.	1	Sujeto 26
	Las imágenes de las Torres gemelas muy reales, pánico, desespero, gritos, los escombros.	1	Sujeto 27

Tabla 10. Matriz Descriptiva - Pregunta 10 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 10: Qué sentimientos experimentó a partir de la imagen e información que recibió de esa noticia televisiva?</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>Valoración emocional de la noticia televisiva</i>	El presidente es como solidario, entiende la necesidad de la persona, es compasivo, no es la persona que todos creemos que es, una persona de guerra.	1	Sujeto 1
	Sentí rabia, tristeza por la imagen de Colombia de guerrilleros, narcotraficantes, paramilitares, e impotencia porque la gente no se deja educar.	1	Sujeto 2
	Dolor de ver como personas pueden obrar de forma tan inhumana.	3	Sujeto 3, 28, 30
	Tristeza porque el niño en sus últimos momentos necesitaba ver a su padre y no podía, trataron de ilusionarlo, esa manipulación no me gusta. Rabia por la indolencia y la falta de compasión con el niño y el padre y por éste país cada vez con mayor sufrimientos.	2	Sujeto 4, 25
	No responde	1	Sujeto 5
	Susto por la indiferencia que sentí en un primer momento.	1	Sujeto 6
	Rabia, pues se da importancia a la figura que representa, que por lo que realmente pasó.	1	Sujeto 7
	Frustración, impotencia, ganas de seguir buscando solución al conflicto.	1	Sujeto 8
	Dolor y pena de ver como quedaron los muertos.	1	Sujeto 9
	Desconcierto, miedo, impaciencia de ver como actuaría la ley en una situación tan ambivalente.	2	Sujeto 10, 29
	Decepción, del ejército que se supone capacitado para hacer rescates. Indignada de que actúen de una forma tan brutal. Rabia e indignación por ésta masacre.	2	Sujeto 11, 23
	Rabia, deberían matarlos también. Son personas inhumanas, que no sienten.	1	Sujeto 12
	Tristeza y dolor por la muerte de personas y familias que sufrieron las consecuencias.	1	Sujeto 13
	Tristeza y me hace sentir privilegiada frente a los demás; impotencia, ansiedad, malestar, dolor de cabeza.	1	Sujeto 14

Continuación Tabla 10: Matriz Descriptiva- Pregunta 10

Tristeza, rabia que asesinen a la gente tan cobardemente, sin la oportunidad de defenderse.	2	Sujeto 15,19
Dolor, desesperación, frustración, desesperanza, inconformidad de tantas disputas entre gobierno y grupos guerrilleros, los culpa de cosas que no son culpables como narcotráfico.	1	Sujeto 16
Tristeza, rabia, impotencia, por ver el sufrimiento de las personas inocentes que sufren	1	Sujeto 17
Rabia de ver como le sacan jugo a la tragedia de una persona.	1	Sujeto 18
Asombro por la tecnología y despliegue militar, tristeza por todas las víctimas que se pierden en una guerra.	1	Sujeto 20
Angustia, asombro, me parecía increíble lo que veía en las imágenes, era como de película. Me impresionó la cantidad de muertos y destrucción de un momento a otro.	1	Sujeto 21
Esperanza por los jóvenes que decidieron dejar las armas, pero tristeza porque son muchos los que son manipulados y abusados en la guerrilla,	1	Sujeto 22
Impresión, desconcierto por la magnitud de la tragedia. Admiración por tanta gente en ése momento solidaria, pero tristeza porque a muchos les costó la vida.	1	Sujeto 24
Impresión, tristeza porque pasaron lo que hacían las siamesas, y morir de un día para otro. Admiración porque ellas sabían a lo que se exponían y fueron valientes.	1	Sujeto 26
Tristeza por ver lo que estaba ocurriendo y ver tanta gente pidiendo auxilio.	1	Sujeto 27

Tabla 11. Matriz Descriptiva - Pregunta 11 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>PREGUNTA No. 11: En que piensa cuando ve o escucha información sobre violencia en los noticieros de televisión.</i>	En mis amigos, mi familia, mi hija, en todas las personas que están a mi alrededor, que nunca les suceda nada de lo que aparentemente aún no nos ha tocado.	1	Sujeto 1
	En mis amigos que han muerto en barranca, de donde soy yo, donde había temor de salir porque uno era objetivo.	1	Sujeto 2
	En dolor, muerte, soledad; destrucción, manipulación.	3	Sujeto 3, 24, 30
	En la agresión a la otra persona y a uno mismo, en la deshumanización que vivimos, en que nos quedamos en el sufrimiento y no miramos al nuevo camino al que nos puede llevar, pienso en el individualismo de las personas que nos seguirá llevando a más violencia.	1	Sujeto 4
<i>Punto de vista de la teSS de Zencia que emiten los noticieros de televisión</i>	En que se atenta contra la decisión del individuo.	1	Sujeto 5
	En la agresión personal a partir del contexto de la familia. He trabajado con niños y he visto como son objeto de la violencia en sus familias, y desde la familia es desde donde se debe educar para que no haya guerra.	1	Sujeto 6
	En destrucción, en no tener la capacidad de solucionar los problemas por otros medios no violentos. Los secuestrados me han marcado mucho.	3	Sujeto 7, 28, 29,
	Pienso en que no hay que dar espacio para que los guerrilleros se tomen otra zona, sino cortar de una vez.	1	Sujeto 8
	En sangre, me da miedo. No me gustaría estar en el lugar de los que sufren alguna situación de violencia.	1	Sujeto 9
	En muerte, tiros, es una parte negra del mundo, donde caen las presiones sociales y las necesidades.	1	Sujeto 10

Continuación Tabla 11: Matriz Descriptiva Pregunta 11

	En todos los días de los Colombianos, una realidad de las familias, la política, de las personas.	1	Sujeto 11
	En masacres, secuestros, asesinatos.	2	Sujeto 12, 23,
	Que a nivel local los violentos sean enfrentados con su misma filosofía.	1	Sujeto 13
	En que se tiene que hacer algo, si mi presente es violento, el de mis hijos va a ser diez mil veces peor. Hacer algo es cuestión de todos.	1	Sujeto 14
	En las familias de las personas que salen lastimadas , el dolor que pueden sentir y me imagino lo difícil que deben estar experimentando.	1	Sujeto 15
	Con tanto maquillaje y ganas de vender, estamos desensibilizándonos a la violencia del mundo, impacta ver algo natural como un parto, que algo catastrófico, violento.	1	Sujeto 16
<i>Pensamiento acerca de las noticias de violencia que emiten los noticieros de televisión</i>	En mis padres porque no vivo con ellos, y me preocupan que sean víctimas de violencia, ya que viven en una zona roja y nunca se sabe que pueda pasar.	1	Sujeto 17
	En que el país como está, y la impotencia ante la situación.	1	Sujeto 18
	Con tanta violencia vamos muy mal El futuro puede ser muy incierto.	1	Sujeto 19
	En que las guerras no son la solución a los problemas. Se sacrifican muchas vidas por intereses de unos pocos.	1	Sujeto 20
	Me pregunto que clase de personas están detrás de ésta tragedia, a donde quieren llegar, aterrorizando al mundo. Cualquiera puede estar en la mira de éstos asesinos.	1	Sujeto 21
	En la situación social, las necesidades, la falta de protección del gobierno para la niñez y los jóvenes, tanta miseria que lleva a muchos a optar por las armas creyendo pelear por sus derechos.	1	Sujeto 22
	En una violencia que viola todos los derechos humanos, donde la vida es objeto de intercambio y manipulación; en la falta de sensibilidad al dolor humano.	1	Sujeto 25
	Eso es de todos los días. Debería llegar alguien que de verdad le pusiera un ultimatum a los terroristas que siempre son los mismos los que hacen los atentados y las bombas.	1	Sujeto 26
	No debería ser de esa manera, pues la vida tiene que ser vivida lo mejor posible.	1	Sujeto 27

Tabla 12. Matriz Descriptiva - Pregunta 12 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 12: Recuerda desde cuando empezó a escuchar el concepto de violencia en los noticieros y con qué lo asociaba?</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>Esquemas de sucesos</i>	Desde los 12 años y lo asocio con un combate que hubo cerca de un pueblo donde yo vivía.	1	Sujeto 1
	A los 10 o 11 años, mi mamá no me dejaba salir porque había muchos violadores, drogadictos, y había pequeños brotes de violencia en Barrancabermeja.	1	Sujeto 2
	Desde muy pequeño, y la asociaba con muerte, violencia era matar a alguien.	2	Sujeto 3, 28
	A los 10 u 11 años, no por mi familia sino por la televisión con los actos violentos en Colombia.	2	Sujeto 4, 29
	No responde	1	Sujeto 5
	La escucho desde pequeño, pero le empiezo a poner cuidado, toma sentido desde los dos últimos años del colegio y luego en la universidad, la asociaba con el contacto interpersonal.	1	Sujeto 6
	La asociaba como cuando alguien le pega a alguien.	1	Sujeto 7
	La escucho desde niña, no por mi casa. Empecé a vivenciarla a los 15 años, cuando en las noticias todo era tragedia, carros bomba, accidentados, y ahora es muy cansona. Esa palabra hay que cambiarla por otra. De niña y la asociaba con armas y tragedias.	2	Sujeto 8, 22
	Desde los 6 años, y la asociaba con algo oscuro, negro.	1	Sujeto 9
	Desde los 8 años, la asociaba con la parte oscura de Colombia, muertes y armas.	1	Sujeto 10
	Desde el colegio cuando íbamos a institutos de niños, la violencia intrafamiliar, luego por todas partes, en los últimos tres años que veo noticieros, todo desemboca en esa palabra.	1	Sujeto 11
	De niña la escuchaba, más que en mi hogar siempre ha habido violencia.	1	Sujeto 12
	Desde los 16 años empecé a reflexionar los efectos de la violencia a tomarle interés.	1	Sujeto 13
Siempre está asociada con la muerte.			

Continuación Tabla 12: Matriz Descriptiva Pregunta 12

Desde los 13 años, lo que veía lo asociaba con muñequitos que son terribles, matan y eso era lo que yo vía.	1	Sujeto 14
Desde que al papá de mi hija lo mataron, relacionaba lo que veía con lo que me había pasado. Siempre que veo violencia la asocio con personas que he conocido.	1	Sujeto 15
Desde tercero de primaria, la violencia no se veía en las ciudades sino rural, los guerrilleros era el principal problema. Ahora uno sabe que el gobierno es el principal problema. La asociaba con armas, guerrilla, bombas.	1	Sujeto 16
Desde los 9 años porque donde vivía la guerrilla se metió y murió un señor importante. La asocio con la muerte y la guerrilla. Desde pequeña escuchaba de ataques de la guerrilla. La asociaba con muerte, armas, miedo.	3	Sujeto 17, 24, 30
<i>Esquemas de sucesos</i> Cuando empiezo a vivir mi propia vida, sin la protección de antes, la empiezo a ver desde un punto de vista más crítico.	1	Sujeto 18
Desde que estaba en el colegio, cuando a algunos compañeros los castigaban muy duro. La asocio con maltrato, muerte, abuso.	1	Sujeto 19
Desde muy pequeña, quizás los 6 o 7 años, cuando mi abuelita me contaba los horrores que vivió en la época de la violencia. La asociaba con miedo, temor, muerte, abusos.	1	Sujeto 20
A los 10 años un familiar sufre un atraco y casi pierde la vida. La asociaba con temor, armas, mentiras.	1	Sujeto 21
De pequeña, en el Colegio muchos niños peleaban y se lastimaban. La asociaba con golpes, y castigos. Ahora la asocio con muerte y armas, necesidades, maltrato.	1	Sujeto 23
No recuerdo mucho, solo que después de la muerte de mi abuelito, mis tíos se peleaban mucho y ello me generaba temor. La asociaba con herir a alguien, hacerlo sufrir.	1	Sujeto 25
Desde pequeña como de 7 u 8 años, que se nombraba mucho a Pablo Escobar, responsable de los atentados y luego Navarro Wolf y el M19 en desacuerdo con el manejo del país en ese tiempo, pero no porque querían hacer daño como los de ahora.	1	Sujeto 26
De muy pequeña, veía en televisión o en películas imágenes, disparos, guerras.	1	Sujeto 27

Tabla 13. Matriz Descriptiva - Pregunta 13 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 13: Qué hechos de violencia presentados por la televisión recuerda que le hayan llamado la atención en el pasado reciente o lejano?</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>Esquemas de sucesos</i>	La bomba del DAS, ja del Nogal, Bojayá. Son hechos de barbarie que no cabe en una cabeza inteligente, pensante, humana ni animal. Por lo que he vivido, la realidad es más cruda que lo que muestran en la T.V., las masacres son crueles, en Caloto Cauca, despedazaron a los soldados, pero no mostraron los cuerpos mutilados. En Vaupés Mitú, en Mapiripan descuartizaron los policías, incluso a uno cuando estaba vivo todavía.	1	Sujeto 1
	La guerra de EE.UU contra Irak. No se maneja la información para que a los niños no les afecte tanto, muestran muertes y masacres, por eso dejé de ver noticias un tiempo.	2	Sujeto 2, 20
	Bomba del avión de AVIANCA, la del DAS, masacre de Bojayá. Las imágenes fueron impactantes, uno nunca se imagina que vayan a suceder.	1	Sujeto 3
	Masacres, destrucción de pueblos, familias, desplazados, me pone a pensar que pasa con esas personas y qué va a suceder. Los medios solo las muestran y muere la noticia.	2	Sujeto 4, 29
	De noticias no me preguntes. Hablo de mis sucesos al ser parte de mi país.	1	Sujeto 5
	Holocausto Nazi, los testimonios de personas que vivieron en campos de concentración me marcaron. También la esclavitud. De la televisión no me ha llamado la atención nada.	1	Sujeto 6
	La masacre de Bojayá, aunque uno está acostumbrado a ello, me causó curiosidad la labor social que se comenzó a hacer.	2	Sujeto 7, 28
	Las Torres Gemelas, ver como se botaban las personas por la ventana, lo dejan a uno asombrado. Estoy tan lejos y a la vez tan cerca. La noticia saturó tanto que ya no se miraba con el mismo impacto, y cansa tanto que ya uno no busca indagar, qué.	5	Sujeto 8, 21, 24, 25, 26, 30.
	El maltrato de niños.	3	Sujeto 9, 19, 22,
	Los secuestrados que mataron a sangre fría y tiro de gracia, fue lo más impactante. También las bombas. No he intentado ampliarla porque es la vaina momentánea.	2	Sujeto 10, 23,

Continuación Tabla 13: Matriz Descriptiva - Pregunta 13

Una niña que mataron los hermanos por la herencia del padre. Recuerdo la niña vestida de colegiala y el charco de sangre. También la masacre de Bojayá, me impactó que no le dieron tanta trascendencia como al atentado del Nogal que en un año lo reconstruyen.	1	Sujeto 11
Imágenes crueles ocasionadas por las minas queiebrapatatas.	1	Sujeto12
La invasión a Irak, donde un país se entromete donde le conviene. También la reacción del gobierno ante la destrucción del palacio de justicia, ver las llamas, los tanques entrando, gente disparando, camillas y muchos muertos.	1	Sujeto13
Una mina queiebrapata que deja a un niño sin una pierna y luego los aportes para conseguirle una prótesis. También, que las autodefensas llegaron a un pueblo decapitaron mucha gente inocente.	1	Sujeto14
Lo de Bojayá, la destrucción de la iglesia y la cantidad de gente que murió. Las Torres Gemelas, la crudeza de las imágenes. Un secuestro en Caracas, el enfrentamiento y la negociación filmado en vivo y pasado sin editar.	1	Sujeto 15
<i>Esquemas de sucesos</i> Armero, gente que quedó sin nada, sin familias, la Pesca milagrosa en el aire de la guerrilla hizo aterrizar un avión. Ya no hay seguridad ni terrestre ni aérea.	1	Sujeto16
A mi familia la extorsionaron, a los que lo hicieron los capturaron y los pasaron por T.V y prensa.	1	Sujeto17
Cuando me enteré que un familiar había sido secuestrado por las noticias.	1	Sujeto18
Cuando atentaron contra las palomas en el parque de las palomas en Bogotá y les echaron arroz envenenado y se murieron todas. Eran animales inofensivos que no hacen daño y de corazón muy duro los que lo hicieron.	1	Sujeto26
En una protesta, a un señor que era zapatero se metió para evitarla y lo golpearon hasta asesinarlo. Mostraron la imagen cuando lo golpeaban, él manoteaba y botaba sangre por la boca cuando lo llevaban al hospital.	1	Sujeto 27

Tabla 14. Matriz Descriptiva - Pregunta 14 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 14: Cómo definiría el concepto de violencia a partir de las imágenes y comentarios de noticias que usted a diario ve y escucha en la televisión?</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>Concepto de violencia</i>	Es la situación generada por personas que no sienten, no les importa nada y sin un objetivo en la vida, no son nada y su forma de hacerse notar es generando violencia. Todo aquello que tenga agresión física, verbal y psicológica es violencia.	3	Sujeto 1, 23, 30
	La violencia encierra todo, intrafamiliar, entre compañeros de la universidad, con el conductor de un bus, etc. son muchas maneras con un mismo fin: agredir a otra persona verbal o físicamente.	2	Sujeto 2, 22
	La describiría como tristeza, como gente que causa daño en la persona y la sociedad. Son cosas trágicas de las que uno no se entera o realidades que como las presentan no son tan ciertas, como la violencia al sur de Santander, que se temía ir en una época, nadie se podía acercar, pero uno iba por allá y todos eran amigos de todos.	1	Sujeto 3,
	Son situaciones que generan miedo, que hacen que las personas se escondan para evitar que los secuestren o los violen, pero aunque es riesgoso, no puede uno quedarse encerrado porque los riesgos los hay en todas partes.	2	Sujeto 4, 29
	La violencia puede ser física como los golpes, o emocional como las palabras; se da en la familia y en la sociedad.	2	Sujeto 5, 21,
	La palabra de violencia la ubicamos en el contexto de la guerra pero no en el contexto de la familia que es desde donde se puede educar para que no haya guerra. Evoco a Gandhi quien dijo que, "la violencia no está fuera de nosotros, sino que la produce uno mismo".	1	Sujeto 6
	Es destrucción, hechos repudiables como las masacres, secuestros; es solucionar problemas por medios violentos.	2	Sujeto 7, 28

Continuación Tabla 14: Matriz Descriptiva - Pregunta 14

Es una realidad mostrada crudamente. Definirla es complejo, para muchos es agresión, guerra, conflicto; hay violencia psicológica, social y física.	2	Sujeto 8, 20
Es ausencia de paz. Es sangre, quitarle algo a alguien.	1	Sujeto 9
Son las imágenes de muertos tirados, de casas destruidas. Describirla es muy verraco, es oscuridad, es una muestra de las necesidades y presiones sociales.	1	Sujeto 10,
Es ver gente muerta, familias llorando, destrucción de pueblos, descuartizar personas, pero además también, abarca los sentimientos del país y las posiciones de la gente frente al tema, que nunca presentan.	1	Sujeto 11
Es muerte, secuestros, diversas versiones de una misma situación que no conducen a la	1	Sujeto 12
<i>Concepto de violencia</i> <small>verdad' generada por personas Aue no sienten_</small>		
Es uso de la fuerza indiscriminada en contra de personas indefensas, que no pueden responder de la misma magnitud. Donde hay destrucción.	2	Sujeto 13, 15
Es la realidad del principio de los tiempos, que marca nuestro modo de ser y vivir, es crueldad, egoísmo.	1	Sujeto 14
Es discordia entre el gobierno y grupos revolucionarios que afectan intensamente a la población. Gran parte de ésta se debe a la inconformidad de la población, a la situación económica y discriminación social, al capitalismo.	1	Sujeto 16
Es ignorancia, maldad. Los ignorantes matan y hacen sufrir, la ambición. No saben lo que hacen, son sometidos por la presión de alguien, se dejan manipular.	1	Sujeto 17
Es ilógica, absurda, no hay un fin ni una meta común. Se busca el beneficio individual.	1	Sujeto 18
Es agresión física, psicológica y social. El mal social que ha perdido la unidad familiar.	1	Sujeto 19
Es destrucción, muerte, poder, pérdida de cosas materiales, sufrimiento humano.	1	Sujeto 24
Es secuestros, indiferencia por el dolor humano, muerte, abuso, dolor, desesperanza.	1	Sujeto 25
Es algo que hace la gente que no tiene razón, les da lo mismo si el daño es para sí mismo o no, gente que no tiene sentimientos.	1	Sujeto 26
La defino como injusta, maldad, ira.	1	Sujeto 27

Tabla 15. Matriz Descriptiva - Pregunta 15 Entrevista Cualitativa

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 15: En qué aspectos su vida cotidiana se ve afectada por la violencia que observa y escucha en un noticiero de televisión?</i>	FRECUENCIA	SOPORTE
<i>Valoración emocional de la noticia televisiva.</i>	Mí vida cotidiana no se afecta, lo que se arraiga más es la idea de que las personas que están generando violencia, son personas que no piensan.	1	Sujeto 1
	A veces, al no poder expresar libremente mis pensamientos y opiniones porque al no estar de acuerdo con un guerrillero o un paramilitar, puedo ser objetivo de ellos. Como estudiante de psicología quisiera hacer cosas por el país, pero dudo que podamos cambiar la realidad porque hay mucha indiferencia.	1	Sujeto 2
	Ya uno tiene restricciones de ir a algún lugar, que los medios tienen estigmatizados como violentos. Desconfianza, temor e inseguridad en cualquier sitio.	2	Sujeto 3, 28
	No podemos viajar porque nos pueden secuestrar, se ve uno limitado a ciertos lugares y al contacto con otros.	1	Sujeto 4
	No responde	1	Sujeto 5
	Lo que el noticiero da no me afecta, pero por la concepción que uno tiene de violencia sí, la violencia social que es nuestra, dada por la falta de educación, no de gente que está en guerra.	1	Sujeto 6
	Uno siente cuando recibe la información pero no le afecta tanto como si uno estuviera allá metido en el conflicto. No poder viajar, estar prevenido de que pase algo. La gente tiene miedo a salir, de hablar, tienen traumas, problemas, se respira violencia.	2	Sujeto 7, 20
	Es algo cotidiano. Las personas que viven el hecho traumático o de violencia se ven afectadas emocionalmente.	3	Sujeto 8, 25, 30.
	Ahora no me afecta pero más adelante sí. La violencia da desempleo, y tengo miedo que cuando salga de estudiar no encuentre empleo.	1	Sujeto 9,

Continuación Tabla 15: Matriz Descriptiva - Pregunta 15

	Me genera cierto temor, no se tiene la misma libertad, está uno prevenido de que lo puedan robar, uno está pendiente de cualquier situación que se pueda presentar.	2	Sujeto 10, 21
	Demasiado, me imposibilita, me inhibe, me desanima a seguir luchando por mi país. Nos estamos sintiendo muy pequeñitos ante este fenómeno de la violencia y demasiado inertes para hacer algo.	2	Sujeto 11, 29
	Hace parte de mi vida cotidiana, todos los días la veo en el batallón. Me da rabia lo inhumano de los guerrilleros, cada vez dañan más un país, una cultura.	2	Sujeto 12, 24
	Me genera ansiedad, estados emotivos diversos, incertidumbre y temor. Me robaron un vehículo y estuve amarrado en el bosque, sentí en pequeña dimensión lo que es estar secuestrado, no saber a donde lo llevan, pero presentir que pueden atentar contra la vida.	1	Sujeto 13
<i>Valoración emocional de la noticia televisiva.</i>	Directamente no me afecta en nada familiar y social, pero necesariamente al ser de éste país tiene que afectarme lo que sucede.	1	Sujeto 14
	Ha crecido el temor a que le pase algo a las personas que yo quiero, pierde uno seguridad, se vuelve más desconfiado, más sensible a lo que veo y escucho de violencia.	1	Sujeto 15
	Genera inseguridad, temor a saber que me pueda pasar, angustia por impotencia de hacer algo.	1	Sujeto 16
	Al ver niños muertos, desplazados me afecta porque no tienen porqué pasar por ello. Lo tengo todo y no lo estoy aprovechando. Temor y ansiedad por el bienestar de mis padres.	2	Sujeto 17, 22
	Tiene que ser muy impactante o muy cercano para que me afecte, lo demás es lo normal.	1	Sujeto18
	A veces son muy impactantes, temo por el futuro tan incierto.	2	Sujeto 19, 23
	No afecta todos los días, pero le puede pasar a uno sin ser señalado, uno puede caer en algún atentado o algo que le vayan a hacer a alguien.	1	Sujeto26
	En el hogar porque a veces llega una a pelear, por el estrés de lo escucho.	1	Sujeto27

Apéndice D

Matrices de Inferencias Inductivas

Tabla 16. Matriz de Inferencias Inductivas. Pregunta 1

Tabla 17. Matriz de Inferencias Inductivas. Pregunta 2

Tabla 18. Matriz de Inferencias Inductivas. Preguntas 3 a la 15

Tabla 16. Matriz de Inferencias Inductivas Pregunta 1

CATEGORÍA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES		FRECUENCIA	SOPORTE	
	<i>PREGUNTA No. 1: Cómo se informa de lo que sucede actualmente?</i>				
	Vivencias propias	Por mi trabajo	2	3%	Sujeto 1,29
	Radio	Noticieros de televisión	4	7%	Sujeto 4, 13, 26, 27
			28	49%	Sujeto 1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30.
<i>Fuentes de Información de noticias televisivas</i>	Periódicos		9	16%	Sujeto 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 12,
	Internet		9	16%	Sujeto 6, 7, 8, 15, 17, 18, 23, 28,30.
	Lo que escucho de las personas		5	9%	Sujeto 4, 11,25,16
	Lo que escucho hablando con los amigos				
	En la clase de contexto nos hablaron de la actualidad nacional e internacional.				
	Artículos que se leen en clase				

Tabla 17. Matriz de Inferencias Inductivas Pregunta 2

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES			
	<i>PREGUNTA No. 2: Cuántos noticieros de televisión ve en el día?</i>	FRECUENCIA	%	SOPORTE
	Ningún noticiero	2	7%	Sujeto 4, 5
<i>Fuentes de Información de noticias televisivas</i>	Un noticiero	16	53%	Sujeto 2, 3, 6, 10, 13, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 26, 27, 28, 29, 30
	Dos noticiero	9	30%	Sujeto 14, 17, 1, 7, 8, 11, 23, 24, 25
	Tres noticieros	3	10%	Sujeto 15, 9, 12

Tabla 18. Matriz de Inferencias Inductivas Preguntas 3 a la 15

TABLA	CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO ENTREVISTA - PROPOSICIONES	FRECUENCIA	%	SOPORTE
Tabla No. 3	<u>Pregunta No. 3</u> Qué noticiero de televisión prefiere?	RON, la información es carismática, allegada a la gente,	2	7%	Sujetos 2, 20,
		por el formato, los presentadores (Claudia Bahamón), clara, objetiva, confiable	7	23%	Sujetos 7.8,13,30,17,18, 24,
		por costumbre, informa mejor, amplía la noticia, es variadito,	4	14%	Sujetos 10,19,28,26
		tiene una visión mundial, serios, primeros en la noticia.	2	7%	Sujetos 16, 23,
		CARACOL es más serio, objetivo	1	3%	Sujetos 29,
		Muestran la noticia menos amarillista, menos dramático, el que más gente lo ve	2	7%	Sujetos 3,27
		Las noticias las dan más completas, la abarcan como tal,	2	7%	Sujetos 12,25
		Es el único que me sale, presentación de la noticia, comentarios completos.	1	3%	Sujetos 14
		CANAL 1, colocan otras noticias abajo más lo que dicen.	1	3%	Sujeto 9,
		CNN en español, es neutral, informa globalmente, abarca más tiempo en cada noticia.	1	3%	Sujeto 11
CMI, por los comentarios y entrevistas profesionales de Yamid Amad.	1	3%	Sujeto 22		
No hay preferencia por ningún noticiero. Cambio de canales.	6	20%	Sujetos 1,4,5,6,15,21		

Tabla No.4	<u>Pregunta No. 4</u> Cuánto tiempo dedica a ver un noticiero de televisión?	No le dedico tiempo a ver noticieros.	2	7%	Sujetos 4,5
		Veinte minutos nada más.	3	10%	Sujeto 6,19,29
		Treinta minutos, veo lo principal,	6	20%	Sujetos 1,16,3,21,27,30,
		Cuarenta y cinco minutos.	2	7%	Sujetos 23,26
		Una hora.	5	16%	Sujetos 10,13,17,22,25
		Dos horas.	2	7%	Sujetos 14,15
		Lo que dura el noticiero	7	23%	Sujetos 2,7,8,9,18,20,28
		Todo el noticiero menos la sección de deportes.	2	7%	Sujetos 11,24
		Titulares hasta los deportes, de ahí en adelante no me gusta.	1	3%	Sujeto 12
Tabla No.5	<u>Pregunta No. 5</u> Qué parte del noticiero le llama más la atención?	Noticias del momento, hechos de violencia, entretenimiento, Claudia Bahamón	3	1%	Sujetos 1,18,23,
		Nacionales e internacionales, lo que pasa en realidad,	6	20%	Sujeto 2, 3, 11,20,28,29,
		Exageran la noticia, no profundizan en ella,	1	3%	Sujeto 4,
		Contexto político y social, últimos sucesos de violencia y orden público, de la universidad, empleo, deportes, farándula	9	30%	Sujeto 6, 7, 10,13,15,21,24,26 30,
		Titulares que generan expectativas, resumen todo.	3	10%	Sujeto 8,12,19,
		Sección de "buenas noticias"	2	7%	Sujeto 14,25
		Deportes porque lo demás es violencia	1	3%	Sujeto 27
		Me gusta todo.	2	7%	Sujeto 9,22
		Todo menos deporte o farándula.	2	7%	Sujetos 16,17
No opina.	1	3%	Sujeto 5		

Tabla <u>Pregunta No. 6</u>				
No. 6 Qué lo hace creer o confiar en la información que emite el noticiero de televisión?	No creo cien por cien, pero me entero de algo que estaba sucediendo.	2	7%	Sujetos 1,28
	No me enfoco en un noticiero, contraste opiniones e información, aunque ésta es sesgada por el punto de vista del periodista, manipulada, tergiversan las cosas, no estoy de acuerdo en todo lo que dicen,	5	16%	Sujeto 2,7,11,13,30,
	No creo por los profesionales que buscan fuentes y corroboran lo que dicen, abusan de los hechos violentos haciendo publicidad, maquillan lo que sucede para vender, ocultan información, dicen lo que les conviene,	2	7%	Sujeto 3,16
	Me haría creer el ya conocer la noticia y tener un criterio ante el hecho.	2	7%	Sujeto 6,29,
	Depende de la veracidad con que sean dichas, con que las presenten y si puedo confirmar que es cierto lo que están presentando, entre más específica más confiable,	1	3%	Sujetos 8,
	Confío en la seriedad de la persona que presenta la noticia, en el manejo serio de la información, profesionalismo con que lo hacen,	5	17%	Sujetos 8,12,19,20,22
	Es la realidad, lo que está sucediendo en el país, lo que estamos viviendo.	3	10%	Sujetos 9,17,21
	Proyecta noticias casi al instante y eso da cierta confiabilidad y garantía, pero tergiversan un poco para agrandar la cuestión, acceso fácil a sitios donde están emitiendo las noticias, transmiten desde donde ocurren los hechos, la información es casi precisa, menos margen de error.	4	14%	Sujetos 10,15,18,24,
	Por las imágenes, en buenos noticieros la misma persona implicada sale hablando. Por lo que muestran las imágenes uno cree que es cierto todo.	2	7%	Sujetos 14,27
	Por la variedad de noticias, abarcan muchos temas, tienen periodistas en diferentes puntos del país.	1	3%	Sujeto 23
No todas las noticias son malas o desagradables, también tienen en cuenta noticias que muestran la cara amable del país.	1	3%	Sujeto 25,	
Lo que dicen que pasa está grabado. Está filmado todo lo que los presentadores informan.	1	3%	Sujeto 26	
No responden	1	3%	Sujetos 4,5	

Tabla Pregunta No. 7 No. 7 Qué fuentes consulta para profundizar o ampliar la información sobre las noticias que más le llaman la atención?	En Internet ensayos de crítica social de la talla de Chomsky más confiable y no responde a intereses políticos, encuentra muchas cosas que no se ven en noticieros, la información es ampliada y actualizada, confirmo las noticias agradables, las desagradables no hace falta confirmarlas.	18	45%	Sujetos 1,6,7,8,10,11,12,13,14,16,17,19,20,22,23,28,29,30.
	Periódicos, recopilan más aspectos del país, no se centra en noticias bomba del momento; hemeroteca UNAB.	12	30%	Sujetos 2,3,7,11,15,18,22,24,26,27,29,30.
	Las fuentes primarias, las personas que les sucedieron de verdad.	1	2.5%	Sujeto 4.
	Con lo que veo tengo porque todos los noticieros hablan de lo mismo.	1	2.5%	Sujeto 9
	Libros, CNN en español.	1	2.5%	Sujeto 12
	Comentarios con otras personas sobre los últimos acontecimientos.	2	5%	Sujetos 20, 24.
	Otros noticieros.	2	5%	Sujetos 21,28,
	FM radio con Claudia Gurisati.	1	2.5%	Sujeto 23
	No consulta otras fuentes.	1	2.5%	Sujeto 25
	No responde.	1	2.5%	Sujeto 5

Tabla Pregunta No. 8				
No.8 Cómo calificaría de 1 a 5 el nivel de información que tiene usted: 1=desinformado, 2=mal informado, 3=informado, 4=comprende en profundidad la información, 5=reflexivo y crítico.	Desinformado (1)	1	3%	Sujeto 4
	Mal informado (2)	4	14%	Sujetos 11,12,21,30.
	Informado (3)	15	50%	Sujetos 2,3,6,8,10,16,17,19,20,22,24,25,26,27,28.
	Comprende en profundidad la información (4)	8	27%	Sujetos 1,7,9,14,15,18,23,29.
	Reflexivo y crítico (5)	1	3%	Sujeto 13
	No responde	1	3%	Sujeto 5

Tabla <u>Pregunta No. 9</u> No. 9 Qué imágenes e información recuerda que le haya llamado la atención de un noticiero de televisión?		3	10%	Sujeto 1, 2,7,
	<i>Nota curiosas</i> la pérdida de la billetera del presidente en Bucaramanga, el que la encontró retiró 12 millones de pesos. Chistosísimo; que a un ministro le habían robado 12 millones de pesos o de dólares, me enteré por una compañera. A alguien que se le perdió la tarjeta, le hacen mucho bun a algo que no es tan importante. <i>El rescate del gobernador</i> de Antioquia y los demás secuestrados, ver el campamento donde los tenían en medio de la selva; que el presidente y familias dieran el permiso del rescate, y la guerrilla al verse rodeados los atacaron, yo no me hubiera confiado en el ejército pues en el lugar de la guerrilla, al verme acorralado ejerzo presión. El testimonio de la persona que queda viva, su trauma es una vivencia real. Distorsionan la información, que el ejército necesita hacer cosas que los califiquen como efectivos. Tantas versiones, culpa del ejército, los helicópteros o los megáfonos que alertaron a los guerrilleros y empezaron a matar; o que estaban muertos cuando llegaron.	8	27%	Sujetos 3,8,11,12,19,23, 29,30.
	<i>Un niño</i> muriendo que quería ver al padre secuestrado, los medios le dieron vuelta a eso. El niño murió, la noticia murió y el padre siguió secuestrado.	2	7%	Sujetos 4,25
	<i>Asesinato de soldados</i> que acaban de morir acribillados por guerrilla. En toma guerrillera acribillados soldados, lo que siempre sucede.	2	7%	Sujetos 6, 28,
	<i>Personas</i> que iban de Cuba a Estados Unidos, abandonados a la mitad del camino, algunos murieron, los que sobrevivieron están muy mal.	1	3%	Sujetos 9
	<i>Bombardeo</i> a una zona, mataron gente inocente por parte de la fuerza aérea Colombiana, viendo el vídeo estaban cuadrando los eventos para hacer la defensa de los supuestos implicados.	2	7%	Sujetos 10,18
	<i>Torres gemelas</i> por lo que significó, el holocausto, la matanza que se vivió allí, ver la gente que se lanzaba al vacío por el desespero. La gente corriendo, destrucción, familias, gritos, muchas cosas que finalmente desensibilizaron, no profundizaron desde donde empezó. Imágenes reales de pánico, desespero, gritos, escombros.	5	17%	Sujetos 13,16, 21,24, 27
	<i>Un capitán llorando</i> , habían destruido la estación y matado personas y gente inocente. Se sentía impotente, yo digo que lloraba por ello. Atentados a iglesia, filmaron personas que habían perdido todo y luego les preguntaban que pensaban hacer.	1	3%	Sujeto 14
	<i>Carro bomba</i> , moto bomba en Saravena lo recuerdo porque me es familiar, yo soy de allá. Las noticias de último minuto llaman mi atención, son desastrosas, violentas, traen dolor. Collar bomba de la señora de Boyacá lo pasaron casi en vivo, fue impactante.	2	7%	Sujeto 15, 17
	Jóvenes guerrilleros reinsertados.	1	3%	Sujeto 22
	<i>Guerra contra Irak</i> , sofisticación del armamento que mostraron, cantidad de tropas, explosiones, ataques a la población, pérdida de vidas y monumentos históricos.	1	3%	Sujeto 20
	<i>Operación de siamesas</i> que no sobrevivieron, es un caso raro, estaban acostumbradas a vivir así, ningún hospital se arriesgaba por el riesgo de que murieran.	1	3%	Sujeto 26
	No responde.	1	3%	Sujeto 5

Tabla Pregunta No. 10				
No. 10 Qué sentimientos experimentó a partir de la imagen e información que recibió de esa noticia?	El presidente es compasivo, solidario no una persona de guerra.	1	3%	Sujeto 1
	Rabia, tristeza por la imagen de Colombia e impotencia porque la gente no se deja educar. Tristeza porque el niño necesitaba ver a su padre secuestrado y no podía. Rabia por la indolencia y falta de compasión con el niño y el padre. Rabia porque se da importancia a la figura que representa que por lo que realmente pasó. Tristeza y rabia de que asesinen a la gente tan cobardemente, sin oportunidad de defenderse. Temor a salir porque uno era objetivo. Rabia, impotencia de ver el sufrimiento de personas inocentes que sufren. Rabia de ver como le sacan jugo a la tragedia de una persona. Tristeza por la gente pidiendo auxilio.	9	30%	Sujeto 2,4,7,15,17,18,19,25,27
	Dolor de ver como personas pueden obrar de forma tan inhumana. Dolor y pena de ver como quedaron los muertos. Tristeza y dolor por la muerte de personas y familias.	5	17%	Sujetos 3,9,13,28,30,
	Susto por la indiferencia que sentí en un primer momento.	1	3%	Sujeto 6
	Frustración, impotencia, ganas de seguir buscando solución al conflicto.	1	3%	Sujeto 8,
	Desconcierto, miedo, impaciencia de ver como actuaría la ley en una situación tan ambivalente.	2	7%	Sujetos 10,29,
	No responde	1	3%	Sujeto 5
	Decepción del ejército que se supone capacitado para rescates. Indignada de que actúen de forma tan brutal.	2	7%	Sujetos 11,23
	Rabia, deberían matarlos también, son personas que no sienten.	1	3%	Sujeto 12,
	Privilegiada frene a los demás, impotencia, ansiedad, malestar, dolor de cabeza.	1	3%	Sujeto 14
	Desesperación, frustración, desesperanza, inconformidad de tantas disputas entre gobierno y grupos guerrilleros.	1	3%	Sujeto 16,
	Asombro por la tecnología y despliegue militar, tristeza por las víctimas de la guerra. Angustia, asombro, increíble lo que veía en las imágenes, como de película. Me impresionó la cantidad de muertos y destrucción de un momento a otro. Impresión, desconcierto por la magnitud de la tragedia. Admiración de la gente solidaria, tristeza porque a muchos les costó la vida, impresión, tristeza por las siamesas, admiración por lo valientes.	4	15%	Sujeto 20,21,24,26,
	Esperanza por los jóvenes que decidieron dejar las armas, pero tristeza por los que son manipulados y abusados en la guerrilla.	1	3%	Sujeto 22

Tabla Pregunta No. 11				
No. 11 En qué piensa cuando ve o escucha información sobre violencia en los noticieros de televisión?	En mis amigos, mi familia, mi hija que no les suceda nada de lo que aparentemente aún no nos ha tocado. Amigos que han muerto en Barranca. En mis padres porque no vivo con ellos, viven en una zona roja y nunca se sabe que pueda pasar. En situación social, necesidades, falta protección del gobierno a niñez y jóvenes.	4	13%	Sujeto 1,2,17,22
	En dolor, muerte, soledad, destrucción, manipulación. Viola derechos humanos, la vida es objeto de intercambio y manipulación. Falta sensibilidad al dolor humano.	4	13%	Sujetos 3,24,30,25
	En la agresión a la otra persona y a uno mismo, en la deshumanización que vivimos, en que nos quedamos en el sufrimiento y no miramos al nuevo camino al que nos puede llevar, en el individualismo que seguirá llevando a más violencia. En la agresión personal a partir del contexto de la familia. En que se atenta contra la decisión del individuo.	3	10%	Sujeto 4,5,6
	En destrucción, en no tener la capacidad de solucionar los problemas por otros medios no violentos. Los secuestrados me han marcado mucho. En el país como está y la impotencia ante la situación.	4	13%	Sujetos 7,18, 28,29,
	No hay que dar espacio para que los guerrilleros se tomen otra zona, cortar de una vez. Que a nivel local los violentos sean enfrentados por su misma filosofía.	2	7%	Sujeto 8,13,
	En sangre, me da miedo. No me gustaría estar en el lugar de los que sufren una situación de violencia. En muerte, tiros, es una parte negra del mundo, donde caen las presiones sociales y las necesidades. En masacres, secuestros, asesinatos.	4	13%	Sujeto 9,10,12,23
	En todos los días de los Colombianos, una realidad de las familias, la política, las personas. En las familias de las personas que salen lastimadas, el dolor que sienten, me imagino lo difícil que deben estar experimentando. Con tanta violencia el futuro puede ser incierto. Lo que pasa todos los días, debería llagar alguien que pusiera ultimatum a terroristas que hacen atentados y bombas. No debería ser de esa manera, la vida tiene que ser vivida lo mejor posible.	5	17%	Sujeto 11,15,19,26,27
	En que se tiene que hacer algo, si mi presente es violento, el de mis hijos va a ser diez mil veces peor. Hacer algo es cuestión de todos.	1	3%	Sujeto 14
	Con tanto maquillaje y ganas de vender estamos desensibilizándonos a la violencia del mundo, impacta ver algo natural como un parto, que algo catastrófico, violento.	1	3%	Sujeto 16
Las guerras no son la solución a los problemas, se sacrifican vidas por intereses de pocos. Me pregunto por las personas detrás de la tragedia, a donde quieren llegar aterrizando al mundo.	2	7%	Sujeto 20,21	

Tabla Pregunta No. 12				
No. 12 Recuerda desde cuando empezó a escuchar el concepto de violencia en los noticieros y con que lo asociaba?	Desde los 12 años y lo asociaba con combate cerca del pueblo donde vivía.	1	3%	Sujeto 1
	10 o 11 años, no me dejaban salir por que había muchos violadores. Por la televisión con los actos violentos en Colombia. Familiar sufre atraco y casi pierde la vida, asociaba a temor, armas, mentiras.	4	14%	Sujeto 2,4,21,29,
	Desde muy pequeño, lo asocio con muerte, matar a alguien. Toma sentido desde los dos últimos años de colegio y la universidad, lo asocio con contacto interpersonal. Desde niña, la vivencio a los 15 años cuando en la noticias todo era tragedia, carros bomba, accidentados, ahora es muy cansona. La asociaba con armas y tragedias. Desde los 16 años empecé a reflexionar los efectos de la violencia, a tomarle interés. Veía en televisión o películas disparos, guerras. Lo asociaba como cuando alguien le pega a alguien.	8	27%	Sujeto 3,6,7,8,13,22,28,27
	6 años y la asociaba con algo oscuro y negro. Mi abuelita me contaba los horrores que vivió en época de la violencia, la asociaba con miedo, temor, muerte, abusos.	2	7%	Sujeto 9,20
	Desde los 8 años, la asociaba con parte oscura de Colombia, muertes y armas. Nombraban a Pablo Escobar, M19, no querían hacer daño como los de ahora.	2	7%	Sujeto 10,26
	Desde el colegio cuando íbamos a institutos de niños la violencia intrafamiliar, luego por todas partes. Castigaban a compañeros, la asocio con maltrato, muerte, abuso. Niños peleaban y se lastimaban, asociaba con golpes y castigo, ahora con muerte, armas, necesidades, maltrato.	3	10%	Sujeto 11,19,23
	De niña la escuchaba, más que en mi hogar siempre ha habido violencia. A la muerte de mi abuelito mis tíos se peleaban y ello me generaba temor, la asociaba con herirá alguien, hacerlo sufrir.	2	7%	Sujeto 12,25
	A los 13 años la asociaba con muñequitos, terribles, matan y era lo que yo veía.	1	3%	Sujeto 14
	Desde que al papá de mi hija lo mataron relacionaba lo que veía con lo que me había pasado. Siempre la asocio con personas que he conocido.	1	3%	Sujeto 15
	Desde tercero de primaria la violencia no se veía en la ciudad sino rural, los guerrilleros era el principal problema, ahora uno sabe que el gobierno es el principal problema. La asociaba con armas, guerrilla, bombas.	1	3%	Sujeto 16
Desde los 9 años, donde vivía la guerrilla se metió y murió un señor importante. La asocio con muerte y guerrilla. Desde pequeña escuchaba de ataques de la guerrilla.	3	10%	Sujetos 17,24,30,	
Cuando empiezo a vivir mi propia vida sin la protección de antes, la veo desde un punto de vista más crítico.	1	3%	Sujeto 18,	
No responde	1	3%	Sujeto 5	

Tabla Pregunta No. 13				
No. 13 Qué hechos de violencia presentados por la televisión recuerdan que le hayan llamado la atención en el pasado reciente o lejano?	La bomba del DAS, la del Nogal, Bojayá, Caloto Cauca, Vaupés Mitú, Mapiripan, hechos de barbarie, de masacres crueles, cuerpos mutilados, descuartizados. Bomba avión de Avianca, imágenes impactantes que uno no se imagina que vayan a suceder. Me causa curiosidad la labor social a favor de Bojayá. Un secuestro en Caracas, enfrentamiento y negociación, filmado en vivo y pasado sin editar.	5	16%	Sujeto 1,3,7,28,15
	Masacres, destrucción de pueblos, familias, desplazados, que solo las muestran y muere la noticia.	2	7%	Sujeto 4,29,
	Guerra de EE.UU contra Irak, muertes y masacres.	2	7%	Sujeto 2,20
	De noticias no me preguntes, hablo de mis sucesos al ser parte de mi país.	1	3%	Sujeto 5
	Holocausto Nazi, los testimonios de personas en campos de concentración me marcaron. También la esclavitud. De la televisión no me ha llamado la atención nada	1	3%	Sujeto 6
	Torres Gemelas ver como se botaban las personas por la ventana lo dejan a uno asombrado. La noticia saturó que ya no se miraba con el mismo impacto, cansa tanto que ya no se busca indagar.	5	16%	Sujetos 8,21,24,25,30.
	Maltrato de niños. Niña que matan los hermanos por herencia del padre. Recuerdo niña vestida de colegiala y el charco de sangre.	4	15%	Sujetos 9, 11,19,22,
	Secuestrados que mataron a sangre fría y tiro de gracia, fue lo más impactante. Las bombas, no he intentado ampliarla porque la vaina es momentánea.	2	7%	Sujetos 10,23,
	Imágenes crueles ocasionadas por las minas quiebrapatas. Mina que deja un niño sin pierna y los aportes para conseguirle una prótesis. Autodefensas en un pueblo decapitan mucha gente.	2	7%	Sujeto 12,14
	Reacción del gobierno ante la destrucción del palacio de justicia, ver las llamas, los tanques entrando, gente disparando, camillas, muchos muertos.	1	3%	Sujeto 13
Armero gente quedó sin nada, sin familias. Pesca milagrosa en el aire de la guerrilla hizo aterrizar un avión. Ya no hay seguridad ni terrestre ni aérea.	1	3%	Sujeto 16	
A mi familia la extorsionaron, a los que lo hicieron, a los que lo hicieron los capturaron y los pasaron por televisión y prensa. Cuando me enteré que un familiar había sido secuestrado por las noticias.	2	7%	Sujeto 17,18	
Atentaron contra las palomas en Bogotá y murieron todas. De corazón duro los que lo hicieron.	1	3%	Sujeto 26	
En protesta golpean aun señor hasta asesinarlo, mostraron cuando lo golpeaban, él manoteaba y botaba sangre por la boca cuando lo llevaban al hospital.	1	3%	Sujeto 27	

Tabla Pregunta No. 14				
No. 14 Cómo definiría el concepto de violencia a partir de las imágenes y comentarios de noticias que usted a diario ve o escucha en la televisión?	Es la situación generada por personas que no sienten, no les importa nada, y sin un objetivo en la vida no son nada, y su forma de hacerse notar es generando violencia. Es todo aquello que tenga agresión física, verbal y psicológica es violencia.	3	10%	Sujetos 1,23,30
	Encierra todo, intrafamiliar, entre compañeros, con el conductor de bus, etc. son muchas manera con un mismo fin: agredir a otra persona verbal o físicamente. Agresión física, psicológica y social; mal de una sociedad que ha perdido la unidad familiar.	3	10%	Sujetos 2,19,22,
	Gente que causa daño en la persona y la sociedad, cosas trágicas de las que uno no se entera, o realidades que como las presentan no son tan ciertas, violencia del sur de Santander, nadie se acercaba pero uno iba y todos eran amigos de todos.	1	3%	Sujeto 3
	Situaciones que generan miedo, que hacen que las personas se escondan para evitar que los secuestren o los violen, aunque es riesgoso no puede uno quedarse encerrado.	2	7%	Sujetos 4,29,
	Puede ser física como golpes, o emocional como las palabras. Se da en la familia y la sociedad.	2	7%	Sujetos 5,21
	La ubicamos en el contexto de la guerra pero no en el contexto de la familia, que es desde donde se puede educar para que no haya guerra, "la violencia no está fuera de nosotros, sino que la produce uno mismo".	1	3%	Sujeto 6
	Es destrucción, hechos repudiadles como masacres, secuestros; es solucionar problemas por medios violentos. Muerte, poder, pérdida de cosas materiales, sufrimiento humano.	3	10%	Sujetos 7,24,28,
	Es una realidad mostrada crudamente. Es agresión, guerra, conflicto; la hay psicológica, social y física.	2	7%	Sujetos 8,20
	Es ausencia de paz. Es sangre, quitarle algo a alguien.	1	3%	Sujeto 9
	Son imágenes de muertos tirados, de casas destruidas. Es oscuridad, es una muestra de las necesidades y presiones sociales.	1	3%	Sujeto 10
Ver gente muerta, familias llorando, destrucción de pueblos, descuartizar personas. También abarca los sentimientos del país y las posiciones de la gente frente al tema.	1	3%	Sujeto 11	
Muerte, secuestros, diversas versiones de una misma situación que no conducen a la verdad. Generada por personas que no sienten. Indiferencia por el dolor humano, muerte, abuso, dolor, desesperanza.	2	7%	Sujeto 12,25	

Tabla Continúa	Pregunta 14:				
No. 14	Cómo definiría el concepto de violencia a partir de las imágenes y comentarios de noticias que usted a diario ve o escucha en la televisión?	Uso de la fuerza indiscriminada en contra de personas indefensas, que no pueden responder de la misma magnitud. Donde hay destrucción.	2	7%	Sujeto 13,15
		Es la realidad del principio de los tiempos, que marca nuestro modo de ser y vivir, es crueldad, egoísmo.	1	3%	Sujeto 14
		Discordia por inconformidad de la población, situación económica y discriminación social, entre gobierno y grupos revolucionarios que afectan intensamente la población.	1	3%	Sujeto 16
		Es ignorancia, maldad, ambición; matan y hacen sufrir; no saben lo que hacen, son sometidos por la presión de alguien, se dejan manipular.	1	3%	Sujeto 17
		Es ilógica, absurda, no hay un fin ni una meta común. Se busca el beneficio individual.	1	3%	Sujeto 18
		Es algo que hace la gente que no tiene razón, que no tiene sentimientos, que no tiene nada que perder en el mundo; les da igual si mueren en cualquier momento.	1	3%	Sujeto 26
		Injusta, maldad, ira.	1	3%	Sujeto 27

Tabla	Pregunta No. 15				
No. 15	En qué aspectos su vida cotidiana se ve afectada por la violencia que observa y escucha en un noticiero de televisión?	No me afecta, lo que se arraiga más es la idea de que las personas que están generando violencia son personas que no piensan. Directamente no me afecta en nada familiar y social, pero al ser de éste país tiene que afectarme lo que sucede. Tiene que ser muy impactante o muy cercano para que me afecte, lo demás es lo normal.	3	10%	Sujeto 1,14,18,
		A veces, al no poder expresar libremente mis pensamientos y opiniones, al hacerlo puedo ser objetivo de un guerrillero o paramilitar.	1	3%	Sujeto 2
		Ya uno tiene restricciones de ir a algún lugar que los medios tienen estigmatizados como violentos. Desconfianza, temor e inseguridad en cualquier sitio. No podemos viajar porque nos pueden secuestrar, se ve uno limitado a ciertos lugares y al contacto con otros.	3	10%	Sujetos 3,4,28,
		Lo que el noticiero da no me afecta, pero por la concepción que uno tiene de violencia sí. La violencia social por falta de educación y no de gente que está en guerra.	1	3%	Sujeto 6
		Uno siente cuando recibe la información pero no le afecta tanto como si uno estuviera allá metido en el conflicto. Estar prevenido de que pase algo, la gente tiene miedo a salir, de hablar, tiene traumas, problemas, se respira violencia.	2	7%	Sujetos 7,20,
		Es algo cotidiano. Las personas que viven el hecho traumático se ven afectadas emocional mente. Me da rabia lo inhumano de los guerrilleros, cada vez dañan más un país, una cultura.	5	17%	Sujetos 8,12,24,25,30
		Ahora no me afecta pero más adelante sí. La violencia da desempleo y tengo miedo que cuando salga de estudiar no encuentre empleo. Temor por el futuro tan incierto.	3	10%	Sujeto 9,19,23
		Me genera temor, no se tiene la misma libertad, está uno prevenido de que lo puedan robar, de cualquier situación que se pueda presentar.	2	7%	Sujetos 10,21
		Demasiado, me imposibilita, me inhibe, me desanima a seguir luchando por mi país. Nos sentimos pequeñitos ante la violencia y demasiado inertes para hacer algo.	2	7%	Sujetos 11,29,
		Me genera ansiedad, estados emotivos diversos, incertidumbre y temor. Con el robo de un vehículo sentí en pequeña dimensión lo que es estar secuestrado, presentir que pueden atentar contra la vida.	1	3%	Sujeto 13
		Ha crecido el temor a que le pase algo a personas que quiero, pierde uno seguridad, se vuelve desconfiado, más sensible a lo que veo y escucho de violencia. Temor a que me pueda pasar, angustia por impotencia de hacer algo. Temor y ansiedad por el bienestar de mis padres. Ver muertos y desplazados me afecta porque no tienen porqué pasar por ello. Uno puede caer en algún atentado o algo que le vayan a hacer a alguien.	5	17%	Sujeto 15,16, 17,22,26
		En el hogar al llegar a pelear por el estrés de lo que escucho.	1	3%	Sujeto 27
		No responde.	1	3%	Sujeto 5

Apéndice E

Categorías Inductivas

- Pregunta 1 Categorías Inductivas (Ver tabla 19)
- Pregunta 2 Categorías Inductivas (Ver tabla 20)
- Pregunta 3 Categorías Inductivas (Ver tabla 21)
- Pregunta 4 Categorías Inductivas (Ver tabla 22)
- Pregunta 5 Categorías Inductivas (Ver tabla 23)
- Pregunta 6 Categorías Inductivas (Ver tabla 24)
- Pregunta 7 Categorías Inductivas (Ver tabla 25)
- Pregunta 8 Categorías Inductivas (Ver tabla 26)
- Pregunta 9 Categorías Inductivas (Ver tabla 27)
- Pregunta 10 Categorías Inductivas (Ver tabla 28)
- Pregunta 11 Categorías Inductivas (Ver tabla 29)
- Pregunta 12 Categorías Inductivas (Ver tabla 30)
- Pregunta 13 Categorías Inductivas (Ver tabla 31)
- Pregunta 14 Categorías Inductivas (Ver tabla 32)
- Pregunta 15 Categorías Inductivas (Ver tabla 33)

Tabla 19. Pregunta 1 Categorías Inductivas

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 1: Cómo se informa de lo que sucede actualmente?</i>	CATEGORIAS INDUCTIVAS	SOPORTE
<i>Fuentes de información de Noticias Televisivas</i>	Vivencias propias Por mi trabajo Radio Noticieros de televisión Periódicos Internet	Experiencias propias Medios audiovisuales y escritos	Sujeto 1, 29, Sujeto 1,2,3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12,13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21. 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30.
	Lo que escucho de las personas, con los amigos, en la clase de contexto que nos hablaron de la actualidad nacional e internacional, artículos que se leen en clase	Grupos de referencia.	Sujeto 4, 11,25,16

Tabla 20. Pregunta 2 Categorías Inductivas

CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO DE LA ENTREVISTA PROPOSICIONES <i>PREGUNTA No. 2: Cuántos noticieros de televisión ve en el día?</i>	FRECUENCIA SOPORTE	
<i>Fuentes de Información de noticias televisivas</i>	Ningún noticiero	2	Sujeto 4, 5
	Un noticiero	16	Sujeto 2, 3, 6, 10, 13, 16, 18, 19,20, 21,22,26, 27, 28, 29, 30
	Dos noticieros	9	Sujeto 14, 17, 1, 7, 8, 11, 23, 24, 25
	Tres noticieros	3	Sujeto 15, 9, 12

Tabla 21. Pregunta 3 Categorías Inductivas

TABLA CATEGORIA DEDUCTIVA	TEXTO ENTREVISTA-PROPOSICIONES	CATEGORIA INDUCTIVA	SOPORTE
No. 3 <u>Pregunta No. 3</u> Qué noticiero de televisión prefiere?	<ul style="list-style-type: none"> • RON, la información es carismática, allegada a la gente, • Caracol, el que más gente lo ve * RCN por costumbre • • RCN por el formato, los presentadores (Claudia Bahamón), • CARACOL, presentación de la noticia • • RCN, Informa mejor, amplía la noticia, es variadito, • RCN, claro, objetivo, confiable. • RCN, tiene una visión mundial, serios, primeros en la noticia. • CARACOL, serio, objetivo • CARCOL, las noticias las dan más completas, la abarcan como tal, • CARACOL, muestra la noticia menos amarillista, menos dramático • CARCOL, comentarios completos. • No hay preferencia por ningún noticiero. 	<p>Compartido por el mismo grupo social</p> <p>Atractivo de la fuente</p> <p>Información viva y detallada de los acontecimientos.</p> <p>Indiferencia por la fuente de información</p>	<p>Sujetos 2,3,7,8,9,10,11,12,13,14,16,17,18,19,20,22,23,24,25,26,27,28,29,30</p> <p>Sujetos 1,4,5,6,15,21</p>

Tabla 22. Pregunta 4 Categorías Inductivas

Tabla No. 4	<u>4Pregunta No. 4</u> Cuánto tiempo dedica a ver un noticiero de televisión?	No le dedico tiempo a ver noticieros.	2	7%	Sujetos 4,5
		Veinte minutos nada más.	3	10%	Sujeto 6,19,29
		Treinta minutos, veo lo principal,	7	23%	Sujetos 1,12, s 16,3, 21,27,30
		Cuarenta y cinco minutos.	9	30%	Sujetos 2,7,8,9,18,20,23, 26,28
		Una hora.	7	23%	Sujetos 10,11,13,17,22, 25,24
		Dos horas.	2	7%	Sujetos 14,15

Tabla 23. Pregunta 5 Categorías Inductivas

Tabla Pregunta No. 5	No. 5 Qué parte del noticiero le llama más la atención?	Noticias deí momento, hechos de violencia, entretenimiento, Claudia Bahamón	Nacionales	Sujetos 1,18,23,
		Nacionales e internacionales, lo que pasa en realidad,	Nacionales e Internacionales	Sujeto 2, 3, 11,20,28,29,
		Contexto político y social, últimos sucesos de violencia y orden público, de la universidad, empleo, deportes, farándula	Contexto político y social	Sujeto 6, 7, 10,13,15,21,24,26 30,
		Titulares que generan expectativas, resumen todo.	Titulares	Sujeto 8,12,19,

Tabla 24. Pregunta 6 Categorías Inductivas

Tabla No. 6	Pregunta No. 6 Qué lo hace creer o confiar en la información que emite el noticiero de televisión?	* Confío en la seriedad de la persona que presenta la noticia, en el manejo serio de la información, profesionalismo con que lo hacen.	Experiencia de la fuente	Sujetos I, 2,3,6,7,8,9,10, II, 12,13,14,15,16 17,18,19,20,21,22 24,27,28,29,30.
		<ul style="list-style-type: none"> • En buenos noticieros la misma persona implicada sale hablando. • Depende de la veracidad con que sean dichas, con que las presenten. 	Autoridad o prestigio de la fuente	
		<ul style="list-style-type: none"> • Me haría creer el ya conocer la noticia y tener un criterio ante el hecho. • Si puedo confirmar que es cierto lo que están presentando, entre más específica más confiable • Es la realidad, lo que está sucediendo en el país, lo que estamos viviendo. 	Validación por la experiencia del televidente	
		<ul style="list-style-type: none"> • No creo por los profesionales que buscan fuentes y corroboran lo que dicen, abusan de los hechos violentos haciendo publicidad, maquillan lo que sucede para vender, ocultan información, dicen lo que les conviene, • No me enfoco en un noticiero, contraste opiniones e información, aunque ésta es sesgada por el punto de vista del periodista, manipulada, tergiversan las cosas, no estoy de acuerdo en todo lo que dicen. • Tergiversan un poco para agrandar la cuestión. 	Sinceridad de la fuente	
		<ul style="list-style-type: none"> • Proyecta noticias casi al instante y eso da cierta confiabilidad y garantía, acceso fácil a sitios donde están emitiendo las noticias, transmiten desde donde ocurren los hechos, la información es casi precisa, menos margen de error. • Por lo que muestran las imágenes uno cree que es cierto todo. • No creo cien por cien, pero me entero de algo que estaba sucediendo. 	Confiabilidad en la información	

Tabla 25. Pregunta 7 Categorías Inductivas

Tabla No. 7	<p><u>Pregunta No. 7</u> Qué fuentes consulta para profundizar o ampliar la información sobre las noticias que más le llaman la atención?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En Internet encuentra muchas cosas que no se ven en noticieros, la información es ampliada y actualizada, • Otros noticieros. • Periódicos, recopilan más aspectos del país, se concentran en las bombas de momento; hemeroteca UNAS. • Comentarios con otras personas sobre los últimos acontecimientos. 	Medios visuales	Sujetos 1,6,7,8,10,11,12,13,14,16,17,19,20,21,22,23,28,29,30
			Medios escritos	Sujetos 2,3,7,11,15,18,22,24,26,27,29,30.
			Opinión otras personas	Sujetos 20, 24.

Tabla 26. Pregunta 8 Categorías Inductivas

Tabla No. 8	<p><u>Pregunta No. 8</u> Cómo calificaría de 1 a 5 el nivel de información que tiene usted: 1=d es informado, 2=mal informado, 3=informado, 4=comprende en profundidad la información, 5=reflexivo y crítico.</p>	Des informado (1) Mal informado (2) Informado (3) Comprende en profundidad la información (4) Reflexivo y crítico (5) No responde	Sujeto 4
			Sujetos 11,12,21,30.
			Sujetos 2,3,6,8,10,16,17,19,20,22,24,25,26,27,28.
			Sujetos 1,7,9,14,15,18,23,29.
			Sujeto 13
			Sujeto 5

Tabla 27. Pregunta 9 Categorías Inductivas

Tabla No. 9	Pregunta No. 9 Qué imágenes e información recuerda que le haya llamado la atención de un noticiero de televisión?	<ul style="list-style-type: none"> • Ver el campamento donde los tenían secuestrados en medio de la selva • <i>Bombardeo</i> a una zona, mataron gente inocente por parte de la fuerza aérea Colombiana, viendo el vídeo estaban cuadrando los eventos para hacer la defensa de los supuestos implicados. El testimonio de la persona que queda viva, su trauma es una vivencia real. • Filmaron personas que habían perdido todo y luego les preguntaban que pensaban hacer. • Collar bomba de la señora de Boyacá lo pasaron casi en vivo, fue impactante. • <i>Nota curiosas</i> la pérdida de la billetera del presidente en Bucaramanga, el que la encontró retiró 12 millones de pesos. Chistosísimo; que a un ministro le habían robado 12 millones de pesos o de dólares, me enteré por una compañera. A alguien que se le perdió la tarjeta, le hacen mucho bun a algo que no es tan importante. • <i>El rescate del gobernador</i> de Antioquia y los demás secuestrados; que el presidente y familias dieran el permiso del rescate, y la guerrilla al verse rodeados los atacaron, yo no me hubiera confiado en el ejército pues en el lugar de la guerrilla, al verme acorralado ejerzo presión. Distorsionan la información, que el ejército necesita hacer cosas que los califiquen como efectivos. Tantas versiones, culpa del ejército, los helicópteros o los megáfonos que alertaron a los guerrilleros y empezaron a matar; o que estaban muertos cuando llegaron. • <i>Un niño</i> muriendo que quería ver al padre secuestrado, los medios le dieron vuelta a eso. El niño murió, la noticia murió y el padre siguió secuestrado. • <i>Torres gemelas</i> por lo que significó, el holocausto, la matanza que se vivió allí, ver la gente que se lanzaba al vacío por el desespero. La gente corriendo, destrucción, familias, gritos, muchas cosas que finalmente desensibilizaron, no profundizaron desde donde empezó. Imágenes reales de pánico, desespero, gritos, escombros. • <i>Carro bomba</i>, moto bomba en Saravena lo recuerdo porque me es familiar, yo soy de allá. Las noticias de último minuto llaman mi atención, son desastrosas, violentas, traen dolor. • Atentados a iglesia • <i>Asesinato de soldados</i> que acaban de morir acribillados por guerrilla. En toma guerrillera acribillados soldados, lo que siempre sucede. • <i>Un capitán llorando</i>, habían destruido la estación y matado personas y gente inocente. Se sentía impotente, yo digo que lloraba por ello, 	Contenido de la imagen	Sujetos 3,23,10,18,8,14,15,17.
				Sujetos 1,2,7
			Secuestro	Sujetos 3,4,8,11,12,19,23,25,29,30.
			Atentados terroristas	Sujetos 13,15,16,17,21,24,27
			Tomas guerrilleras	Sujetos 6,14,28

Tabla 28. Pregunta 10 Categorías Inductivas

Tabla <u>Pregunta No. 10</u> No. 10 Qué sentimientos experimentó a partir de la imagen e información que recibió de esa noticia?	<ul style="list-style-type: none"> • Rabia, tristeza por la imagen de Colombia. • Rabia porque se da importancia a la figura que representa que por lo que realmente pasó. • Rabia de ver como le sacan jugo a la tragedia de una persona. • Rabia, deberían matarlos también, son personas que no sienten. • Tristeza y rabia de que asesinen a la gente tan cobardemente. • Tristeza porque el niño necesitaba ver a su padre secuestrado y no podía. Rabia por la indolencia y falta de compasión con el niño y el padre. • Tristeza por la gente pidiendo auxilio. • Tristeza por las víctimas de la guerra, porque a muchos les costó la vida. • Dolor de ver como personas pueden obrar de forma tan inhumana Dolor y pena de ver como quedaron los muertos. Tristeza y dolor por la muerte de personas y familias. • Temor a salir porque uno era objetivo • Miedo, impaciencia de ver como actuaría la ley en una situación tan ambivalente. • Ansiedad, malestar, dolor de cabeza. 	Emociones experimentadas del televidente	Sujetos 2,3,4,7,8,9,10,11, 12,13,14,15,16,17 18,19,20,21,23,24 25,26,27,28,29,30
	<ul style="list-style-type: none"> • Impotencia porque la gente no se deja educar. • impotencia de ver el sufrimiento de personas inocentes que sufren, sin oportunidad de defenderse. • Frustración, • Desconcierto, increíble lo que veía en las imágenes, como de película. • Decepción del ejército que se supone capacitado para rescates. Indignada de que actúen de forma tan brutal. • Desesperación, desesperanza, inconformidad de tantas disputas entre gobierno y grupos guerrilleros. • Asombro por la tecnología y despliegue militar, • Impresión por la cantidad de muertos y destrucción de un momento a otro. • Impresión, por la magnitud de la tragedia. 	Creencias del televidente	

Tabla 29. Pregunta 11 Categorías Inductivas

<p><u>Tabla Pregunta No. 11</u> No. 11 En qué piensa cuando ve o escucha información sobre violencia en los noticieros de televisión?</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◆ En mis amigos, mi familia, mi hija que no les suceda nada de lo que aparentemente aún no nos ha tocado. En mis padres porque no vivo con ellos, viven en una zona roja y nunca se sabe que pueda pasar. En todos los días de los Colombianos, una realidad de las familias, la política, las personas. ◆ Amigos que han muerto en Barranca. ◆ Dolor, muerte, soledad, destrucción, manipulación. ◆ La agresión a la otra persona y a uno mismo, la deshumanización que vivimos. ◆ Los secuestrados me han marcado mucho. En masacres, asesinatos. ◆ En las familias de las personas que salen lastimadas, el dolor que sienten, me imagino lo difícil que deben estar experimentando. ◆ Me pregunto por las personas detrás de la tragedia, a donde quieren llegar aterrizando al mundo. ● En la agresión personal a partir del contexto de la familia. ● Se atenta contra la decisión del individuo. ● Muerte, tiros, es una parte negra del mundo, donde caen las presiones sociales y las necesidades. ● No debería ser de esa manera, la vida tiene que ser vivida lo mejor posible ● Falta protección del gobierno a niñez y jóvenes ● Viola derechos humanos, la vida es objeto de intercambio y manipulación. Falta sensibilidad al dolor humano. ◆ Debería llagar alguien que pusiera ultimatum a terroristas que hacen atentados y bombas ● Nos quedamos en el sufrimiento y no miramos al nuevo camino al que nos puede llevar, en el individualismo que seguirá llevando a más violencia. ● No tener la capacidad de solucionar los problemas por otros medios no violentos. ● En el país como está y la impotencia ante la situación. ● No hay que dar espacio para que los guerrilleros se tomen otra zona, cortar de una vez. ● A nivel local los violentos sean enfrentados por su misma filosofía. ● No me gustaría estar en el lugar de los que sufren una situación de violencia. ● Con tanta violencia el futuro puede ser incierto. ● En que se tiene que hacer algo, si mi presente es violento, el de mis hijos va a ser diez mil veces peor. Hacer algo es cuestión de todos. ● Con tanto maquillaje y ganas de vender estamos desensibilizándonos a la violencia del mundo. ● Guerras no son solución a problemas, sacrifican vidas por intereses de pocos. 	<p>Personas, familiares y amigos</p> <p>Experiencias vividas</p> <p>Creencias generalizadas</p> <p>Causas</p> <p>Evaluación de consecuencias</p>	<p>todos los sujetos de la muestra.</p>
--	--	--	---

Tabla 30. Pregunta 12 Categorías Inductivas

Tabla Pregunta No. 12			Sujetos
J No. 12 Recuerda desde cuando empezó a escuchar el concepto de violencia en los noticieros y con que lo asociaba?	<ul style="list-style-type: none"> 6 a 12 años 	infancia	1,2,3,4,6,8,9,10, 12,16,17,19,20,21 23,24,25,26,27,28 29,30
	<ul style="list-style-type: none"> 13 a 18 años A temor, armas, mentiras. Con algo oscuro y negro. miedo, temor, muerte, abusos A Asociaba con combate cerca del pueblo donde vivía. A No me dejaban salir por que había muchos violadores. A Familiar sufre atraco y casi pierde la vida A En mi hogar siempre ha habido violencia A a la muerte de mi abuelito mis tíos se peleaban A al papá de mi hija lo mataron relacionaba lo que veía con lo que me había pasado. Siempre la asocio con personas que he conocido. A donde vivía la guerrilla se metió y murió un señor importante. A Desde pequeña escuchaba de ataques de la guerrilla • Mi abuelita me contaba los horrores que vivió en época de la violencia • Por la televisión con los actos violentos en Colombia. • En las noticias todo era tragedia, carros bomba, accidentados, ahora es muy cansona. • Veía en televisión o películas • herirá alguien, hacerlo sufrir. • herir a alguien, hacerlo sufrir. A Con muerte, matara alguien A Contacto interpersonal A Como cuando alguien le pega a alguien. A Castigaban a compañeros, golpes A maltrato, muerte, abusos. A herir a alguien, hacerlo sufrir. • armas y tragedias, disparos, guerras, guerrilla, bombas. • parte oscura de Colombia, muertes y armas. Nombraban a Pablo Escobar, M19, no querían hacer daño como los de ahora. • violencia intrafamiliar • necesidades • la violencia no se veía en la ciudad sino rural • guerrilleros era el principal problema, ahora uno sabe que el gobierno es el principal problema. 	Adolescencia Sentimientos	Sujetos 22,11,13,14,15,18
		Experiencias propias o de personas cercanas	
		Información de otras personas o medios de comunicación	
		Comportami ent os	
		Situaciones sociales	

Tabla 31. Pregunta 13 Categorías Inductivas

Tabla Pregunta No. 13 No. 13 Qué hechos de violencia presentados por la televisión recuerdan que le hayan llamado la atención en el pasado reciente o lejano?	<ul style="list-style-type: none"> • DAS, Club el Nogal, Bojayá, Caloto Cauca, Vaupés Mitú, Mapiripan • avión de Avianca, Caracas, 	Lugares	Sujeto
	<ul style="list-style-type: none"> • bombas • hechos de barbarie, de masacres crueles, muertes • Masacres, destrucción de pueblos, familias • Secuestrados que mataron a sangre fría y tiro de gracia, fue lo más impactante. • Reacción del gobierno ante la destrucción del palacio de justicia • Pesca milagrosa en el aire de la guerrilla hizo aterrizar un avión. Ya no hay seguridad ni terrestre ni aérea. 	Acciones	
	<ul style="list-style-type: none"> • cuerpos mutilados, descuartizados • imágenes impactantes que uno no se imagina que vayan a suceder. • enfrentamiento y negociación, filmado en vivo y pasado sin editar • Torres Gemelas ver como se botaban las personas por la ventana lo dejan a uno asombrado. La noticia saturó que ya no se miraba con el mismo impacto • Recuerdo niña vestida de colegiala y el charco de sangre • Imágenes crueles ocasionadas por las minas queiebrapatatas. • ver las llamas, los tanques entrando, gente disparando, camillas, muchos muertos. • A mi familia la extorsionaron, a los que lo hicieron los capturaron y los pasaron por televisión • Cuando me enteré que un familiar había sido secuestrado por las noticias. • mostraron cuando lo golpeaban, él manoteaba y botaba sangre por la boca cuando lo llevaban al hospital. 	Imágenes	
	<ul style="list-style-type: none"> • desplazados, que solo las muestran y muere la noticia. • Guerra de EE.UU contra Irak • Holocausto Nazi, los testimonios de personas en campos de concentración me marcaron • Niña que matan los hermanos por herencia del padre. • Mina que deja un niño sin pierna • Autodefensas en un pueblo decapitan mucha gente. • En protesta golpean a un señor hasta asesinarlo. 	Personas o grupos	

Tabla 32. Pregunta 14 Categorías Inductivas

<p><u>Tabla Pregunta No. 14</u> No. 14 Cómo definiría el concepto de violencia a partir de las imágenes y comentarios de noticias que usted a diario ve o escucha en la televisión?</p>	<p>» personas que no sienten, no les importa nada, y sin un objetivo en la vida no son nada, y su forma de hacerse notar es generando violencia. Gente que causa daño en la persona y la sociedad la violencia no está fuera de nosotros, sino que la produce uno mismo. Ver gente muerta, familias llorando, se busca el beneficio individual</p> <p>• Indiferencia por el dolor humano, muerte, abuso, dolor, desesperanza.</p>	<p>Actores</p>	<p>Todos los Sujetos de la muestra.</p>
	<p>• todo aquello que tenga agresión física, verbal y psicológica es violencia. • Tiene como fin, agredir a otra persona verbal o físicamente. • Puede ser física como golpes, o emocional como las palabras • Es destrucción, hechos repudiados como masacres, secuestros; es solucionar problemas por medios violentos. Muerte, poder, pérdida de cosas materiales, sufrimiento humano. • Es agresión, guerra, conflicto; la hay psicológica, social y física. • Es sangre, quitarle algo a alguien. • Son imágenes de muertos tirados, de casas destruidas; destrucción de pueblos, descuartizar personas, Muerte, • secuestros, diversas versiones de una misma situación que no conducen a la verdad. • Uso de la fuerza indiscriminada en contra de personas indefensas, que no pueden responder de la misma magnitud. Donde hay destrucción.</p>	<p>Acciones</p>	
	<p>• intrafamiliar, entre compañeros, con el conductor de bus, etc. • mal de una sociedad que ha perdido la unidad familiar. • Se da en la familia y la sociedad • La ubicamos en el contexto de la guerra pero no en el contexto de la familia, que es desde donde se puede educar para que no haya guerra • Es oscuridad, es una muestra de las necesidades y presiones sociales. • abarca los sentimientos del país y las posiciones de la gente frente al tema. • Discordia por inconformidad de la población, situación económica y discriminación social, entre gobierno y grupos revolucionarios que afectan intensamente la población. • Es ignorancia, maldad, ambición, es ausencia de paz • • cosas trágicas de las que uno no se entera o realidades que como las presentan no son tan ciertas • Situaciones que generan miedo, que hacen que las personas se escondan para evitar que los secuestren o los violen, • Es una realidad mostrada crudamente.</p>	<p>Contexto</p>	

Tabla 33. Pregunta 15 Categorías Inductivas

Tabla Pregunta No. 15 No. 15 En qué aspectos su vida cotidiana se ve afectada por la violencia que observa y escucha en un noticiero de televisión?	<ul style="list-style-type: none"> * No me afecta ▲ Directamente no me afecta en nada familiar y social, pero al ser de éste país tiene que afectarme lo que sucede ▲ Tiene que ser muy impactante o muy cercano para que me afecte, lo demás es lo normal. A Uno siente cuando recibe la información pero no le afecta tanto como si uno estuviera allá metido en el conflicto A Ahora no me afecta pero más adelante sí. A Demasiado, me imposibilita, me inhibe A Con el robo de un vehículo sentí en pequeña dimensión lo que es estar secuestrado, presentir que pueden atentar contra la vida. • se arraiga más es la idea de que las personas que están generando violencia son personas que no piensan. • me desanima a seguir luchando por mi país. • Nos sentimos pequeñitos ante la violencia y demasiado inertes para hacer algo. A la gente tiene miedo a salir, hablar, tiene traumas, problemas, A Las personas que viven el hecho traumático se ven afectadas emocionalmente. A Me da rabia lo inhumano de los guerrilleros A Temo por el futuro tan incierto A Me genera ansiedad, estados emotivos diversos, incertidumbre y temor. A el temor a que le pase algo a personas que quiero, a mis padres, o a mí. A más sensible a lo que veo y escucho de violencia. A angustia por impotencia de hacer algo. • No podemos viajar porque nos pueden secuestrar • La violencia social por falta de educación y no de gente que está en guerra. • Es algo cotidiano. • cada vez dañan más un país, una cultura. • La violencia da desempleo. • está uno prevenido de que lo puedan robar, de cualquier situación que se pueda presentar. A no poder expresar libremente mis pensamientos y opiniones, al hacerlo puedo ser objetivo de un guerrillero o paramilitar. A Ya uno tiene restricciones de ir a algún lugar que los medios tienen estigmatizados como violentos. Desconfianza, temor e inseguridad en cualquier sitio, no se tiene la misma libertad A tengo miedo que cuando salga de estudiar no encuentre empleo A pierde uno seguridad, se vuelve desconfiado, puede caer en algún atentado o algo que le vayan a hacer a alguien. 	<ul style="list-style-type: none"> Implicación del televidente Creencias Emocional Social Satisfacción de sus necesidades 	Sujetos

