

LA MIRADA MORAL SOBRE LA VIOLENCIA EN TELEVISIÓN.

Un análisis de los discursos de los espectadores

THE MORAL GAZE ON TV VIOLENCE. Analysing audience discourses

JUAN CARLOS REVILLA jcrevilla@cps.ucm.es

Unidad Complutense de Madrid. España

CONCEPCIÓN FERNÁNDEZ VILLANUEVA cfvillanueva@cps.ucm.es

Unidad Complutense de Madrid. España

ROBERTO DOMÍNGUEZ BILBAO roberto.dominguez.bilbao@urjc.es

Universidad Rey Juan Carlos. Madrid. España

RESUMEN

Nuestra investigación busca incluir las perspectivas de la audiencia sobre la violencia de los medios, enfatizando el papel activo de esta en relación con los mensajes mediáticos, al igual que la *Audience Reception Research*. Mediante el análisis de discurso se analizaron ocho grupos de discusión y los resultados muestran la cualidad estructurante de la dimensión realidad/ficción para la comprensión de la violencia. Se destaca también la mirada moral que caracteriza la orientación de la audiencia hacia la violencia en los medios, pues algunas formas de ver la violencia en televisión se consideran aceptables y otros inaceptables. Todo depende de si la mirada se articula respecto a la víctima, violencia real, o respecto al héroe, violencia de ficción.

PALABRAS CLAVE

Análisis de discurso, Audiencias, Televisión, Violencia.

ABSTRACT

Our research tries to include the audience views on media violence, emphasizing the active role of audience vis-à-vis media messages, much like Audience Reception Research has done. Through the discourse analysis of eight focus groups on TV violence, our results show the structuring quality of the reality/fiction dimension for viewers' understanding of violence. Also highlighted is the important moral component of these discourses, that is, the moral gaze that characterizes an audience's orientation toward media violence, making some orientations to watch TV violence acceptable, while others are considered unacceptable and, in connection with the previous dimension, is developed around victim, real violence, or around hero, fictional violence.

KEYWORDS

Audience, Discourse Analysis, Media Violence, Television.

LA MIRADA MORAL SOBRE LA VIOLENCIA EN TELEVISIÓN. UN ANÁLISIS DE LOS DISCURSOS DE LOS ESPECTADORES

La importancia, cada vez mayor, que se otorga a la interpretación de los espectadores en la mayoría de las orientaciones teóricas y metodológicas que se refieren a los medios en general, y al problema de la violencia en particular, ha fructificado en lo que se conoce como *audience reception research*, que desde los años ochenta ha mostrado de forma consistente cómo los espectadores interpretan y relacionan de forma compleja el contenido de los medios (Hall 1980; Lull 1988; Morley 1980). El interés en las interpretaciones de los espectadores ha llegado también a las metodologías experimentales. Así, Potter y Tomasello (2003) hacen un llamamiento para tener en cuenta las interpretaciones de los espectadores.

Deudores de los estudios culturales críticos, la perspectiva de la audiencia activa comenzó a alcanzar significatividad como resultado del giro etnográfico de los años ochenta (Jensen y Pauly 1997) cuando surgieron dos aproximaciones principales. La primera aplicó el trabajo de campo tradicional al estudio de las audiencias (Lull 1988) y la segunda utilizó las entrevistas en profundidad y los grupos de discusión para extraer la comprensión de los espectadores de su propia experiencia (Morley 1980). Desde este punto de vista, las respuestas de la audiencia son construcciones estrechamente relacionadas con la identidad del hablante y las demandas de la situación (Lindlof 1991). Esta perspectiva hace posible ir más allá del receptor individual e investigar cómo las personas construyen colectivamente los significados que dan al contenido de los medios, de forma que las diferencias (sub)culturales pueden ser más significativas que las individuales.

Un punto fuerte de esta perspectiva es que, inevitablemente, tiene que atender a los diferentes tipos de contenidos emitidos por los medios y así evitar la generalización que normalmente caracteriza el interés por los medios. A este respecto, las investigaciones sobre la recepción por la audiencia tienden a recoger diferencias que son importantes para los sujetos, que pueden tener que ver con el tipo de programa, y especifican cómo la orientación de la audiencia difiere según esos contenidos variables. Se otorga importancia, en ese sentido, a la distinción entre violencia real y ficticia, entre informativos, películas, series, etc. (Gauntlett y Hill 1999), o bien se analiza específicamente un determinado tipo de género (Hill 1997; Nightingale 1996).

De forma recurrente, los espectadores se orientan de modo distinto hacia la violencia, ya sea esta real o de ficción, sintiéndose más afectados y perturbados por la violencia real que por la ficticia. Este discurso aparece incluso en los niños que se preocupan por otros niños más jóvenes que ellos (Buckingham 1996; Aran *et al.* 2003), lo que es signo del alto nivel de penetración de este discurso sobre los efectos de la violencia mediática sobre la población. Sin embargo, según los sujetos, el impacto que produce la realidad no implica necesariamente que los comportamientos violentos sean imitados o que produzcan insensibilización.

Diversos estudios muestran que la violencia real se ve desde la perspectiva de la víctima, en dos sentidos diferentes. Primero, el miedo a que la violencia similar a la que aparece en los medios le pueda suceder a uno, fundada o infundadamente (la *teoría del cultivo* [Gerbner y Gross 1976]), así que será más probable cuando la distancia entre la víctima y el sujeto sea pequeña, sea geográfica o subjetivamente (Tulloch y Tulloch 1993; Nightingale *et al.* 2001).

En segundo lugar, el llamamiento de los medios a prestar atención solo a las víctimas, siendo así un testigo independiente del sufrimiento humano (Ignatieff 1997) y llamando a la responsabilidad del espectador ante el sufrimiento distante (Boltanski 1999). Sin embargo, en el caso de la violencia de ficción, hay una mayor probabilidad de que la audiencia comprenda la perspectiva del agresor si la agresión es legítima y si es posible disfrutar de sus aventuras y éxitos (Shaw 2004), o por la búsqueda de la fuerte respuesta emocional y física que provocan estos productos de ficción cuya contemplación supone todo un reto (Hill 1997). Este modo de consumo de emociones se reconoce también en el gusto de los niños por ver películas de terror (Nightingale *et al.* 2001).

La aproximación a los contenidos violentos desde una posición moral

Hay una cuestión a la que no se ha prestado la suficiente atención: los espectadores se aproximan a la violencia en televisión, ya sea real o ficticia, desde una posición moral. En la violencia de ficción porque no es posible disfrutar con todas sus manifestaciones, pues hay una violencia que es aceptable y otra que no lo es (ver Gauntlett y Hill 1999). Esta aceptabilidad contingente tiene, al fin y al cabo, un importante componente moral. En el discurso de la experimentación estética, existe una clara separación entre el disfrute con la violencia de ficción, que otros consideran inaceptable, y la violencia real, que es claramente rechazable (Hill 2001; Ramírez *et al.* 2007). En lo que se refiere a la violencia real, Hill (2000) observó que los sujetos necesitan sobreenfatizar los elementos educativos y de servicio público de la programación realista, mientras que restan importancia al placer producido por la contemplación de los altibajos de las historias reales de accidentes y enfermedades que aparecen en ciertos programas. En otras palabras, es moral contemplar la violencia real para educar a la población, pero no para el propio disfrute.

El análisis de discurso en la *audience reception research*

Como resultado, el objetivo de este trabajo es el análisis de los discursos generales sobre la violencia en los medios. Creemos que, como cuestión de preocupación pública, existen discursos muy extendidos sobre la violencia en televisión y sus efectos que merecen ser analizados. Estos discursos forman parte de los significados y orientaciones morales que las personas compartimos con respecto a la violencia en televisión.

Por otro lado, entendemos que es necesario realizar un análisis en profundidad de las interpretaciones de los espectadores sobre los contenidos violentos en los medios de

comunicación. De hecho, este análisis trata de establecer un puente entre la *audience reception research*, enmarcada en la tradición de los estudios culturales, y el análisis de discurso. Existe una tendencia en el análisis de discurso crítico de concentrar los esfuerzos en los discursos de los medios, sin prestar apenas atención a los discursos de sentido común sobre los medios.

A pesar del innegable interés que tiene la cuestión, no existe hasta el momento una literatura suficiente desde esta perspectiva y se necesita un mayor esfuerzo para mostrar la fortaleza de los resultados. A este respecto, el análisis de discursos en diferentes contextos sociales o de diferentes grupos sociales puede mostrar hasta qué punto los discursos que se utilizan para comprender la violencia en televisión son similares y en qué aspectos existen diferencias. Teniendo en cuenta que la perspectiva de la investigación sobre la recepción de la audiencia se ha desarrollado fundamentalmente en países anglosajones, puede ser interesante también investigar las interpretaciones de los espectadores en otros contextos culturales. En consecuencia, un segundo objetivo es el análisis de cómo los espectadores españoles (madrileños en este caso) se relacionan con la violencia en televisión. Aunque la nuestra es una cultura occidental también, las diferencias con los países anglosajones podrían dar lugar a discursos al menos parcialmente diferentes, que podrían poner de manifiesto elementos comunes en la comprensión de la violencia en los medios, al tiempo que mostrarían también sus elementos más idiosincrásicos. En el contexto español, esta es una experiencia novedosa, pues no conocemos de ninguna investigación que haya analizado la violencia en los medios desde esta perspectiva. Solo Callejo (1995) se acercó a los medios con una aproximación parecida, mas no analizó en concreto la cuestión de la violencia, mientras que Aran *et al.* (2003) analizaron exclusivamente el discurso de los menores sobre la violencia en televisión. Merece destacarse también el trabajo de Martínez Nicolás *et al.* (2008), quienes, desde la perspectiva del acontecimiento mediático, analizaron la boda real de los príncipes de Asturias con metodología de trabajo de campo en hogares españoles.

METODOLOGÍA

Para llevar a cabo este análisis de los discursos sobre la recepción y los efectos de la violencia en televisión, se decidió utilizar los grupos de discusión como técnica de recogida de información más adecuada, ya que permite reproducir el discurso ideológico cotidiano sobre la realidad social de un grupo específico o una clase social. Hasta el momento, en el estudio de las audiencias ha predominado una perspectiva etnográfica, contextual y en un medio familiar, que condujo a investigar directamente los grupos familiares para descubrir cómo utilizan la televisión y el lugar que tiene en sus vidas, combinando las entrevistas personales y la observación *in situ* (Lull 1988). Esta metodología tiene la ventaja de que permite acceder al contexto específico de uso de los medios, pero presenta problemas como la posible reacción de los sujetos, pues inevitablemente

adaptan su conducta a la presencia de un extraño y racionalizan y dramatizan su acción (Callejo 1995). Gauntlett y Hill (1999) utilizaron diarios de voluntarios desde una perspectiva longitudinal. Esta metodología produjo interesantes resultados y tiene la ventaja de permitir rastrear los cambios en la relación de los sujetos con la televisión, pero, al ser material escrito, presenta el inconveniente de no ser muy espontáneo y puede ser, pues, controlada racionalmente por los sujetos.

Callejo (1995) explica con claridad las ventajas de los grupos de discusión para el análisis de los usos de la televisión, una metodología que ha sido utilizada en la investigación sobre la recepción de la audiencia por sí misma o junto con entrevistas en profundidad, desde los estudios de Morley (1980), y ha producido interesantes resultados. Para Callejo (1995), en los grupos de discusión se construye un discurso colectivo que representa al grupo social al que pertenecen los sujetos y no está tan mediatizado por el observador en la medida en que la situación de grupo se antepone a la observación externa. En consecuencia, incluso cuando los discursos del grupo no tienen lugar en un contexto natural, se pueden entender como producciones representativas de la forma en que se entiende el objeto de estudio, lo que es el objetivo buscado. En general, una típica discusión de grupo busca reproducir el discurso ideológico cotidiano sobre la realidad social de un grupo o clase social específico y así consigue que las emociones básicas, los conflictos y las normas sociales dominantes pasen a primer plano. Como resultado, las posiciones discursivas que toman los participantes tienen un carácter prototípico (Alonso 1998). Por esta razón, es mejor que los sujetos no tengan relación entre sí en absoluto (Ortí 1986) y que pertenezcan al mismo grupo o categoría social. El otro criterio de selección de participantes se basa en su homogeneidad o heterogeneidad. La homogeneidad permite la producción de un discurso coherente y la heterogeneidad permite el intercambio (ver Ibáñez 1979).

Aunque la aproximación general de la investigación busca el contraste de los discursos de diferentes grupos sociales, este trabajo se centra en los invariantes discursivos o en las recurrencias y comunalidades encontradas entre todos los grupos. Así, se consideraron categorías sociales que ya se ha apreciado que tienen una conducta diferente respecto de la violencia, como las categorías de género o de edad (ver, por ejemplo, Potter 2003). También se consideró el nivel educativo para comprobar hasta qué punto es un elemento estructurante de los discursos sociales sobre la violencia en los medios. Estas variables justificaron el número de grupos de discusión (ocho) que se desarrollaron en Madrid en noviembre de 2007. Todos los participantes (ocho por grupo excepto en el grupo 6, donde fueron 6) manifestaron un consumo mínimo de 90 minutos de televisión al día y las reuniones de grupo duraron entre 90 y 120 minutos (tabla 1)

Con el apoyo de un guión flexible, en los grupos se comenzó por discutir sobre la conceptualización que los sujetos espontáneamente realizan de la violencia en televisión, sus creencias sobre los efectos, cómo la interpretan y cómo la clasifican, y cuáles son los límites éticos de la exhibición de violencia en televisión. Después de este trabajo orientador de la temática a tratar, en las entrevistas se preguntó por la violencia en todos los tipos de programa sin referirnos a ningún ejemplo específico. Eso sí, enfatizando

Tabla 1.
Grupos de discusión

	Jóvenes (18-25) (32 s.)		Adultos (40-55 con niños) (30 s.)	
	Educación obligatoria	Educación superior	Educación obligatoria	Educación superior
Mujeres (32 suj.)	Grupo 1 (8 s.)	Grupo 4 (8 s.)	Grupo 5 (8 s.)	Grupo 8 (8 s.)
Hombres (30 suj.)	Grupo 3 (8 s.)	Grupo 2 (8 s.)	Grupo 7 (8 s.)	Grupo 6 (6 s.)

Fuente: "Violencia en televisión: Presentación, legitimación y recepción por los espectadores" (MCyT; SEJ2004-07129/SOCI).

nuestro interés por la exposición de sus reacciones, experiencias o emociones producidas por la exposición a la violencia en los diferentes tipos de programas.

El método de análisis elegido atiende a las sugerencias de varios teóricos del análisis de discurso. Hemos identificado los discursos o "repertorios interpretativos" (Potter & Wetherell 1987) más importantes y frecuentes. Entendemos los discursos como un sistema coherente de significados acerca de un objeto determinado (Parker 1992). Los discursos que podemos identificar se nutren de los materiales que ofrece la cultura y son recursos sociales que pueden ser utilizados por cualquiera de sus miembros, en tanto en cuanto los conozca y su posición social se lo permita –todo discurso tiene sus condiciones de uso. Atendemos igualmente a la "estructura narrativa", a los elementos que se ponen en juego en la construcción de relatos ordenados, coherentes, con atribuciones de causalidad, responsabilidad y consecuencias. Finalmente, en la realización de todas esas operaciones analíticas hemos extraído de los términos toda la "condensación" de significaciones que creemos que contienen ya que nosotros mismos somos miembros de la misma sociedad y compartimos el mismo lenguaje y somos portadores de los significados que los términos poseen en nuestro contexto.

Por último, es necesario destacar que en este trabajo analizamos los discursos que se presentan de forma similar en todos los grupos analizados, hombres y mujeres, jóvenes y adultos, personas con bajo y alto nivel educativo. Esto no significa que no existan tales diferencias, sino que serán analizadas en otro momento. Además, el interés de este análisis conjunto radica precisamente en la importancia de los discursos comunes a todos estos grupos sociales. Asimismo, aunque ocho grupos focales no son un número demasiado grande, la congruencia entre todos ellos es un buen indicador de la importancia de los discursos descritos a continuación, que entendemos representativos de las formas en las que los espectadores viven la violencia en televisión.

LA ORIENTACIÓN LAS DIFERENTES FORMAS DE VIOLENCIA TELEVISADA

Cuando se habla de violencia en televisión la primera cuestión interesante que surge es la importancia de la orientación que se toma hacia ella, o, dicho de otro modo, lo que buscamos cuando vemos violencia. Por ello, los discursos tienen una carga moral muy notoria, estableciendo qué orientaciones son aceptables (“normativas” [Chouliaraki 2004]) y cuáles no, cuando las personas ven violencia. Esto se une al hecho de que los discursos están claramente diferenciados entre los referidos a la violencia real y los referidos a la violencia de ficción.

Tomando ambas cuestiones en cuenta, podríamos decir que la principal orientación aceptable hacia la violencia real (y hacia la ficción realista, siempre que “pase” por real) tiene que ver con el interés por el conocimiento del mundo. Las personas quieren conocer el mundo tal como es, y eso significa ser consciente de la violencia que existe en él. La violencia existe en la vida real y tenemos que conocerla, no podemos cerrar nuestros ojos al mundo.

todo esto te enseña a ver lo cruda que es la vida, tampoco se puede vivir toda la vida sin haber visto nada de violencia y que luego llegues y te encuentres con lo que es la vida, con todo lo que pasa en estos países de oriente... la información hasta cierto punto, porque no puedes tener a tus hijos en el mundo que todo es bueno, no pasa nada, y luego llegan al mundo real y se tienen que enfrentar con ello.

(G1 MJ-SU)¹

También significa estar al día, esto es, conocer todo lo que está sucediendo cada día. Si hay algo nuevo, las personas desean ser testigos de ello, especialmente si es importante, y así compartir ese conocimiento con otros. En este sentido se comentan las imágenes, por ejemplo, de los atentados del 11-S, como imágenes impactantes, que hemos de ver para ser testigos de un acontecimiento de gran importancia, aunque desgraciada, y que compartimos con los demás reconstruyendo el significado y la relevancia de la noticia.

A mí sí me cambió, para mí ya no fue lo mismo después de ver a un tío saltando por la ventana, a mí no me parece que me haya acostumbrado a eso, yo tengo la imagen de los aviones chocando con las torres, no me he olvidado de eso, ni me he olvidado de toda la gente...

Y las llamadas desde los aviones

Eso también

¹ Para referirnos a cada uno de los grupos utilizaremos la siguiente nomenclatura: el número que sigue a la G primera indica el número ordinal del grupo, después aparece una primera letra para designar el sexo de los participantes (M, mujer; H, hombre), una segunda designa la edad (J, jóvenes; M, mayores) y las dos últimas indican el nivel educativo (SU, estudios básicos; CU, estudios universitarios). La intervención del moderador(a) se transcribe en mayúsculas.

El llamar y decir: oye que han secuestrado el avión y lo van a estrellar
Eso es la máxima violencia que hemos podido ver, después de eso ya casi nada nos...

(G3 HJ-SU)

Esta postura ante la violencia real implica una expectativa de noticias negativas, de ver los horrores del mundo y la maldad de los seres humanos. En otras palabras, esperan descubrir algo sobre el sufrimiento humano. Por tanto, como se mencionó más arriba, esto indica que los espectadores, ante la violencia real, se alinean con la víctima y no con el agresor. Por supuesto, esto tiene que ver con la selección que los medios hacen de lo que pasa y de lo que es noticia. Pero no se cuestiona esa selección en negativo de la realidad, sino que se asume como tal, la realidad de los medios se asume como "la" realidad y de ese modo la violencia en televisión se entiende como reflejo de la realidad. Una realidad que hay que conocer aunque sea dura, no guste y genere temor.

Pues para ver las salvajadas que hacemos, que hace el hombre, en todos los sentidos, con el mismo hombre, claro

TE HA HECHO REFLEXIONAR, QUÉ TE HA HECHO PENSAR ESO

Pues de todo, pensar en la guerra, en la sangre fría que tienen algunas personas, hablamos de los de ETA, ahí está también una persona con sangre fría, se acerca a uno y le pega un tiro, te hace reflexionar en eso, la maldad que hay en el hombre...

(G7 HM-SU)

Por ello, lo que los sujetos esperan de la violencia real es el impacto o la ausencia de impacto. Así, hay imágenes que impactan por su contenido explícito, por mostrar escenas brutales, mientras que otras imágenes impactan por lo que implican, por mostrar acontecimientos desgraciados que por su repercusión terminan por ocupar buena parte del espacio mediático, como los atentados de Madrid y Nueva York. Y estos dos tipos de imágenes son los que perduran en el recuerdo, incluso durante décadas.

del 11-M a todos nos quedan imágenes, más que decir 200 muertos, la imagen del niño sangrando, de la mujer embarazada, yo creo que eso es un poco...

(G1 MJ-SU)

...yo me acuerdo cuando están decapitando a unos soldados en Irak, lo tuve que quitar y cada vez que hablaban del tema lo quitaba, porque es que la imagen me pareció tan horrible y me produjo una sensación tan horrible... cambiaba de telediario o de canal o lo que sea, lo comentabas: "qué horrible", "qué tal", pero yo no lo volvía a ver...

(G4 MJ-CU)

Hay una imagen que quizá cuando muera se me quitará que era un oficial de Vietnam del Norte pegándole un tiro a uno en la cabeza, caerse y ver un chorro de sangre, eso se me ha quedado para toda mi vida clavado en el cerebro, no me lo puedo quitar.

(G7 HM-SU)

Pero la necesidad de conocer la realidad de la violencia y el sufrimiento humanos tiene límites y sobrepasarlos significa tomar una postura que ya no es aceptable frente a la violencia televisiva. El principal límite tiene que ver con el hecho de recrearse en las imágenes, lo que implica repetición de imágenes violentas y profundizar en el sufrimiento de las víctimas, como se aprecia en el extracto siguiente.

Igual que el que te mete la cámara ahí en la herida, en el dolor de la persona.

Sí, ese tipo de cosas también es estremecedor.

Hay algunas cadenas que lo emplean mucho más, esa imagen llorando.

Se recrean, eso creo que es lo peor, el hecho trágico, violento, incluso te lo repiten varias veces, eso va más allá de lo que es la información objetiva de un hecho, porque están tratando de metértelo por los ojos. Hay programas e informativos que lo tratan de esa manera y no me parece lo correcto.

Hay personas que les gusta mil tipos de información.

Sin duda, yo hablo desde mi punto de vista y lo que no me parece correcto y lo que creo que puede influir negativamente en la gente, lo que pasa que entiendo bien el público que le gusta ver eso

(G7 HM-SU)

En relación con la repetición, los espectadores rechazan que sea legítimo buscar imágenes de violencia real para contemplarlas repetidamente, pues eso hace a uno sospechoso de curiosidad morbosa e insana. Respecto a ahondar en el sufrimiento, los espectadores rechazan igualmente que se busquen detalles íntimos y la expresión de sentimientos intensos de las víctimas de la violencia real. Y como los medios tienden a repetir en exceso las imágenes de violencia, y su lógica económico-racional no se cuestiona (la búsqueda de mayor audiencia), entonces la población debe gustar de tales excesos visuales que alimenten ese morbo.

Por otro lado, la principal orientación aceptable hacia la ficción es el disfrute, el consumo de imágenes, en la medida en que uno elige lo que quiere consumir de entre toda la programación televisiva, al contrario que los informativos, que se definen por los asuntos de actualidad y que se consumen, como ya se mencionó, para estar al día. En otras palabras, la actitud hacia la ficción es activa (implica elección) en oposición con la actitud pasiva hacia las noticias, que simplemente pueden o no tener un impacto sobre el sujeto.

Una cosa es las noticias y todo eso de violencia a que tú quieras ya ver un programa de violencia, o de investigación CSI, o que te gusten las películas de miedo y tal, ya digamos que lo

eliges tú, más que la información o las noticias que te están dando, es distinto para mí, el que yo quiera verlo a que casi te lo impongan...

(G7 HM-SU)

Y el consumo que se busca es un consumo de emociones. Esto es, se busca deliberadamente experimentar ciertas sensaciones que finalmente son las que mantienen el interés en el producto televisivo. Buena parte de los discursos analizados remiten a la emoción que producen las intrigas (*thrillers*) policíacas o similares como forma aceptable de consumo de violencia ficticia. Las intrigas producen una tensión durante el visionado del programa que típicamente se libera al final cuando se resuelve el enigma que encastraba la historia. Se han seleccionado dos extractos femeninos y de diferente edad para que se aprecie que no es un discurso solamente presente en los hombres, como se suele suponer:

Estás en tensión y eso te resulta emocionante, le va a coger o no le va a coger, esa tensión que tienes en el cuerpo, la adrenalina, y dices “qué emocionante que ha estado”; lo que es el proceso “y lo va a descubrir”, y “se ha escapado” y “lo coge”, y no sé qué, es como una intriga, es igual que cuando te lees un libro, ¿qué pasará?

Lo puedes ver como diciendo, “estoy viendo una serie de estas” donde puede haber peleas, enfrentamientos, y a lo mejor disfrutas porque sabes que no es verdad, y estás viendo algo que no estaría bien en la vida real, pero que en la ficción, como no pasa nada, a lo mejor disfrutar con ello. Es otra forma de verlo...

(G1 MJ-SU)

...yo por ejemplo veo el comisario que a mí me apasiona, y es violenta porque es una serie policíaca y no queda más remedio, pero mi hijo eso no lo ve, por ejemplo. Por eso te digo que hay dos tipos de violencia...

(G5 MM-SU)

El discurso del disfrute está asociado como prerrequisito a un segundo discurso que se refiere a la socialización en el mal y en la sangre (en imágenes explícitas de daños sobre el cuerpo humano). Es un discurso acerca del proceso progresivo de exponerse a imágenes de violencia más crudas cada vez. Pero esto no se entiende como insensibilización en las palabras de los sujetos, sino un proceso de socialización: todos debemos, y así lo hacemos, pasar por ese proceso de contemplar escenas de violencia explícita como parte de nuestro crecimiento, según nos hacemos mayores. Es una forma controlada de entrar en contacto con la parte oscura de la naturaleza humana y con las imágenes de violencia que muestran el interior del cuerpo humano.

... yo cuando era un niño pequeño recuerdo haber visto una película de mucho miedo y no haber podido dormir en dos días, y era bien pequeño, y me impactó muchísimo, no me

acuerdo como se llamaba [...] Ahora mismo la veo y me río, pero pasé mucho miedo...

PERO ESO NO ERA VIOLENCIA, ¿ERA MÁS DE MIEDO?

Sí, pero de miedo a violencia hay un paso porque en la escena siguiente mataba a un niño, o sea que...

(G3 HJ-SU)

En este sentido, las imágenes que impactan cuando uno es niño son todas aquellas que se alejan de la experiencia cotidiana y controlable para el sujeto. Esto genera emociones intensas que la persona no puede manejar inicialmente, produciendo insomnio o pesadillas, como en el extracto anterior. Pero se acaba por entender las imágenes como no reales, con la participación activa de los “otros significativos”, y el sujeto termina por controlar esas emociones, hasta que disminuyen en intensidad o desaparecen. Esto es lo que hace que los sujetos hablen de habituación:

Lo que antes era miedo ahora es necesidad, por lo menos por mi parte. Yo siempre estoy deseando, si te dicen que esta película da un miedo que no se qué, yo estoy deseando verla para volver a sentir el miedo en sí, es que ahora mismo en cine lo que es miedo...

Estás acostumbrado ya.

(G3 HJ-SU)

De todos modos, el discurso de la habituación no está presente por igual en todos los participantes. Así, se podría decir que mientras que el discurso de la socialización es general, la relación final que se establece con la violencia se traza de forma diferente. Por tanto, es una cuestión de conocerse a sí mismo y los propios límites, la violencia que uno puede y no puede soportar. Así, mientras algunas personas se sitúan como “inmunes” a la violencia, por estar acostumbrados e incluso desear ver violencia, otras, como vemos a continuación, manifiestan seguir experimentando emociones negativas ante la violencia televisiva, lo que se suele relacionar con una evitación del estímulo.

Además de los niños yo creo que también nosotros porque a mi me carga una cosa negativa, ves una película de violencia y yo por lo menos ya no estoy calmada.

Lo pasas mal.

Estás nerviosa, y eso genera una serie de cosas .

DICES QUE TE PRODUCE NERVIOSISMO, ANSIEDAD...

Sí, me altera...

(G4 MJ-CU)

También en ese caso esta orientación tiene sus límites, que si se supera, la convierten en inaceptable. Pero en este caso los límites son personales y se tiende a criticar a aquellas personas (y a las emisiones) que superan tales límites, pues ya no resultan tolerables para el sujeto. Debe quedar claro que los límites de lo tolerable para los diferentes sujetos han de ser distintos, pero la posición discursiva es la misma: el rechazo de todo

aquello que supera los propios límites. Y es un rechazo de lo inmoral en cuanto inhumano, de aquella violencia ilegítima que se presenta de una forma descarnada, gratuita o trivializada. Es, normalmente, aquella violencia que no responde al esquema clásico de la lucha del bien contra el mal, donde aparece una violencia legítima, otra ilegítima y donde el final es el previsible. Por eso molesta la ficción que se sale del esquema clásico y trivializa la violencia al no mostrarla como ilegítima, sino casi como algo cotidiano o natural. De esto son un ejemplo conocido las películas de Quentin Tarantino².

Lo que hablábamos de trivializar la violencia, no sé si habéis visto *Kill Bill*.

Bueno, sí.

Esta de Quentin Tarantino, la violencia llega a tal extremo que se trivializa y por muchos cortes que haya pasa desapercibida, no te produce lo más mínimo, se trivializa, es como si fuese un juego. Creo que es el ejemplo [...].

Me parece un tanto peligroso por lo que decía aquí el compañero, se trivializa mucho, parece ser que lo importante es a ver cómo ocultamos el cadáver que nos pillan, eso es lo preocupante, pero no haberse cargado a un tío así, están tan contentos.

(G7 HM-SU)

En el esquema clásico el daño de la violencia del bien tiende a ocultarse, mientras que los daños producidos por el mal se magnifican, como mecanismo narrativo deslegitimatorio. De esta forma, es comprensible que en el discurso sobre lo moralmente inaceptable de la ficción televisiva aparezca el exceso de explicitud de las imágenes como algo preocupante en sí mismo, como violencia sin sentido o como muestra de inhumanidad.

... en una película que no terminé de verla del Mel Gibson, que es un nazi para mí, y es que era una salvajada brutal, ese tipo de cosas es lo que me parece violencia gratuita, es la que te comes. [...] *Payback* se llama, para que no la veáis, terrorífica vamos, y es violencia absolutamente gratuita, sin guión, violencia por violencia, a mí que me encanta el cine y pongo la tele y ponen este tipo de películas constantemente... ahora me encanta el ciclo que ponen en Telemadrid de suspense, películas antiguas, buenas.

(G8 MM-CU)

Si, como decíamos antes, la postura principal ante la violencia ficticia es el consumo de emociones, en este caso estaríamos hablando de un rechazo al disfrute de esas imágenes de violencia descarnada, brutal o gratuita, inmoral en definitiva. En este caso, se generan emociones que no se desean, por desagradables.

²Nos consta que existen otros discursos sobre las películas de Tarantino (ver Hill 2001), pero este es el que aparece en nuestros grupos de forma exclusiva.

A mí ese tipo de imágenes no me gusta verlas en una película, me tapo los ojos y eso sabiendo que es una película, imagínate si sé que es la realidad, eso es tan desagradable y tan inhumano.

Y CUANDO SE VE ESO, CUÁL SERÍA EL SENTIMIENTO QUE DESCRIBIRÍAS

Que hiera tu sensibilidad.

Impotencia también, ver que una persona acaba con la otra.

(G1 MJ-SU)

DISCUSIÓN

Una parte de la investigación se ha centrado en demostrar una relación causal entre conducta violenta y exposición a la violencia mediática, especialmente en el caso de niños y adolescentes (Anderson *et al.* 2003; Del Río, Álvarez y Del Río 2004; Potter 2003), fruto de lo cual son las disposiciones legales que tratan de proteger a los menores de esta influencia negativa de los medios de comunicación (por ejemplo, en España la Ley 7/2010 General de la Comunicación Audiovisual). Sin embargo, los resultados distan mucho de ser concluyentes: hay planteamientos diversos sobre el sentido de la causalidad (¿Los que ven contenidos violentos en televisión generan más conductas violentas o los que ya tienen esas conductas violentas son los que ven esos contenidos en la televisión? ¿O la influencia es bidireccional?), en el mantenimiento de los efectos observados, cuestionamientos de la validez ecológica de los resultados, en la generabilidad de los resultados a personas adultas, etc. (Ramírez 2007). Esta investigación trata de ser un complemento, a veces paradójico, a esos resultados. Al centrarse en adultos y no en niños y facilitar la categorización del sujeto y no imponérsela mediante cuestionarios o escalas muestra una nueva dimensión del espectador: su agencialidad (elige, construye, decide), por ello con capacidad de crítica, y con una reacción compleja.

Como hemos visto, la polaridad realidad/ficción organiza recurrentemente los discursos sobre violencia en televisión. Esto ya ha sido señalado por otros autores (Buckingham 1996; Gauntlett y Hill 1999; Hargrave 1993) en otros contextos culturales. Pero esta cuestión adquiere un renovado interés dado que la diferenciación entre realidad y ficción se mantiene en un contexto en el que cada vez es más difícil distinguir la una de la otra. Los documentales basados en dramatizaciones, películas basadas en hechos reales, incluso con el uso de imágenes reales retocadas digitalmente, *reality shows* (como Gran Hermano), son todos géneros televisivos que mezclan intencionadamente elementos de realidad y ficción (construidos por los realizadores) en aras del espectáculo televisivo. A este respecto, Imbert (2007) señala precisamente cómo se diluyen los géneros y la diferenciación entre realidad y ficción en la neotelevisión. Sin embargo, esta complejidad no está presente en la audiencia, al menos en estos discursos generales sobre la cuestión. Todo parece indicar que los espectadores de estos géneros intentan situar lo que es real y lo que es ficticio en estos nuevos géneros televisivos. Más que reaccionar a lo que se les presenta como realidad o ficción, deciden si lo consideran de un modo u otro, y reaccionan en consecuencia, lo cual ha sido posible registrar ya que

la metodología utilizada da a los sujetos la capacidad de ser ellos quienes categorizan el material visto. En esta línea, Hill (2002) enfatiza la importancia que para los espectadores de Gran Hermano tiene la búsqueda de veracidad y la autenticidad en un medio televisivo con tanto nivel de intervención y construcción externa, de modo que pueda mantenerse una respuesta similar a este tipo de ficción realista y a los programas de realidad (Höjjer 1992; Nightingale, Dickenson y Griff 2001).

En segundo lugar, el análisis que hemos desarrollado confirma la orientación predominantemente moral de los espectadores hacia la violencia en televisión. Este componente moral está presente en la carga evaluativa que se encuentra en todos los discursos, que siempre demuestra los modos en que es aceptable e inaceptable aproximarse al fenómeno. La dimensión moral no solo se aprecia en la opinión que se tiene sobre la emisión, sino también en las asunciones que se realizan sobre lo que otros espectadores piensan sobre la emisión. La moralidad parece siempre estar presente cuando contemplamos el binomio violencia-televisión.

En consecuencia, en cuanto a la violencia real, la audiencia la contempla con atención cuando forma parte de la actualidad y por ello es aceptable contemplarla. Es interesante señalar que existe una expectativa de presenciar noticias negativas que muestran el horror que los seres humanos provocan en sus víctimas, independientemente de quienes sean. Como señaló Ignatieff (1997), la idea de la universalidad humana descansa en el temor a la capacidad humana para el mal. Incluso así, uno tiene que estar al día de lo que está sucediendo y ser consciente de ese lado oscuro. Pero precisamente porque los contenidos de los informativos internacionales son predominantemente negativos, la emisión del mal debe tener límites: no es aceptable sentir placer en el sufrimiento de las víctimas ni emitir imágenes demasiado explícitas. Y es que la mirada moral sobre la violencia real se centra fundamentalmente en la víctima y se articula respecto a ella. La inmoralidad de la mirada reside en la violación de la privacidad de la víctima, a pesar de la dificultad para definir el momento en que los límites de lo meramente informativo se han sobrepasado. Un elemento igualmente reprobable, que no se ha tenido en cuenta en la literatura hasta el momento, es cómo la repetición de la emisión del sufrimiento también se juzga negativamente. Los espectadores se sitúan como críticos de los medios, en el uso que deberían hacer de las imágenes de sufrimiento que emiten. Sin embargo, la promiscuidad de los medios televisivos (Ignatieff 1997) implica que, a menos que las imágenes tengan un cierto impacto o que los medios les den una cierta relevancia, lo que implica repetir diversas noticias sobre el mismo problema, este no alcanzará relevancia para el conjunto de la población.

Sin embargo, ¿cuál es la reacción de la audiencia al sufrimiento distante? A este respecto, el discurso dominante sobre el impacto estaría cercano al tema del sentimiento (Boltanski 1999), dada la importancia que se otorga a las emociones internas que conducen a contemplar la violencia sobre víctimas concretas. A pesar de ello, este discurso carece de una referencia clara a un benefactor, lo que es habitual para este tema, según Boltanski, y también carece de la búsqueda del responsable, típico del tema de la denuncia, o la mirada impasible sobre el sufrimiento propia del tema estético.

De hecho, Boltanski ya apreció que es difícil apelar al tema estético para enfrentarse al sufrimiento de personas reales, débiles y anónimas. Como resultado del énfasis en el sentimentalismo propio de este discurso, podría ser acusado de rendirse a la descripción introspectiva de la propia aflicción. Esto no significa que los espectadores analizados no sean conscientes de las causas de los problemas que generan la violencia narrados por los medios, sino que esta cuestión está en un segundo plano en lo que se refiere al impacto emocional y cognitivo producido por las imágenes de televisión.

De modo similar, al igual que no se deben mostrar imágenes que se recreen en el sufrimiento humano, tampoco es moral consumirlas más de lo necesario. Quien lo hace es culpable de una curiosidad morbosa. Esto era expresado por las personas entrevistadas con la palabra "morbo" y el hecho de que esta palabra se utilice con tanta frecuencia la convierte en un elemento clave de la relación de los espectadores con los medios. Como hemos señalado, esta curiosidad morbosa se da como existente en otras personas, pero nunca en uno mismo, en línea con la concepción de voyerismo de Ignatieff (1997) que entiende como la contemplación del sufrimiento ajeno. Si se diera el caso de pasar de la compasión al deleite, entonces se acercaría al sadismo, tal como lo describe Boltanski (1999). Aunque voyerismo y sadismo han sido fenómenos bien conocidos durante mucho tiempo, el grado en que este tipo de placer se encuentra detrás del interés de la población por observar la violencia en televisión no está claro y daría lugar a un largo debate: ¿es una acusación injusta con un importante componente de misantropía, sobre la que comenta Ignatieff (1997), o es simplemente una conducta inconsciente o vergonzosa? Para este mismo autor, esta contemplación del sufrimiento de otros es la que crea una relación moral entre espectador y víctima. Entendemos que esta moralización de la mirada se debe, en parte, al hecho de que existe una gran preocupación social por los efectos de la violencia en los medios que ha penetrado en los discursos de la población general hasta convertirse en una cuestión de la que nadie puede escapar y que condiciona el consumo de materiales violentos. Así pues, está conectado con la influencia que el modelo de los efectos (Gauntlett 2001) tiene sobre el imaginario social. Shaw (2004) ya mostró esta idea respecto de la violencia de ficción, pero, desde nuestro punto de vista, se puede extender también a la orientación que tomamos respecto de la violencia real.

En lo que respecta a la violencia de ficción, la audiencia activa conscientemente elige contemplarla. Gauntlett y Hill (1999) comentan también sobre la elección en el consumo de ficción televisiva y esto es lo que la diferencia de la violencia real, que viene determinada por lo que es noticia a nivel local, nacional o mundial. Nuestro análisis entiende este consumo como un consumo de emociones, ya que los sujetos entrevistados dejaron muy claro lo que les producía placer cuando veían la televisión. Se buscan emociones diferentes, siendo una de las más importantes la intriga de la trama. Hill (2001) realizó una observación similar al afirmar que las mujeres exploran sus emociones mediante la exposición a la violencia de ficción.

Sin embargo, al contrario que la violencia real, el punto de referencia no es tanto la víctima de la violencia, como el héroe de la historia, que suele ser tanto agresor como víctima a lo largo de la trama. Como hemos visto, la violencia del héroe es

aceptable en este contexto en tanto en cuanto la violencia sea ficticia y legítima y no gratuita o injustificada. Aquí coincidimos con Gauntlett y Hill (1999) y con Shaw (2004). Pero este discurso coexiste con el que Hill (2001), al igual que esta investigación, encontró en sus entrevistados: que aprecia y acepta el consumo de esta violencia que otros denominan gratuita y que subvierte los códigos de los géneros televisivos, la violencia de las “nuevas películas brutales” (*new brutalist films*), que enfatiza el valor. Y es que tanto el discurso que rechaza la violencia inaceptable, que podríamos denominar de “justicia vicaria”, como el discurso que admira la estética del género, que llamaremos “experimentación estética”, coinciden en resaltar el disfrute y las emociones que despierta la violencia de ficción (Vorderer, Klimmt y Ritterfeld 2004). De esta forma, existen razones para pensar que la audiencia se orienta hacia la ficción en general, y hacia la violencia de ficción en particular, desde el punto de vista del disfrute que produce el entretenimiento de los medios. Un elemento que parece producir este disfrute de la violencia de ficción es la puesta a prueba de los propios límites en la exposición a imágenes explícitas de violencia, lo que Hill (1997) denomina “probar los límites”.

Lo que está en juego en este caso es la construcción de la propia identidad subjetiva como consumidor de ficción, lo que significa siempre posicionarse en un orden moral (Harré 1984). Las personas damos significados a los consumos que realizamos, lo que nos ayuda a (re)crear significados sociales y personales (Lunt y Livingstone 1992). En el contacto con la ficción violenta, el individuo se puede construir a sí mismo como más o menos atrevido, más o menos sensible, más o menos esteta, etc. Esta identidad de consumo parece configurarse en un proceso de socialización gradual a través de la contemplación de imágenes cada vez más inhumanas, que muestran conductas ilegítimas y que tienen un mayor nivel de explicitud y que progresivamente conseguimos controlar y dominar las emociones que nos producen. El comienzo de este proceso quedó bien descrito en los discursos de los niños estudiados por Nightingale *et al.* (2001), como ya hemos mencionado. Según sus entrevistados, este proceso continuaría hasta bien entrada la juventud, cuando ya se tiene acceso libre al contenido de los medios y cuando los límites han sido establecidos por el propio sujeto.

Por tanto, algunos sujetos situarán su límite más allá de los contenidos que aparecen en las “nuevas películas brutales”, mientras que otros lo situarán por debajo y no disfrutarán de ellos. No debemos olvidar que este disfrute puede consistir en éxtasis estético de la violencia dramatizada del que habla Shaw (2004) y que está conectado con una repulsión por la violencia real (Hill 2001). Si este fuera el caso, podemos esperar que algunos sujetos en el contexto español puedan desarrollar también el tipo de discurso identificado por Hill, pues, por ejemplo, las películas de Tarantino, entre otros, han tenido también un importante impacto y tienen sus seguidores, aunque no suponga más que una minoría de la población española en su conjunto.

CONCLUSIONES

El análisis realizado ha demostrado el carácter moral de la relación entre la audiencia y la violencia en televisión, así como la importancia de la polaridad realidad/ficción en la comprensión de los contenidos violentos de los medios y el papel activo de los espectadores manteniendo esa dicotomía en formatos actuales que tienden a diluir esa diferencia. Las coincidencias obtenidas con otros análisis realizados en otros contextos nos llevan a creer que estos dos factores clave pueden ser una contribución interesante a la investigación sobre la recepción de la audiencia a los medios. Sin embargo, estos resultados necesitarían ser complementados por análisis que nos permitieran descubrir otros discursos más específicos a ciertos grupos de población o respecto a diferentes tipos de programas, lo que ya se ha realizado en otros países. Sólo entonces se podrían apreciar diferentes marcos morales y evaluativos, así como un cuestionamiento relativo de la diferenciación entre realidad y ficción.

Aun así, no hay duda de que los discursos identificados aquí muestran el imaginario social predominante en la relación entre espectadores y violencia en televisión y de ahí su importancia. La imagen general que presentan es la de una audiencia activa con un posicionamiento muy claro sobre lo que ve, sea la aceptación de los mensajes de los medios y el disfrute o el sufrimiento que llevan aparejado, o sea el cuestionamiento de sus contenidos o de su forma. Aunque es cierto que la capacidad de agencia de los espectadores respecto de la violencia real es menor, pues son los medios quienes establecen la agenda de la actualidad. Sin embargo, los espectadores tienen una opinión clara sobre cómo la información acerca del sufrimiento de las víctimas debe ser transmitida y lo que se debe evitar. En el caso de la ficción, la agencia se transforma en la elección de contenidos específicos que pueden incluir violencia que produzca disfrute. Vorderer *et al.* (2004) ya demostraron la variedad de emociones que pueden provenir del disfrute producido por el entretenimiento televisivo. Sería una línea interesante de investigación descubrir qué formas de entretenimiento se buscan al contemplar imágenes que incluyen comportamientos violentos. El papel activo del espectador, según Vorderer *et al.* (2004), incluye elementos complejos: motivos cognitivos (querer saber) y motivos emocionales (querer sentir); criterios de evaluación colectiva (morales) y criterios de evaluación personal (disfrute); consecuencias respecto a uno mismo (ser testigo) y respecto a otros (evitar el consumo a personas que podrían ser dañadas por la emisión), etc. La estructura de estos elementos, y otros que no incluimos en aras de la simplificación, en el acto aparentemente simple de ver la televisión abre líneas prometedoras de investigación para el futuro. En consecuencia, estos análisis confirman la necesidad de tomar una perspectiva interactiva cuando se estudia la violencia y se analiza lo que las personas tienen que decir sobre la violencia en televisión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alonso, L. E. 1998. *La mirada cualitativa en sociología*. Madrid: Fundamentos.
- Aran, S., F. Barata, J. Busquet, P. Medina y S. Moron. 2003. "Infancia, violencia y televisión: usos televisivos y percepción infantil de la violencia en la televisión." *Quaderns del CAC* 17: 23-31.
- Boltanski, L. 1999. *Distant Suffering. Morality, Media and Politics*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Buckingham, D. 1996. *Moving Images: Understanding Children's Emotional Responses to Television*. Manchester: Manchester University Press.
- Bushman, B. J., L. R. Huesmann y J. L. Whitaker. 2009. "Violent media effects". Pp. 361-376, en *Media processes and effects*, edited by R. L. Nabi and M. B. Oliver. Thousand Oaks: Sage.
- Callejo, J. 1995. *La audiencia activa. El discurso televisivo: discursos y estrategias*. Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas.
- Chouliaraki, L. 2004. "Watching 11 September: the politics of pity." *Discourse & Society* 15:185-198.
- Corner, J. 2000. "What Do We Know about Documentary?." *Media, Culture and Society* 22:681-688.
- Davison, W. P. 1983. "The third-person effect in communication." *Public Opinion Quarterly* 47:1-15.
- Del Río, P., A. Álvarez y M. del Río. 2004. *Pígalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje. (Accesible en <http://ares.cnice.mec.es/informes/03/documentos/indice.htm>).
- Denzin, N. K. 1991. *Images of Postmodern Society: Social Theory and Contemporary Cinema*. Londres: Sage.
- Gauntlett, D. 1998. "Ten things wrong with the 'effects' model". Pp. 120-130 en *Approaches to audiences: a Reader*, edited by R. Dickinson, R. Harindranath y O. Linné. Londres: Arnold.
- Gauntlett, D. 2001. "The worrying influence of 'media effects' studies". Pp. 47-62 en *Ill effects: the media/violence debate*, edited by Martin Barker y Julian Petley. Londres: Routledge.
- Gauntlett, D. y A. Hill. 1999. *TV Living: Television Culture and Everyday Life*. Londres: Routledge.
- Gerbner, G. y L. Gross. 1976. "Living with television: The violence profile." *Journal of Communication* 26:172-199.
- Hall, S. 1980. "Cultural studies: Two paradigms." *Media, Culture & Society* 2: 57-72.
- Hargrave, A. M. 1993. *Violence in Factual Television*. Londres: John Libbey.
- Harré, R. 1984. *Personal Being*. Oxford: Basil Blackwell.

- Hill, A. 1997. *Shocking Entertainment: Viewer Response to Violent Movies*. Luton: University of Luton Press.
- Hill, A. 2000. "Fearful and Safe. Audience Response to British Reality Programming." *Television & New Media* 1:193-213.
- Hill, A. 2001. "«Looks like it hurts». Women's responses to shocking entertainment". Pp. 135-149 en *III effects: The media violence debate*, edited by Martin Barker y Julian Petley. Londres: Routledge.
- Hill, A. 2002. "Big Brother. The Real Audience." *Television & New Media* 3:323-340.
- Höjjer, B. 1992. "Socio-cognitive Structures and Television Reception." *Media, Culture and Society* 14:583-603.
- Ibáñez, J., ed. 1979. *Más allá de la Sociología. El grupo de discusión: técnica y crítica*. Madrid: Siglo XXI.
- Ignatieff, M. 1997. *The Warrior's Honor. Ethnic War and Modern Conscience*. Nueva York: Henry Holt.
- Imbert, G. 2007. "Violences symboliques et jeux avec les limites dans la post-télévision." *Les politiques sociales* 21:35-50.
- Jensen, J. y J. J. Pauly. 1997. "Imagining the audience: Losses and gains in Cultural Studies". Pp. 155-169 en *Cultural Studies in Question*, edited by Marjorie Ferguson y Peter Golding. London: Sage.
- Lindlof, T. R. 1991. "The qualitative study of media audiences." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 35:23-42.
- Lull, J. 1988. *World Families Watch Television*. Newbury Park: Sage.
- Lunt, P. K. y Livingstone, S. M. 1992. *Mass Consumption and Personal Identity: Everyday Economic Experience*. Buckingham: Open University Press.
- Martínez Nicolás, M., F. Bermejo, J. M.^a García de Madariaga, M. A. Moreno, P. Planas y F. Tucho. 2008. "La boda real española como acontecimiento mediático. Audiencias y estrategias de recepción en la retransmisión televisiva de la boda del Príncipe de Asturias." *Revista Internacional de Sociología* 50:65-93.
- Morley, D. 1980. *The 'Nationwide' Audience. Structure and Decoding*. Londres: British Film Institute.
- Nightingale, V. 1996. *Studying Audiences: The Shock of the Real*. Londres: Routledge.
- Nightingale, V., D. Dickenson y C. Griff. 2001. "Children's views on media harm." *Metro Magazine* 131/132:212-224.
- Ortí, A. 1986. "La apertura y el enfoque cualitativo o estructural: la entrevista abierta y la discusión de grupo". Pp. 153-185 en *El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación*, compilado por M. García Ferrando, J. Ibáñez y F. Alvira. Madrid: Alianza.
- Parker, I. 1992. *Discourse Dynamics*. Londres: Routledge.

- Potter, J. y M. Wetherell. 1987. *Discourse and Social Psychology: Beyond Attitudes and Behaviour*. Londres: Sage.
- Potter, W. J. 2003. *The 11 Myths of Media Violence*. Thousand Oaks: Sage.
- Potter, W. J. y T. K. Tomasello. 2003. "Building Upon the Experimental Design in Media Violence Research: The Importance of including receiver interpretations." *Journal of Communication* 53:315-29.
- Ramírez, J. M. 2007. "Televisión y violencia." *Revista Latinoamericana de Psicología* 39:327-349.
- Ramírez, J. M., J. M. Andreu, T. Fujihara, Z. Musazadeh y S. Saini. 2007. "Justification of aggression in several Asian and European countries with different religious and cultural background." *International Journal of Behavioral Development* 31(1):9-15.
- Shaw, R. L. 2004. "Making sense of violence: a study of narrative meaning." *Qualitative Research in Psychology* 1:131-151.
- Tulloch, J. y M. I. Tulloch. 1993. "Understanding TV violence: a multifaceted cultural analysis". Pp. 211-245 en *Nation, culture, text: Australian cultural and media studies*, edited by G. Turner. Londres: Routledge.
- Vorderer, P., C. Klimmt y U. Ritterfeld. 2004. "Enjoyment: At the Heart of Media Entertainment." *Communication Theory* 14:388-408.
- Wilson, B. J., D. Kunkel, D. Linz, J. Potter, E. Donnerstein, S. Smith, E. Blumenthal y T. Gray. 1997. "Violence in television programming overall: University of California, Santa Barbara Study". Pp. 3-267 en *National television violence study*, vol. 1, Thousand Oaks: Sage.

JUAN CARLOS REVILLA es profesor titular del Departamento de Psicología Social de la Universidad Complutense de Madrid (Facultad Ciencias Políticas y Sociología). Ha investigado y publicado, nacional e internacionalmente, sobre violencia de jóvenes en grupo, en la escuela y los medios, así como género, subjetividad y trabajo, transformaciones organizacionales, identidad de jóvenes.

CONCEPCIÓN FERNÁNDEZ VILLANUEVA es profesora titular y directora del Departamento de Psicología Social de la Universidad Complutense de Madrid (Facultad de Ciencias Políticas y Sociología). Ha dirigido diversos proyectos de investigación y publicado nacional e internacionalmente sobre violencia de género, violencia de jóvenes, violencia escolar y violencia en los medios y teorías en Psicología Social.

ROBERTO DOMÍNGUEZ BILBAO es profesor titular de Psicología Social en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Ha participado en proyectos de investigación y publicado nacional e internacionalmente sobre violencia en los medios, de género, de jóvenes en grupo, y sobre cuestiones de Psicología Social del Trabajo.

RECIBIDO: 07/09/2009
ACEPTADO: 31/10/2010