
UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
ESCUELA DE PSICOLOGÍA

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIATURA EN PSICOLOGÍA

**EL EFECTO DEL VISIONADO DE DIFERENTES TIPOS DE NOTICIAS Y LA
PERCEPCIÓN DE LA CRIMINALIDAD.**

Sustentante:

Melissa Salazar Jiménez A34818

Comité Asesor:

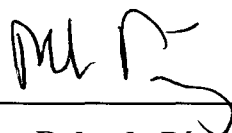
Director: Dr. Rolando Pérez Sánchez

Lectora: Dra. Vanessa Smith Castro

Lector: Lic. David Torres Fernández

Mayo 2015

Firmas del tribunal examinador y la sustentante



Dr. Rolando Pérez Sánchez

Director



Dra. Vanessa Smith Castro

Lectora



Lic. David Torres Fernández

Lector

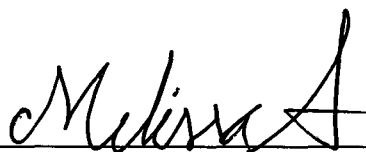


Lic. Emanuel Blanca Moya

Profesor invitado



Lic. Marisol Fournier Pereira
Representante de la Escuela de Psicología



Melissa Salazar Jimenez
Sustentante

Dedicatoria

A mi familia por su gran apoyo.
A todas las personas que de una u otra
forma fueron parte de este proceso.

Agradecimientos

A mi comité asesor por la guía y el aprendizaje.
Especialmente a Rolando, por permitirme ser parte de este proyecto.

Resumen

Esta investigación estudió el efecto que tiene el presentar diferentes tipos de noticias (positivas, económicas y de sucesos), en la percepción de los niveles de criminalidad, el temor al crimen y el *arousal* percibido en una población de 53 estudiantes con edades entre los 19 y 21 años del Gran Área Metropolitana (28 mujeres y 25 hombres). Para esto se realizó un diseño experimental intra-sujetos el cual consistió en realizar una medición del *arousal* percibido, previa a la presentación de cada estímulo (segmento de noticias) y otra medición post a la presentación de cada estímulo. Los resultados mostraron que las noticias de sucesos son las que provocan mayores cambios en la percepción de la criminalidad, al compararlas con las noticias económicas y las noticias positivas.

Tabla de contenido

| | |
|--|-----|
| Dedicatoria | iii |
| Agradecimientos | iv |
| Resumen | v |
| Introducción | 1 |
| Marco de Referencia | 4 |
| Antecedentes Internacionales | 4 |
| Antecedentes Nacionales | 14 |
| Marco Conceptual | 18 |
| Perspectivas psicológicas básicas para la percepción de noticias | 18 |
| Procesamiento cognoscitivo de mensajes mediáticos | 22 |
| Modelo del estudio | 27 |
| Planteamiento del problema e hipótesis de investigación | 28 |
| Metodología | 29 |
| Tipo de estudio | 29 |
| Participantes | 30 |
| Instrumentos | 30 |
| Procedimiento | 33 |
| Análisis de datos | 38 |
| Procedimientos para mantener la confidencialidad y protección de los sujetos | 38 |
| Resultados | 39 |
| Discusión y Conclusiones | 44 |
| Recomendaciones | 49 |

| | |
|-------------|----|
| Referencias | 52 |
| Anexo I | 56 |
| Anexo II | 57 |
| Anexo III | 58 |
| Anexo IV | 59 |
| Anexo V | 60 |
| Anexo VI | 61 |

Introducción

El presente trabajo nace del interés en los medios de comunicación y la influencia que estos tienen sobre la intensidad de la percepción de los niveles de criminalidad, el temor al crimen y el *arousal* percibido dentro de la realidad inmediata de las personas que ven gran cantidad de noticias de sucesos.

En la actualidad el estudio de las formas de entretenimiento se ha identificado como uno de los retos más importantes que enfrenta tanto la teoría de la comunicación, como el área de la investigación (Bryant y Vorderer, 2006). Desde las investigaciones sistemáticas realizadas en los 1980's y 1990's, especialmente las de Zillman y colaboradores en los Estados Unidos, el entretenimiento ha sido conceptualizado como una respuesta afectiva a los productos del entretenimiento como lo serían las películas, la televisión, música o libros, entre otros. De igual forma los investigadores han visto el entretenimiento como una actividad humana que puede ser influenciada, provocada y hasta moldeada por el tipo de entretenimiento que se escoge ver, oír, o leer. Y siempre es el individuo quien deliberada y voluntariamente controla las formas de entretenimiento (Bryant y Vorderer, 2006; Pérez, Rumoroso y Brenes, 2009).

Para fines de esta investigación se escogió trabajar con la televisión, ya que se ha visto cómo es el medio que más se utiliza tanto para fines informativos como de entretenimiento. (Roskos-Ewoldsen, Davies y Roskos, 2004; Pérez, 2001), jugando con esto un papel significativo en nuestra realidad social. A su vez desde la perspectiva de la Teoría del Cultivo (Morgan y Shanahan, 2010; Shrum, 2004) se evidencia cómo este medio continúa siendo el agente primario de socialización en el mundo actual. Dicho en

otras palabras la cultura que las personas aprenden, está influenciada en su mayoría, por la cultura que se presenta en la televisión, siendo esto aún más evidente en las personas que se identifican como grandes consumidores de este medio de entretenimiento (Roskos-Ewoldsen et al. 2004).

Se trabajó entonces con programas de noticias presentados dentro de la televisión nacional, específicamente de *Informe Once de Canal 11* y *Telenoticias de Teletica Canal 7*, esto debido a que se ha logrado encontrar cómo existe una relación positiva entre la cantidad de noticieros que se ven, los cuales tienen en su mayoría alto contenido de situaciones violentas, no siendo los noticieros mencionados anteriormente la excepción, el experimentar temor y estar preocupado por los índices de criminalidad en su realidad inmediata, aumentando estas cifras cuando los noticieros que se ven son locales (Romer, Jamieson y Aday, 2003). Para darle mayor relevancia a este punto, es importante contextualizar en lo que respecta al contenido de los noticieros costarricenses, para los cuales se ha logrado evidenciar como aproximadamente un 41% de las noticias presentadas por edición provienen de las informaciones de sucesos y como de este porcentaje un 29% corresponde a informaciones que provienen de hechos violentos, siendo la duración promedio estas notas de un minuto y 30 segundos hasta los dos minutos, tiempo que se considera poco para cubrir todos los detalles necesarios a la hora de presentar este tipo de noticias, dejando vacíos de información en la audiencia (Mora y López ,2009).

Así entonces tomando esto en cuenta, se pretende llegar un paso más allá dentro de la investigación echando mano de las investigaciones que han apuntado más hacia los mecanismos cognitivos que entran en juego en la Teoría de la Cultivación, siendo los trabajos que han aportado resultados más significativos aquellos que se han concentrado en

investigar la influencia de las representaciones vistas en la televisión sobre la accesibilidad de constructos relacionados con el contenidos de los programas y actitudes en la memoria de la audiencia (Busselle, 2001; Busselle y Shrum, 2003).

Para lograr esto se realizó un diseño experimental intra-sujetos el cual consistió en presentar a diferentes grupos de estudiantes del Gran Área Metropolitana (19 a 21 años), varios tipos de noticias, entre las cuales habían algunas de sucesos, realizando una medición del *arousal* percibido, previa a la presentación de este estímulo y otra medición post. Esto para poder evaluar si efectivamente hay variaciones en la intensidad de percepción de los niveles de criminalidad y el temor al crimen.

Estudios como el que se realizó acá se han venido implementando desde hace varios años, más que nada en los Estados Unidos, sin embargo la escasez de material encontrado al respecto en el ámbito nacional, puso en evidencia la necesidad de realizar una investigación donde de la mano de la psicología de medios, la psicología motivacional y la Teoría del Cultivo se logran identificar los factores cognoscitivos que entran en juego a la hora de escoger e interpretar el tipo de noticias que se ven; pudiendo con esto contribuir de alguna manera en las perspectivas de la realidad nacional que maneja la ciudadanía y establecer con esto, alguna relación con el aumento que se ha dado en los últimos años en la percepción de la inseguridad ciudadana en Costa Rica.

A continuación se presentan los antecedentes, tanto internacionales como nacionales, que se revisaron para proponer los objetivos de la investigación, el marco conceptual bajo el cual se trabajó, el planteamiento del problema de investigación con sus respectivas hipótesis, la metodología a utilizada y sus respectivas referencias bibliográficas.

Marco de Referencia

Antecedentes Internacionales

La investigación sobre este tema a nivel internacional ha sido amplia, a continuación se resumen algunos de los artículos consultados considerados más relevantes.

Dentro del tema de la cantidad de televisión vista y el tipo de programas vistos, Hetsroni (2014) buscó contestar dos preguntas que han sido fundamentales dentro de la Teoría de la Cultivación: 1) ¿Es la cantidad de horas que ve una persona de televisión un mejor predictor que el de tipo específico de programas que ve? y 2) ¿Es el fenómeno de la cultivación en algunos tipos de programas solapado por el efecto “techo”? El estudio constaba de dos fases, primero se utilizó la información de un análisis de contenido realizado con temporadas completas de tres exitosos programas médicos (ER, House y Grey’s Anatomy) en un estudio previo del mismo autor en el 2009 para determinar las estimaciones correctas de los contenidos relacionados con salud y utilizar esto como guía para la construcción de la encuesta a utilizar en la segunda fase. Como segunda fase se aplicó la encuesta mencionada anteriormente a una muestra de 281 participantes, todos ciudadanos estadounidenses de un distrito metropolitano ubicado al oeste del país, en esta encuesta se les pedía a los participantes dar sus propias estimaciones en temas de salud. Asimismo se utilizaron preguntas demográficas como variables de control, entre estas: edad, sexo, estado civil, ingreso familiar por año y nivel educativo, y una pregunta para obtener un estimado de la cantidad de horas de televisión, que veían los participantes por semana.

Los resultados encontrados apoyan parcialmente la versión Gerbnerian de la hipótesis de cultivo, ya que se encontró que la cantidad total de tiempo dedicado a ver la televisión

está relacionado con la sobreestimación de la proporción de diagnóstico dramáticos (como envenenamientos y lesiones) y el exagerar la tasa de mortalidad de los pacientes hospitalizados; sin embargo no se observó efectos para los ítems que incluían pacientes de la tercera edad hospitalizados, ni efecto relacionado con la visualización de dramas médicos. Dado que la distribución de los ítems relacionados con pacientes de edad avanzada los hacía propensos al efecto “techo”, los resultados validan la hipótesis de que el efecto de cultivo es a veces soplado por el efecto “techo”.

Solloway, Salter, Chung y Goodall (2013) buscaron incorporar las reacciones emocionales, ligadas a noticias que presentaban actos criminales y accidentes, específicamente buscaban encontrar cómo las emociones influyen en el apoyo a políticas de control del alcohol, ligadas a la preocupación de los riesgos que el consumo no moderado del alcohol puede tener.

Para este estudio se analizaron datos recolectados por medio de un diseño experimental en donde los participantes (748 en total) fueron asignados al azar, para presentarles noticias escritas manipuladas de algún tipo de crimen, accidente de vehículo o alguna lesión no intencionada, las cuales podían contener o no referencias la uso del alcohol, como factor causal en la muerte o lesiones. A cada participante se le pedía al entregarle la noticia que fuera escribiendo especificando los pensamientos que tenía mientras iba leyendo la noticia. Estas respuestas fueron codificadas por dos estudiantes, utilizando un libro de códigos que se realizó para el estudio. Las variables a codificar fueron temor, enojo y tristeza, estas fueron codificadas como presentes o ausentes para cada participante, algunos participantes presentaron dos de sus pensamientos en la misma categoría.

Se examinaron las hipótesis, así como las preguntas planteadas para el estudio por medio de un modelo de ecuaciones estructurales, ya que el objetivo era lograr entender mejor los mecanismos causales que explican cómo leer noticias de crímenes y accidentes influye en las políticas de control de alcohol.

Entre los resultados se encontró cómo las historias que no mencionaban el uso del alcohol tenían un efecto directo en el apoyo de las políticas fundamentado en que los pensamientos centrales generados estaban mediados por el temor, ligados a la incertidumbre y no por la preocupación. Al presentarse las historias donde se mencionaba el uso del alcohol, la tristeza y el enojo afectaban el apoyo a las políticas, pero para estos casos fundamentado en la preocupación. Esto ayuda a confirmar que las respuestas emocionales son clave para determinar los efectos de las historias presentadas en las noticias sobre el apoyo de políticas referentes a temas de salud.

Grabe y Drew (2007) realizaron un estudio en donde se buscaba identificar la influencia que tienen las características del mensaje en sí, más que las características de la audiencia, tratando de variar el enfoque de la mayoría de los estudios de la Teoría del Cultivo y la percepción de la realidad.

Una muestra de 505 adultos de Indiana, mayores de 18 años, seleccionados al azar, realizaron una encuesta telefónica. La misma fue aplicada por personal entrenado del *Center for Survey Research*, entre los meses de Noviembre y principios de Diciembre de 1998.

La encuesta consistía en un cuestionario en el cual se utilizaron tres tipos de variables como lo son: variables de control (edad, educación, género, grupo étnico, ingreso, lugar de

residencia y el vivir solo(a) o con otras personas), variables predictivas (uso de medios) y variables dependientes.

Entre los resultados encontrados se pudo ver como programas del estilo de “*Cops*”, probablemente por su alto contenido de violencia y escenas gráficas sobre persecuciones policíacas, están asociados con las conductas defensivas de sus televidentes. Específicamente después de controlar la influencia de los ítems demográficos, la exposición a *reality shows* por sí solos influenciaron en un 2% la percepción sobre la posesión de armas, mostrando una relación significativa entre los *reality shows* y el poseer un arma.

A raíz de estudios como el citado anteriormente se ve la necesidad de expandir el campo de investigación en cuanto a las fuentes de información que utilizamos y sus consecuencias en cuanto a la construcción de la percepción de la realidad.

Dentro de esta temática Weitzer y Kubrin (2004) realizaron un estudio en donde buscan examinar el rol de los diferentes tipos de medios en la formación del temor hacia la delincuencia en conjunto con factores demográficos y las condiciones locales del crimen. A diferencia de estudios previos en esta área, los cuales por lo general se enfocan solo en un tipo de medio, este estudio examina los efectos de medios tanto locales, como nacionales como lo son: la televisión, la radio, periódicos e Internet.

La información que se utilizó para el estudio provenía de una encuesta telefónica que se realizó a 480 residentes de Washington DC. La encuesta se llevó a cabo entre los meses de marzo y abril del 2001 por el *Center for Survey Research* en la Universidad de Washington. Para contactar a los hogares de la muestra se utilizó el sistema de marcación aleatoria. Cuando una llamada era respondida, un encuestador pedía hablar con el hombre

más joven mayor de 18 años, que estuviera en casa. Si no estaba esta persona se preguntaba por la mujer de mayor edad, mayor de 18 años, que estuviera en casa.

A las personas entrevistadas se le preguntó primero, con qué frecuencia: (1) veían programas de noticias nacionales, (2) veían programas de noticias locales aparte de las noticias del clima y deportes, (3) leían las noticias o secciones editoriales de un periódico con edición diaria, (4) escuchaban programa de radio que invitaran a las personas que lo escuchan a llamar y discutir acontecimientos de la actualidad, asuntos públicos y políticos y (5) consultaban en línea información sobre acontecimientos de la actualidad, asuntos públicos y políticos. Seguido de esto se les pregunto ¿Cuál diría usted es la fuente de información noticiera más importante? ¿Diría usted son los programas de noticias nacionales, noticias locales, periódicos con edición diaria, radio o la Internet?

La pregunta que hacía referencia a la fuente de información noticiera más importante de los participantes, es la que tenía que ver con la variable independiente de mayor interés para el estudio. Y como algunos estudios han encontrado que ciertos atributos demográficos (como el género y el grupo étnico) influyen en el temor al crimen, los autores incluyeron las siguientes variables independientes en su modelo: edad, género, raza, nivel académico y haber sido víctima de un crimen violento o un crimen contra la propiedad.

Otra variable de interés era el riesgo percibido de ser víctima de un crimen, para medir esta, se les leyó a los participantes lo siguiente: “Ahora, le voy a leer una lista de ítems relacionados con los riesgos que usted y su familia pueden correr, relacionados con la seguridad. Usted me diría que usted y su familia están en casi ningún riesgo, en un riesgo leve, en un riesgo moderado o en un alto riesgo de ser víctimas de un crimen violento, un crimen contra la propiedad o de tráfico de drogas en las calles?

Finalmente se controlaron las condiciones locales del crimen de las áreas a los cuales pertenecía cada participante: tasa de delitos violentos (homicidios, violaciones, robos y asaltos) y tasa de crímenes contra la propiedad (robo con allanamiento de morada, robo de mayor cuantía, robo de vehículo e incendio premeditado), esto para identificarlas como zonas de alto o bajo riesgo.

Para analizar los datos arrojados por la encuesta se realizaron varios análisis de regresión, entre los principales resultados encontrados podemos mencionar como la prominencia, más que la frecuencia, de la exposición a los noticieros locales es un predictor significativo del temor. Aquellas personas que pusieron los noticieros locales como su fuente principal para obtener información, resultaron significativamente más temerosos de la delincuencia.

Dentro de otros predictores se encontró a su vez como las mujeres y las personas de raza negra son más temerosas del crimen, confirmando la necesidad de separar audiencias, ya que los mensajes no son recibidos de la misma manera por diferentes personas.

Para probar los efectos relativos de cada fuente de información, se realizaron análisis adicionales, donde cada fuente sirvió como la categoría omitida. Los hallazgos muestran, que en comparación con los otros tipos, ninguna fuente de información está significativamente asociada con el temor a la delincuencia (claro está, aparte de los noticieros locales). El único hallazgo significativo fue que, relativo a aquellas personas que mencionaron la Internet como su fuente principal de noticias, aquellas para quienes su fuente principal de información noticiera eran “otros medios” eran menos probables a estar temerosos.

A su vez se encontró como las personas que viven en comunidades de alto riesgo y que ven los noticieros locales como su fuente de información más importante, se muestran especialmente temerosos de la delincuencia.

Eschholz, Chiricos y Gertz (2003) buscaron llevar la investigación de la relación televisión –criminalidad percibida y temor a la realidad un paso más allá, para esto examinaron la relación entre el ver la televisión y el temor a la delincuencia en una muestra de 1,490 adultos de Leon County, Florida. El primer objetivo del estudio fue evaluar la importancia o relación del temor a la delincuencia con programas de televisión que presentaran contenido relacionado con el crimen.

Para lograr este objetivo los autores expandieron el espectro de programas a utilizar, a parte de los que usualmente se han utilizado, como lo son las noticias y los dramas. Como segundo objetivo estaba el evaluar los efectos de diferentes tipos de programas en sub-muestras de la población a estudiar, definidas por atributos como el género, grupo étnico, edad, nivel académico, ingreso y el haber sido víctima de algún tipo de crimen. Se evaluó entonces la interacción de 12 tipos de sub-muestras de la audiencia y 4 tipos de programas. Como tercer y más importante objetivo estaba el examinar si la percepción de los encuestados de la composición racial de sus vecindarios intervenía en la relación entre el temor y lo visto en la televisión.

Los datos se recolectaron por medio de una encuesta telefónica realizada por la compañía *The Research Inc* entre los meses de Octubre y Diciembre de 1995, en el área de Leon County, Florida. Se utilizó un muestreo Mitofsky-Waksberg de dos etapas y una regla de volver a llamar 10 veces, si no contestaban, antes de desechar el número

En lo que respecta a la muestra los encuestados fueron escogidos utilizando una marcación aleatoria de números y una pregunta inicial para encontrar el adulto (18 años o mayor) miembro del hogar cuyo cumpleaños hubiera pasado más recientemente.

La variable dependiente, en este caso el temor al crimen, se midió utilizando un indicador compuesto por 7 ítems. Se le pidió a las personas encuestadas que respondieran, utilizando una escala del 1 al 10, en donde 1 significa “no teme en lo absoluto” y 10 significa “extremadamente temeroso”, que tanto temor sentían de ser víctimas de un crimen en general, de que les robaran el carro, ser asaltado y que le robaran la billetera o cartera, que alguien entrara a su casa a robar mientras no hay nadie en casa, que alguien entrara a su casa a robar mientras usted está ahí, ser violado (a) o abusado (a) sexualmente, ser atacado(a) por alguien con un chuchillo o arma de fuego y ser asesinado.

Las variables independientes primarias para este estudio tenían que ver con los hábitos de ver la televisión de las personas encuestadas. Específicamente se les preguntó por la frecuencia con la que veían los programas incluidos dentro de las 6 las categorías escogidas. Otras variables independientes que fueron incluidas para fines de control fueron: edad, género, grupo étnico, percepción del crimen en el condado, ingreso, percepción del riesgo y si alguien del hogar había sido víctima de un crimen en los pasados 6 meses.

La percepción de crimen en el condado y la percepción del riesgo son evaluaciones cognitivas de los niveles de criminalidad y riesgo. Estas se incluyeron en el modelo debido a que se ha demostrado en estudios previos como estas percepciones cognitivas son predictores fuertes y consistentes de estados afectivos relacionados con el temor.

Como resultados se encontró, que el temor es significativamente mayor entre las mujeres, las personas que fueron víctimas de algún crimen en días previos a que se realizara

la encuesta y las personas que perciben un riesgo mayor a ser víctimas de algún crimen en el futuro cercano. A su vez es generalmente más alto entre la personas de raza negra. Por otro lado el temor es menor entre las personas mayores y las que tienen un ingreso anual alto.

Shrum, Wyer y O'guinn (1998) publicaron un artículo en donde se realizaron dos estudios que pretendían abarcar a profundidad el efecto que tiene el ver televisión en grandes cantidades sobre la percepción de la realidad en las personas y cuál es el proceso cognitivo que está detrás de estos efectos.

El estudio número uno, prestó especial atención a la poca importancia que se le da a las fuentes de la información en los efectos de la cultivación. Para lograr esto fueron utilizados procesos de *priming*, mediante los cuales se buscaba hacer las características de las fuentes de información más sobresalientes durante el proceso en el cual se construyen los criterios de opinión.

Para este estudio se escogieron 71 participantes que fueron asignados aleatoriamente a una de las tres condiciones. Al grupo en el cual no se incluyeron procesos de *priming*, se les indicó que primero completaran un cuestionario que evaluaba sus creencias acerca de la frecuencia sobre los actos delictivos y ciertas profesiones. Después se les pidió que como parte del segundo estudio, llenaran un cuestionario en donde estimaban la frecuencia con la que veían televisión.

En el segundo grupo, en el cual sí se introdujeron los procesos de *priming* el orden en el cual se administraron estos cuestionarios se invirtió, primero los participantes estimaron la frecuencia con la que veían televisión y luego proporcionaron la frecuencia estimada de actos delictivos y ciertas profesiones. Para el tercer grupo el orden en el cual completaron

los cuestionarios fue el mismo que el primero, a diferencia que a este grupo se les dieron adicionalmente las siguientes instrucciones antes de que proporcionaran sus estimados: “Para completar estas preguntas, usted utilizara información de una variedad de fuentes. Usted deberá estar consciente que los sujetos de estas preguntas se encuentran muchas veces representados en la televisión, más de lo que ocurre en la vida real. Por consiguiente, las personas a menudo utilizan esta información para dar sus respuestas”.

Para determinar los efectos de la cantidad de televisión que los participantes reportaron ver y la condición experimental de *priming* en la percepción del crimen y las ocupaciones definidas, se realizaron múltiples análisis de regresión. En lo que respecta a la cantidad de televisión vista, esta se trató como una variable continua y la condición de *priming* se trató como una sola variable. La edad, ingreso familiar, GPA, realidad percibida y el género se incluyeron como variables de control en cada análisis.

Los resultados de estos análisis de regresión sirvieron para plantear diferentes puntos de vista en el tema de los efectos que el ver la televisión tiene en las percepciones de la realidad y los procesos que están tras estas. A nivel general respalda las implicaciones de la Teoría del Cultivo, las cuales afirman que el ver la televisión tiene un efecto causal en las percepciones de la realidad social y esto no se debe simplemente a la correlación de estas percepciones.

El segundo estudio reportado dentro de este artículo, buscaba manipular la percepción de los participantes sobre sus hábitos de ver la televisión. Esto se basa en la hipótesis de que cuando a las personas se les pide que indiquen la cantidad de televisión que ven utilizando una escala de alternativas ordenadas, tienden a evaluar las alternativas tomando el punto medio como referencia de lo que ve una persona normalmente y evalúan sus

hábitos en relación a este valor. Para probar esta hipótesis, se le pidió a los participantes (N=162) que evaluaran la cantidad de televisión que veían utilizando dos escalas. Una de estas estaba compuesta con una frecuencia baja en donde las alternativas iban de “hasta media hora al día” a “más de dos horas y media al día”. La otra escala estaba construida con una frecuencia alta, la cual contenía alternativas que iban desde “hasta dos horas y media al día” a “más de cuatro horas y media al día”.

Para este estudio específicamente sólo se variaron las condiciones en las que se presentaron los estímulos (relacional vs. no-estímulo) y las escalas que los participantes utilizaron para indicar la frecuencia con la que veían la televisión (baja frecuencia vs. alta frecuencia).

Los resultados en este segundo estudio apoyan las conclusiones que se desprendieron del primer estudio. El llamar la atención de los participantes a la relación existente entre la frecuencia con la que ven la televisión y sus percepciones sobre la realidad social, elimina el efecto que tiene la forma en la cual cada persona ve la televisión.

Importante notar acá como estos resultados no indican que el mirar la televisión sea el único factor causal. Otras variables pueden haber influido en la relación dada entre la cantidad de televisión vista y la magnitud de sus percepciones sobre la realidad.

Antecedentes Nacionales

La literatura dentro de este tema en Costa Rica es poca, Mora y López (2009) realizaron una investigación buscando contestar las siguientes preguntas: ¿Cuál es el grado o nivel de influencia que tienen las noticias de sucesos sobre la percepción de la inseguridad ciudadana de la población del Área Metropolitana de San Jose? y ¿es más poderoso el mensaje mediático que las experiencias directas de amenaza o victimización

que sufren sus habitantes? Para esto y buscando recolectar la información necesaria realizaron lo siguiente : 1) una encuesta a 200 personas del Área Metropolitana buscando recolectar información relativa a la temática que no había sido posible encontrar en otras encuestas nacionales, 2) una revisión cuantitativa y discursiva de dos diarios de circulación nacional durante un periodo de casi un año, 3) otro análisis similar con dos noticieros televisivos durante 15 días, 4) dos grupos focales en Alajuelita y Curridabat para profundizar las respuestas que dieron los encuestados y 5) analizaron resultados de las estadísticas de los últimos diez años de las encuestas hechas por la firma *Unimer RI*, así como la cantidad de delitos durante la última década, con datos proporcionados por el Poder Judicial.

Con esto pudieron encontrar como el fenómeno de la percepción de inseguridad ciudadana es multicasual y presenta muchas aristas, algunas directamente vinculadas al contenido y el repertorio simbólico de los medios; otras a experiencias y redes sociales propias del público. Sin embargo al hablar del principal motivo por el cual los ciudadanos del Área Metropolitana percibían temor ante la violencia social, los investigadores afirman que son los medios de comunicación, y más específicamente las noticias de sucesos, las que colaboran a elevar o disminuir el miedo a ser víctimas de un delito. Además encontraron una correlación entre el uso de imágenes de sucesos y los meses que se catalogaron como de “alto temor”, mientras que en los meses de baja percepción de temor, el número de imágenes utilizadas fue menor y como el tiempo o espacio que se le dedica a las noticias de sucesos es más de una tercera parte de las informaciones que se transmiten. Por ultimo encontraron que la televisión es el medio que más utilizan los participantes para

informarse sobre noticias de sucesos, siendo por lo tanto, el que más afecta a la sociedad del Área Metropolitana.

Continuando con los antecedentes nacionales, Fonseca y Sandoval (2006) realizaron una investigación para la PNUD, en la cual buscan explorar la relación entre medios de comunicación y la percepción de inseguridad ciudadana que experimentan los habitantes de Costa Rica, analizando principalmente las implicaciones que tiene el discurso periodístico en la representación del entorno. El trabajo busca acercarse a la relación entre los medios de comunicación e inseguridad ciudadana desde tres perspectivas: 1) desde la perspectiva del discurso, en donde se analizan las noticias de sucesos del Diario Extra y Telenoticias (medios más consultados en el ámbito nacional), intentando con esto lograr un acercamiento a la construcción mediática del crimen y las nociones que prevalecen en la narrativa periodística sobre inseguridad ciudadana. 2) Desde la perspectiva de la recepción, para esto se utilizó la Encuesta Nacional de Seguridad, permitiendo explorar hábitos de exposición a los medios y la credibilidad e incidencia de estos en la percepción del entorno, y 3) la perspectiva que buscaba por medio de grupos focales en la Comunidad de La Carpio aproximarse a la incidencia de los medios en la auto-percepción de quienes viven en la comunidad y como ellos y ellas interpretan el discurso de los medios, en el contexto de sus prácticas cotidianas.

Para poder abarcar estas tres perspectivas y al no existir en Costa Rica un sistema de monitoreo de medios, el análisis que se realizó del discurso se fundamentó en un estudio exploratorio realizado por Fonseca (2004), del Diario Extra del 19 al 31 de enero y de la edición vespertina de Telenoticias, del 19 de enero al 1 de febrero del 2004. Los grupos focales se llevaron a cabo en la comunidad de La Carpio durante el mes de julio del

2004. Dos de estos se realizaron con un grupo de mujeres que participan en la Pastoral de la Movilidad Humana de la Iglesia Católica, en La Carpio. Un tercer grupo focal se realizó con miembros de la Iglesia Luterana Costarricense de La Carpio. Anudado a esto se llevó a cabo una entrevista grupal con dos integrantes del equipo interdisciplinario de la Escuela Finca La Caja, situada en la misma comunidad. En este último punto se combinaron modalidades de análisis, ya que con las encuestas se procuraba establecer relaciones causales, con los grupos focales se buscaba explorar los significados elaborados por ciertos actores sociales, siendo en este caso en específico con referencia al discurso de los medios.

Entre las conclusiones encontradas está el hecho de que la televisión en efecto, sí fomenta el sentimiento de inseguridad entre las personas que ven noticias de delitos, con respecto a esto se puede asegurar entonces, que la sensación de inseguridad no es sólo consecuencia del aumento de hechos delictivos, sino del incremento de la oferta de los medios en materia de sucesos y el auge de programas, más que nada televisivos, cuyo énfasis son los sucesos.

He presentado en esta sección de antecedentes (nacionales e internacionales) un panorama general de lo que se ha encontrado, con el fin de que el lector tenga un balance resumido de todo lo que se ha dicho hasta ahora en el tema del visionado de diferentes tipos de noticias, en especial las de sucesos, la criminalidad percibida, el temor al crimen y el *arousal* percibido, buscando así hacer un puente entre esta sección y la que sigue.

Así entonces a manera de conclusión, se pudo encontrar como estudios que traten sobre el tema de interés han sido numerosos en el ámbito internacional, y escasos en el ámbito nacional. De igual forma se logró evidenciar los trabajos encontrados se enfocan en su mayoría en medir el efecto que tiene el ver gran cantidad de noticias o programas en

específico en los espectadores, sin tomar mucho en cuenta el proceso de percepción que entra en juego a la hora de interpretar y dar un significado a lo que se está viendo, tema que sin duda alguna es de gran relevancia a la hora de investigar sobre los medios y la construcción de la percepción de la realidad.

Por otro lado estos estudios dejan en claro la necesidad de trabajar diferenciando el tipo de noticias que se presenta a los participantes y cómo el separar audiencias, tomando en cuenta que los mensajes no son recibidos de la misma manera por todas las personas, es un aspecto importante a considerar a la hora de realizar estudios sobre esta temática.

Marco Conceptual

Perspectivas psicológicas básicas para la percepción de noticias

En este capítulo se tratarán de resumir las principales teorías en donde se han abordado aspectos psicológicos asociados a la percepción de las noticias, entre estas tenemos la Teoría del Cultivo y la teoría de usos y gratificaciones, esto para lograr tener un panorama más amplio a la hora de realizar el análisis de los datos recolectados para el estudio.

Como primera teoría está la Teoría del Cultivo, y como el medio que se utilizara para este estudio será la televisión, se utilizó bibliografía que haga alusión a investigaciones con este medio de entretenimiento específicamente. Para empezar es importante señalar el término cultivación se utiliza más que nada para describir la contribución independiente que el ver la televisión, hace a las concepciones de la realidad social de las personas que la ven. Así entonces la hipótesis más general de la Teoría de la Cultivación sugiere que

“aquellas personas que pasan más tiempo viviendo en el mundo de la televisión son más propensas a ver el mundo real en términos de las imágenes, valores, representaciones e ideologías que emergen a través del lente de la televisión”. (Bryant y Zillman, 2002, p.47).

El efecto de cultivación tiene lugar en la interacción del televidente con el mensaje, ninguno de los dos tienen el control total de la ecuación, en el sentido de que “la cultivación se ocupa del patrón del cual está compuesto el núcleo permanente, resistente y residual que queda una vez que las diferencias particulares individuales y específicas de cada programa se anulan entre sí”. (Bryant y Zillman, 2002, p.48).

Así entonces la cultivación no ve a la contribución del televisor en la construcción de concepciones de la realidad social como un proceso de una sola vía, sino que las influencias que un medio generalizado puede tener en la composición y estructura de un entorno simbólico tienden a ser sutiles, complejas y a entremezclarse con otras influencias.

Las personas nacemos en un ambiente rodeado de símbolos, siendo la fuente principal de la cual obtenemos estos la televisión y aunque las personas tengan ciertas características psicológicas, sociales, disposiciones y diferentes visiones del mundo, así como aquellas que poseen menos alternativas, utilizan la televisión como su principal vehículo de la participación cultural. (Bryant y Zillman, 2002). Por lo tanto en la medida en que la televisión domine las fuentes de entretenimiento e información, la exposición continúa a sus mensajes, hace más probable que lo que obtenemos de ella, se repita, reproduzca, confirme y alimente, logrando así cultivar sus propios valores y perspectivas a quienes la ven. El punto que se trata de escalear acá es que la cultivación no debe ser concebida como un proceso unidireccional sino más bien como un proceso gravitacional. El ángulo y dirección del “empuje” depende de en donde los grupos de espectadores y sus

estilos de vida estén en referencia a la línea de gravedad, siendo esta la fuente principal del mundo de la televisión. Cada grupo puede tirar en una dirección diferente, pero todos los grupos están siendo influenciados por la misma corriente principal. La cultivación es entonces un proceso continuo de interacción entre los mensajes, las audiencias y los contextos (Bryant y Zillman, 2002)

Siguiendo con las teorías a utilizar encontramos la de usos y gratificaciones, la cual ve a los mensajes como la fuente de influencia en el contexto en donde a su vez se encuentran otras posibles influencias, ve a la audiencia de los medios como comunicadores activos en lugar de ser solamente receptores pasivos de los mensajes que estos transmiten. Esta teoría a su vez acentúa el rol de los elementos psicológicos y sociales en la mitigación de los efectos mecánicos y ve la comunicación que viene de los medios como una comunicación psicológica y socialmente limitada (Bryant y Zillman, 2002). Es por esto que primero para entender el efecto que los medios tienen, se debe primero entender las características, motivación, selectividad y participación de los miembros de la audiencia. En otras palabras que beneficios trae a los receptores activos los medios de comunicación.

Sobre este tema se han realizado una gran cantidad de estudios en donde se ha sugerido que los medios cumplen múltiples funciones para las personas y las sociedades. Entre estos se puede citar a Horton y Wohl (1956), citado por Bryant y Zillman (2002), quienes dicen que la televisión ofrece a sus espectadores una sensación de establecer una relación parasocial con los personajes. Pearlín (1959), citado por Bryant y Zillman (2002), decía que el mirar la televisión permitía a los espectadores escapar de experiencias de vida poco placenteras. Mendelsohn (1963), citado por Bryant y Zillman (2002), noto que los medios de entretenimiento reducían la ansiedad que era creada por los medios de

comunicación, como los noticieros. Stephenson (1967), citado por Bryant y Zillman (2002), argumento que la televisión ofrece a las personas la posibilidad de jugar. Y McCombs & Shaw (1972), citado por Bryant y Zillman (2002), crearon la hipótesis de que los medios eran los que definían la agenda en las campañas electorales.

Así entonces los principales elementos que incluye la Teoría de uso y gratificaciones serían:

“...nuestro ambiente psicológico y social, nuestra necesidad y motivos para comunicarnos, los medios de comunicación, nuestras actitudes y expectativas hacia los medios de comunicación, alternativas funcionales que podamos identificar del uso de los medios de comunicación, nuestra forma de comunicarnos y los resultados o consecuencias de nuestras conductas”. (Bryant y Zillman, 2002, p.527)

Por esto se puede decir que las personas por lo general seleccionan entre una gran variedad de medios de comunicación y mensajes, los que mejor respondan a sus deseos y expectativas, surgiendo y encontrando estas limitaciones en las características personales, el contexto social y la interacción.

Entre los enfoques que se han encargado de estudiar esto, se sugiere que el uso de los medios de comunicación podría ser visto como un ritual o algo más instrumental, siendo específicamente el uso ritual, aquel que se da principalmente para consumir tiempo y por diversión, esto implica una mayor exposición y afinidad con el medio. Este tipo de uso puede ser provechoso, pero de una manera más pasiva y sin un objetivo claro. Por otro lado el uso instrumental busca medios que “le puedan proveer cierto tipo de información, esto implica mayor exposición a las noticias y programas con contenido informativo, en donde el contenido de los mismos se ve desde una perspectiva más realista”. (Bryant y Zillman,

2002, p. 534). El uso instrumental es en resumen activo y con propósito, este sugiere utilidad, intención, selectividad y participación.

En gran medida entonces, la actividad depende del contexto social, el potencial de interacción y las actitudes. Elementos como la movilidad y la soledad son importantes también. Disposiciones actitudinales como la afinidad y el realismo percibido también son importantes (Bryant y Zillman, 2002). En resumen las actitudes afectan nuestras expectativas para con los medios y como percibimos e interpretamos los mensajes, estas filtran los medios de comunicación que utilizamos, el contenido de los mensajes y el uso que le damos a estos.

Procesamiento cognoscitivo de mensajes mediáticos

En este capítulo se busca definir el papel de la percepción en el procesamiento cognoscitivo de los mensajes mediáticos, para esto se utilizarán mano de algunas de las nuevas perspectivas teóricas que se han utilizado para definir lo que percepción es, no sin antes mencionar una de las definiciones más básicas de percepción utilizadas, la cual describe a este proceso como un asunto de categorización (Bryant y Vorderer, 2006), en el cual para darle sentido a la información, el procesamiento perceptual de la misma se encarga de colocarla en la categoría de una cosa, llámese una fruta, animal, mujer, etc. Es importante resaltar acá que esta información puede venir de varios sentidos (visual, auditivo, etc) y puede tomar la forma de imágenes o palabras. Siendo entonces el proceso de percibir aquel que “involucra tomar las características de la superficie del estímulo y colocarlo en una categoría semántica”. (Bryant y Vorderer, 2006, p.56)

Ahora en lo que respecta a estudios más actuales sobre lo que se considera es percepción, los investigadores se han abogado por una perspectiva un poco más constructivista, la cual sugiere, que la percepción en sí es un proceso adaptativo y como tal se ve influenciado por los constructos internos de cada persona, tales como las expectativas y motivaciones. A su vez se ha demostrado como “las experiencias pasadas pueden resultar en expectativas, las cuales influyen el proceso de categorización que se da a la hora que percibimos diferentes situaciones o cosas”. (Bryant y Vorderer, 2006, p.56).

Sobre esta misma línea se puede encontrar las teorías de los esquemas cognoscitivos entendidos como sistemas de representaciones acerca de situaciones, personas cosas, etc, Siendo estos relevantes a la hora de entender el comportamiento de las personas, recurriendo a su categorización con modelos socialmente producidos. Según Fiske y Taylor (2008) los entornos sociales rápidamente guían los conceptos sociales de las personas y casi inconscientemente y hasta inevitablemente dan como resultado cogniciones, evaluaciones, sentimientos, motivaciones y conductas asociadas a este entorno social, siendo la persona que está recibiendo esta información, un organismo pensante; un actor activo dentro de todo este proceso de categorización.

Ahora, ¿cuál es entonces la relación entre el procesamiento cognoscitivo y los mensajes mediáticos? Se puede identificar acá dos procesos importantes: el primero radica en cómo los individuos perciben los medios de entretenimiento, entrando en juego dentro de este proceso lo que se conoce como la “realidad percibida”, ya que cuando las personas reciben información de los medios, como por ejemplo el televisor, reciben estímulos sensoriales, los cuales deben ser organizados mediante estructuras de conocimiento existentes, sin importar que estas sean simples actitudes o esquemas más elaboradas y

estereotipos. El tipo de constructos que se activan durante el proceso de percepción, ejercen claramente una influencia tanto cognitiva como afectiva a la información proveniente de los medios, a la interpretación que se le da a esta información y a la integración que se hace de esta información dentro de las estructuras de creencias que posee cada persona (Bryant y Vorderer, 2006).

El segundo proceso importante en la relación entre la percepción y los medios de entretenimiento se basa en cuán frecuente el consumo de estos medios tiene una influencia en los constructos que juegan un papel importante en el proceso de percepción como tal (Bryant y Vorderer 2006). Es decir, es posible que el consumo de medios de entretenimiento influya en los factores internos, tales como las actitudes, estereotipos y esquemas, que poseen un rol importante dentro del proceso de percepción.

En lo que respecta al tema de la realidad percibida a la hora de ver programas de televisión, se han hecho cantidad de estudios (Busselle y Greenberg, 2000) en donde la mayoría se han centrado en ver cómo la realidad percibida modera el efecto de las representaciones en cuanto a las actitudes, creencias y conductas de los espectadores. Se ha demostrado cómo estos factores pueden variar cuando se le dice a los participantes que las escenas que están viendo son reales y cuando se le dice que son ficticias, a su vez se considera que este tipo de percepciones de la realidad tiene tanto efectos fisiológicos como psicológicos. Parte de lo que influye en nuestra percepción y categorización de las situaciones como peligrosas, alegres, violentas y demás, son los esquemas relacionados con los géneros de los programas que hemos visto a través del tiempo. Lo interesante aquí es cómo todas las narrativas comparten estructuras (ej: drama, eventos, resolución de problemas), pero ciertas diferencias existen a su vez entre los tipos de programas que hay. Adicional a este tipo de

esquema, también “se construyen esquemas basados en los mensajes que se ven reflejados en los diferentes tipos de programas”. (Bryant y Vorderer, 2006, p.63).

Ahora entre los efectos que esta realidad percibida puede tener se ha encontrado la capacidad de “trasladarse”, lo que se refiere a la medida en que los televidentes son absorbidos por la narrativa que están procesando. El “trasladarse” se caracteriza por tener un foco de atención mayor, el desarrollar imágenes y emociones. Se han encontrado diferencias significativas en que tanto se “trasladan” las personas cuando están viendo programas de la vida real o ficticios. Se ha visto como cuando se les dice a las personas un texto viene de las noticias o una novela, afecta como las personas interactúan con el texto y que tanto extraer de este, siendo el resultado de indicarles el fragmento es ficticio, un mayor tiempo para leerlo y el recordar características más superficiales, mientras que aquellas personas a quienes se les indico el fragmento era real, recordaron más información sobre la situación en cuestión y procesaron el contenido de una forma más profunda (Bryant y Vorderer, 2006)

Dentro de este tema de percepción, como se viene mencionando entonces, también entra en juego que tanto lo que se transmite en la televisión es percibido como real o no por la audiencia, pudiendo ser esto un potencial moderador de los efectos de la cultivación. Y a pesar de que se han encontrado ciertos problemas en como investigar esto, más que nada a la hora de realizar las mediciones, ya que los tipos de programas difieren drásticamente entre ellos, se han encontrado resultados que indican que entre más convencional parezca un evento proyectado en televisión, más difícil será de recordar, no así los eventos que parezcan atípicos los cuales según los resultados son más fáciles de recordar, ya que este

tipo de eventos requieren un procesamiento más profundo, haciéndolos más fácil de traer a memoria (Shrum, Wyer y O'guinn, 1998)

Siendo todo lo dicho anteriormente de suma importancia, hasta el momento sólo he explicado como las cualidades internas que las personas traen a la hora de ver un programa, tales como sus constructos más accesibles y creencias previas, guían la forma en que perciben y los efectos de esta percepción. Pero hay otro factor que influye dentro de este proceso, la periodicidad con que se ven programas de entretenimiento, en donde esta regularidad influye a su vez en la accesibilidad de los constructos, lo que da como resultado no sólo una alteración del proceso de percepción, sino de la percepción de las personas y los eventos de su vida cotidiana. Una técnica que resulta efectiva para este fin, es la creación de estereotipos y una vez que los televidentes estén familiarizados con un estereotipo, una abundante cantidad de información sobre un personaje o situación puede ser transmitida sin tener que recurrir a un dialogo extenso. Se ha comprobado que entre más aparezca en pantalla un estereotipo, más fácil de recordar por los televidentes será (Bryant y Vorderer, 2006)

Ahora qué tanto este tipo de estereotipos influyen en la percepción que se tiene de otras personas? Los constructos más accesibles son más propensos a ser activados en contextos sociales o de toma de decisiones y son los más propensos a ser utilizados como base para emitir juicios, que aquellos constructos que están menos accesibles. Un número importante de estudios se han realizado dentro de este contexto principalmente con la finalidad de poner a prueba la Teoría de Cultivación (Shrum, 1998). Esta accesibilidad de ciertos constructos media el efecto de visualización de la percepción social, por lo tanto ver

la televisión influencia la accesibilidad de los constructos, lo que a su vez influencia la magnitud de la percepción social.

La accesibilidad de las actitudes a su vez puede tener un efecto en etapas posteriores del procesamiento de la información, por lo tanto “las actitudes que están más accesibles a la memoria tienden a ser más fuertes, son más persistentes y resistentes a cambiar y es más probable que afecten las conductas, de aquellas actitudes que no están tan accesibles”. (Bryant y Vorderer, 2006, p.67).

En resumen, los principales aportes teóricos utilizados para fines de esta investigación tomando en cuenta los objetivos planteados, se centraron en la Teoría del Cultivo y cómo el vivir por medio de lo que se ve en la televisión tiene un efecto sobre lo que percibe cómo real. Por otro lado se retomó cómo el uso que se le da a los medios y la preferencia por ver ciertos tipos de programas varía de acuerdo a la audiencia y las expectativas de uso que se tengan, y por último cómo la historia de cada persona en particular y sus esquemas de pensamiento, los cuales son construidos a través del tiempo, juegan un papel muy importante en la forma en la que se procesa lo que se está recibiendo de los medios y la manera en la que esta información se integra con esas experiencias vividas, haciendo ciertos constructos más fáciles de traer a memoria según las situaciones presentadas en el tipo de noticia o programa que se escoja ver.

Modelo del estudio

Este estudio se realizó bajo un modelo el cual permita ayudar a describir las relaciones entre las variables a investigar, en donde la prioridad fue trabajar específicamente con la variable criminalidad percibida

Basado en los antecedentes, se partió entonces del supuesto que las noticias de sucesos incidirían sobre la intensidad de los niveles de criminalidad percibida, los cuales a su vez tendría un efecto sobre el temor al crimen. Por otro lado las noticias sobre economía y asunto positivos, no tendrían un efecto sobre las variables independientes, aunque se esperaba la exposición a las noticias sobre economía, obtuvieran un efecto más alto sobre las variables dependientes, que la exposición a las noticias positivas.

De esta misma forma, la exposición a noticias de sucesos se anticipa que provoque una variación en los puntajes en la escala de *arousal* percibido, los cuales estarían positivamente asociados con las variables dependientes.

Planteamiento del problema e hipótesis de investigación

Una vez realizada la revisión bibliográfica pertinente y tomando en cuenta lo encontrado en numerosas investigaciones, sobre la relación entre las noticias de sucesos y el temor a la realidad, se plantea el siguiente problema de investigación:

¿Cuál es el efecto que tienen los diferentes tipos de noticias (sucesos, económicas y positivas) sobre la percepción de los niveles de criminalidad, el temor al crimen y el *arousal* percibido en un grupo de jóvenes entre los 19 y 21 años?

Las hipótesis a contrastar empíricamente son las siguientes:

H1: Cuando los participantes son expuestos a noticias de sucesos, éstos presentarán puntajes más altos en la percepción de los niveles de criminalidad y el temor al crimen, que cuando son expuestos a noticias económicas y noticias positivas.

H2: Cuando los participantes son expuestos a noticias positivas, éstos presentarán puntajes más bajos en la percepción de los niveles de criminalidad a y el temor al crimen, que cuando son expuestos a noticias económicas y noticias de sucesos.

H3: Un aumento en el *arousal* percibido en los participantes, después de la exposición a las noticias de sucesos, se asociará a un aumento en la percepción de los niveles criminalidad y el temor al crimen.

H4: A mayor cantidad de horas de ver noticias, mayor será el efecto causado sobre la percepción de los niveles de criminalidad, el temor al crimen y el *arousal* percibido en los participantes.

H5: Se espera que las mujeres presenten puntajes más altos para la percepción de los niveles de criminalidad, el temor al crimen y el *arousal* percibido que los hombres.

Metodología

Tipo de estudio

Para el presente estudio se utilizó una metodología de tipo experimental a través de un diseño intra-sujeto de medidas repetidas, en donde la variable intra-sujeto fue el tipo de noticias (sucesos, económicas y positivas). El objetivo era determinar el papel que jugaba la presentación de los diferentes tipos de noticias, en especial las de sucesos, en la percepción de los niveles de criminalidad, el temor al crimen y el *arousal* percibido.

La selección de los y las participantes fue de tipo intencional, por criterio, con sujetos voluntarios y con una muestra no probabilística o dirigida. Esto permitió examinar el comportamiento de las variables en estudio sin hacer generalizaciones hacia la población (Hernández, Fernández & Baptista, 2003).

Participantes

Los y las jóvenes participantes en este estudio se reclutaron en diferentes universidades de la provincia de San José. Todas las personas participantes firmaron consentimiento informado aprobado por el Comité Ético Científico de la Universidad de Costa Rica. La muestra necesaria para el estudio fue calculada con la ayuda del programa GPower 3.1, con el cual se previó un tamaño de efecto mediano de $d = 0.25$, para analizar distintas variables mediante un análisis de varianza, tomando en cuenta un error alfa de 0.05, y un error beta de .20 (para alcanzar un poder de .80). De esta manera, el tamaño necesario para la muestra era de 36 personas. Para el experimento propiamente, se contó con más de la muestra necesaria. Participaron un total de 53 participantes (28 mujeres y 25 hombres), con edades entre los 19 y los 21 años de edad ($M = 20,00$ años; $DE = 0,88$ años) todos estudiantes universitarios, en donde 34 de estos participantes eran estudiantes de la carrera de Psicología y los 19 restantes estudiantes de las carreras de Administración de Empresas, Diseño Grafico, Física, Medicina, Ingeniería Mecánica y Meteorología.

Instrumentos

A continuación se describen los instrumentos que se utilizaron para la recolección de datos.

Previo a que los y las participantes vieran el video correspondiente a cada sesión, como se ha mencionado anteriormente, se buscó determinar primero la frecuencia de visionado de noticias en la vida cotidiana. Para esto se recurrió a la creación de una escala en la que se preguntó a los y las participantes por la frecuencia con la que ven noticias en el transcurso de una semana, lo cual lo hacían indicando la cantidad de horas de noticias que veían por día en la mañana, mediodía, tarde y noche.

Seguidamente se les pedía llenaran la escala de *Arousal Percibido* (Anderson, C. A, Deuser, W.E, y DeNeve, K, 1995) , la cual es una escala tipo Likert de 5 puntos en donde 1 significa “Para Nada” y 5 “Totalmente”. Diez adjetivos componen la subescala de *Arousal Percibido Positivo* (ej., enérgico), y catorce adjetivos componen la subescala *Arousal Percibido Negativo* (ej., adormecido). Aunque ambas escalas se aplican de forma conjunta, es decir los adjetivos se mezclan, cada escala se analiza de forma separada, ya que cada una se presenta como un sub-constructo de los indicadores del constructo ‘*Arousal*’. Esta escala muestra tener una alta confiabilidad, con un rango de 0.89 y 0.84 en los alfas de Cronbach correspondientes a las subescalas de los *arousal* positivos y negativos respectivamente.

Para todas las escalas se realizaron pruebas de normalidad con el propósito de evaluar si las puntuaciones obtenidas a partir de la muestra se distribuyeron normalmente. Así entonces la escala de *Arousal Percibido Positivo* para la cual el rango teórico de va de 1 a 5, presentó puntuaciones mínimas de 1.20 y máximas de 5, con un promedio de 2.82 y una desviación estándar de .749. La prueba de normalidad indica que las puntuaciones no se desvían significativamente de una distribución normal (Z_s Kolmogorov-Smirnov = .645, $p = .799$), con un resultado de asimetría de .495 y un error estándar de .330. De igual forma la escala de *Arousal Percibido Negativo* para la cual el rango teórico va también de 1 a 5,

presentó puntuaciones mínimas de 1.21 y máximas de 3.50, con un promedio de 2.20 y una desviación estándar de .606. La prueba de normalidad indica que las puntuaciones medias de dicha escala no se desvían significativamente de una distribución normal (Z_s Kolmogorov-Smirnov = 1.242, $p = .091$), con un resultado de asimetría de .628 y un error estándar de .330.

Seguidamente se reproducía el video con el segmento de noticias correspondiente a la sesión. Una vez finalizando el video se procedía a aplicar la escala de *Temor al Crimen* (Erdoñez, 2009), la cual es una escala de tipo Likert de 10 puntos, en donde 0 significa “No le Preocupa Nada” y 10 significa “Le Preocupa Mucho”. Siete ítems componen esta escala la cual busca medir cual es la preocupación de los participantes en diferentes situaciones como por ejemplo “ser agredido físicamente” y “que entren a robar su casa cuando usted y su familia están en casa”. Esta escala muestra tener una alta confiabilidad, con un alfa de Cronbach de 0.90.

Debido al formato de respuesta ya mencionado, las puntuaciones de esta escala oscilan entre 0 y 10. En este estudio, la escala presentó puntuaciones mínimas de 1 y máximas de 4, con un promedio de 2.73 y una desviación estándar de .919. La prueba de normalidad realizada indica que las puntuaciones medias de esta escala no se desvían significativamente de una distribución normal (Z_s Kolmogorov-Smirnov = 1.351, $p = .052$), con un resultado de asimetría de -.330 y un error estándar de .330.

Como cuarto instrumento y para medir la *Percepción de los Niveles de Criminalidad*, se aplicó una escala diseñada por la autora de este trabajo, la cual pide con una sola pregunta calificar utilizando un rango de entre 1 y 10, cómo perciben los y las participantes los niveles de criminalidad en el país. Para esta escala el formato de respuesta

como se mencionó anteriormente va de 1 a 10, en donde 1 es el nivel más bajo y 10 es el nivel más alto. Esta escala presentó puntuaciones mínimas de 3 y máximas de 9, con un promedio de 6.65 y una desviación estándar de 1.71. La prueba de normalidad realizada indica que las puntuaciones medias de dicha escala no se desvían significativamente de una distribución normal (Z_s Kolmogorov-Smirnov = 1.215, $p = .104$), esto con un resultado de asimetría de -.698 y un error estándar de .330.

Por último, se aplicó la escala de *Victimización* (PNUD, 2008), la cual buscaba medir las experiencias concretas que han tenido los y las participantes con el crimen en los pasados seis meses, esto preguntando si habían sido o no víctimas de diferentes situaciones, ejemplos de estos ítems son: robo en la vivienda, robo fuera de la vivienda, robo de carro, robo de pertenencias en el carro. Esta escala muestra tener una alta confiabilidad con un alfo de Cronbach de 0.82.

Para esta escala el formato de respuesta va de 0 a 1, presentando puntuaciones mínimas de .00 y máximas de 1, con un promedio de .060 y una desviación estándar de .165. La prueba de normalidad realizada indica que las puntuaciones medias se desvían significativamente de una distribución normal (Z_s Kolmogorov-Smirnov = 2.967, $p < .000$), con un resultado de asimetría de 4.342 y un error estándar de .330.

Procedimiento

El procedimiento del trabajo que acá se realizó fue el siguiente:

1. Convocatoria de los(as) participantes: esta incluyo el realizar convocatorias en clases universitarias, esto principalmente en la Universidad de Costa Rica y la

colocación de carteles dentro del campus universitario, así como por medio de Facebook.

2. Selección de los estímulos noticiosos: de acuerdo a la revisión de los antecedentes se trabajó con estímulos de una duración aproximada de 3 minutos como máximo por tipo de noticia, se utilizaron segmentos específicamente de *Informe Once de Canal 11* y *Telenoticias de Teletica Canal 7*. Para la selección de los mismos y asegurarse estos siguieran los criterios definidos para cada segmento, tomando como base las siguientes definiciones para los diferentes tipos de noticias:

- Noticias de sucesos: se refiere a noticias en la que se informan robos, agresiones, asesinatos u otro tipo de crímenes contra la propiedad o contra las personas. Incluye a su vez noticias donde no se cubre el accionar de los cuerpos de policía, como por ejemplo, allanamientos o persecuciones.
- Noticias económicas: hace referencia a noticias que informen sobre la situación económica nacional en temas como inflación, situación salarial, variaciones en los precios de bienes y servicios, deuda interna, déficit fiscal, entre otros.
- Noticias positivas: se trata de noticias que hagan referencia a logros alcanzados por una persona o grupo de costarricenses, mejoras en infraestructura, notas de tipo turística, entre otros.

se recurrió al criterio de jueces, expertos en desarrollo de investigaciones sobre esta y otras temáticas, los cuales calificaron tres bloques de noticias para cada tipo, para esto se procedió a enviar a cada juez nueve videos junto con una herramienta de jueceo, construida por la autora de esta investigación, la cual constaba de una

lista de criterios donde los dos jueces escogidos para esto debían puntuar: ¿Qué tan largo le pareció cada segmento de noticias?, ¿Qué tanto evoca temor cada segmento de noticias?, ¿Qué tanto evoca inquietud cada segmento de noticias?, ¿Qué tanto evoca preocupación cada segmento de noticias?, ¿Qué tanto evoca inseguridad cada segmento de noticias? y por último si ¿Responde el segmento al formato que quiere presentarse: es decir: sucesos, noticias económicas o noticias positivas?.

Como primer paso para la verificación de la idoneidad de los videos, se sacó el promedio de la pregunta N° 7 de la herramienta de jueceo, la cual estaba formulada de la siguiente manera:

En una escala de 0 a 10 indique la idoneidad del video para ser empleado en el estudio _____

Tomando en cuenta los resultados de esta pregunta, se escogieron entonces los videos del tres en adelante, de los nueve que fueron enviados a los jueces, debido a que estos fueron los que obtuvieron puntuación de 7 o mayor, siendo esto lo que se buscaba (Tabla 1).

Tabla 1. Resultados de idoneidad del video presentado para ser empleado en el estudio y sus promedios.

| Video | Pregunta | Juez 1 | Juez 2 | Promedio |
|-------|------------|--------|--------|----------|
| 1 | Pregunta 7 | 5 | 6 | 5,5 |
| 2 | Pregunta 7 | 7 | 5 | 6 |
| 3 | Pregunta 7 | 8 | 8 | 8 |
| 4 | Pregunta 7 | 7 | 7 | 7 |
| 5 | Pregunta 7 | 9 | 7 | 8 |
| 6 | Pregunta 7 | 8 | 7 | 7,5 |
| 7 | Pregunta 7 | 8 | 8 | 8 |
| 8 | Pregunta 7 | 8 | 8 | 8 |
| 9 | Pregunta 7 | 9 | 9 | 9 |

Fuente: Pregunta No. 7 herramienta de jueceo.

Como segundo paso se procedió a analizar si los jueces coincidían o no en las condiciones que cada video buscaba representar, es decir si evocaba temor, inquietud, inseguridad o preocupación.

Como último paso se procedió a analizar si los jueces coincidían caracterizando la noticia con lo que se buscaba esta representara (positiva, económica o sucesos). Para esto se realizó un Kappa de Cohen el cual dio como resultado global los siguientes datos para los 3 videos que puntuaron más alto:

Video 3 un Kappa de Cohen del **1.000**, siendo el nivel de coincidencia muy bueno.

Video 6 un Kappa de Cohen del **.57**, siendo el nivel de coincidencia moderado.

Video 9 un Kappa de Cohen del **.57**, siendo el nivel de coincidencia moderado.

Los demás videos obtuvieron un Kappa de Cohen, bajo por lo cual se descartó su uso en el estudio.

3. Exposición de los estímulos: los videos se presentaron de forma aleatoria a los(as) participantes con al menos dos días de diferencia entre cada uno.

4. Recolección de datos: como se mencionó anteriormente cinco instrumentos fueron aplicados a cada participante en cada una de las tres sesiones, las cuales tenían una duración aproximada de 20 minutos. Las mismas fueron realizadas en el Instituto de Investigaciones Psicológicas, en un área habilitada para este fin. Las aplicaciones se realizaron respetando el horario del Instituto, en días hábiles de 8:00am a 4:00pm.

La aplicación de los instrumentos pre y post se realizó en computadoras mediante el programa llamado Limesurvey, así como la introducción de los estímulos (videos con los segmentos de noticias), para los cuales se usó el programa Quick Time Player y audífonos para escuchar el audio de los segmentos de noticias.

El orden de aplicación de los instrumentos para cada sesión fue, previo a la introducción del estímulo: una sección para recolectar datos sociodemográficos.

Seguido de esto se aplicaba la primera escala la cual era para medir la frecuencia con la que los y las participantes veían noticias en una semana. El segundo instrumento fue la escala de *Arousal Percibido*, la cual corresponde a la escala traducida al español de Anderson, C. A, Deuser, W.E, y DeNeve, K. (1995).

Posterior a la introducción del estímulo: primero y nuevamente la escala de *Arousal Percibido*. El tercer instrumento fue la escala de *Temor al Crimen*, desarrollada por Erdonmez (2009). El cuarto instrumento fue el índice de *Niveles de Criminalidad* (elaborado por la autora de este trabajo). El quinto instrumento fue la escala de *Victimización*, para la cual se usó de referencia el utilizado en el “Módulo sobre Victimización” (PNUD, 2008).

Análisis de datos

La sistematización de la información se llevó a cabo a través de la creación de una base de datos en el paquete estadístico SPSS 15.0 para Windows, en la cual se ingresaron los resultados obtenidos en los instrumentos aplicados.

Los resultados se obtuvieron por medio de análisis estadísticos descriptivos, inferenciales y multivariados a través de dicho programa. Se realizaron análisis de varianzas y correlaciones múltiples.

Procedimientos para mantener la confidencialidad y protección de los sujetos

Para asegurar la confidencialidad y privacidad de todos los y las participantes de la investigación se les garantizó que la participación en el proyecto de investigación no pondría en riesgo su integridad física, psicológica y/o moral. Igualmente, a su vez tenían la libertad de rehusarse a formar parte de la investigación o de retirarse antes de concluirla, en caso de que así lo quisieran. El consentimiento informado que se utilizó fue el recomendado por el Comité Ético-Científico de la Universidad de Costa Rica. A los participantes se les explicó el objetivo del experimento una vez terminado el mismo (*debriefing*).

A su vez en lo que respecta a los cuestionarios autoaplicados, la consideración para mantener la confidencialidad de los participantes consistió en el anonimato de los mismos, es decir no se les solicitó el nombre ni datos personales reveladores a quienes completaron la batería de instrumentos.

Resultados

A continuación se detallan los análisis realizados y los resultados encontrados para tratar de comprobar las hipótesis planteadas en este trabajo

Como primer paso se realizó la Prueba de Esfericidad Mauchly, sobre las escalas de Victimización, Niveles de Criminalidad y Temor al Crimen, para verificar que existiera homogeneidad de varianzas entre las diferencias entre los niveles del factor a medir (tipo de noticias). Esta prueba dio como resultado que para la victimización, luego de la exposición a los diferentes tipo de noticias, no se cumple el supuesto de esfericidad ($X^2(2) = 22.35, p < .001$), con esto y para poder utilizar el estadístico F univariado, se procede a corregir los grados de libertad, para esta variable solamente, utilizando la corrección de Greenhouse-Geisser, ya que es la opción más conservadora en donde los grados de libertad del factor (tanto los del numerador, como del denominador) se multiplicaron por el valor estimado de *épsilon* ($\epsilon = .719$). En lo que respecta a el temor y la criminalidad sí se cumple el supuesto de esfericidad, con los siguientes resultados respectivamente ($p = .113$) y ($p = .319$), por lo que no hay que realizar ninguna corrección a los grados de libertad.

Como segundo paso se realizaron los análisis de varianza de un factor, se decidió realizar este análisis ya que el factor para este estudio es el tipo de noticia y el mismo posee varias categorías (económicas, positivas y sucesos). Estos análisis dieron como resultado para la criminalidad percibida un efecto causado por el tipo de noticia presentada ($F(2, 92) = 9.54, p < .000, \eta^2 = .172$). No se encontró un efecto, para esta variable, provocado por la cantidad de noticias vistas por semana ($p = .265$), o el sexo de los participantes ($p = .661$), (Tabla 2).

Tabla 2. Resultado del análisis de varianza para la variable criminalidad percibida

| Fuente | Gl | SS | MS | F |
|------------------|----|-------|------|--------|
| Noticia | 2 | 7.12 | 3.56 | 9.54** |
| Noticia*UsoTotal | 2 | 1.00 | .503 | 1.35 |
| Noticia* Sexo | 2 | .311 | .155 | .416 |
| Error (Noticias) | 92 | 34.36 | .373 | |

Nota. GL = Grados de libertad, SS=Square sum, MS=Mean square; ** $p < .01$

Continuando con la victimización los resultados no evidenciaron, para esta variable efecto causado por el tipo de noticia presentada ($p=.168$), la cantidad de noticias vistas por semana ($p=.379$), o el sexo de los participantes ($p=.666$) (Tabla 3). Importante mencionar acá como el porcentaje de participantes que habían sido víctimas en los pasados 6 meses de algún tipo de delito, fue de menos de un 10% de la muestra total.

Tabla 3. Resultados de los análisis de varianza para la variable victimización

| Fuente | Gl | SS | MS | F |
|------------------|--------|------|------|------|
| Noticia | 1.437 | .038 | .026 | 1.90 |
| Noticia*UsoTotal | 1.437 | .018 | .013 | .907 |
| Noticia* Sexo | 1.437 | .006 | .004 | .304 |
| Error (Noticia) | 66.121 | .914 | .014 | |

Nota. GL = Grados de libertad, SS=Square sum, MS=Mean square

Por último para el temor al crimen los resultados al igual que para la victimización no evidenciaron efecto producido por el tipo de noticia presentada ($p=.081$), la cantidad de noticias vistas por semana ($p=.39$) o un efecto provocado por el sexo, ($p=.739$) (Tabla 4). Con respecto a esta variable y recordando esta se midió por medio de una escala compuesta por una sola pregunta, los valores que obtuvieron mayor frecuencias de repuesta fueron en orden los siguientes: 8 con 14 respuestas, 6 con 13 respuestas y 7 con 9 respuestas, estando así la mayoría de las respuestas por encima del puntaje medio de la escala, lo cual resulta

importante de tomar en cuenta a la hora de elaborar las conclusiones de los resultados encontrados.

Tabla 4. Resultados de los análisis de varianza para la variable temor al crimen

| Fuente | Gl | SS | MS | F |
|------------------|----|------|------|------|
| Noticia | 2 | .373 | .187 | 2.57 |
| Noticia*UsoTotal | 2 | .137 | .068 | .949 |
| Noticia* Sexo | 2 | .095 | .052 | .661 |
| Error (Noticia) | 92 | 6.63 | .072 | |

Nota. GL = Grados de libertad, SS=Square sum, MS=Mean square

Como tercer paso se realizaron comparaciones post hoc, para comparar los distintos niveles del factor inter-sujeto (tipo de noticia) en cada uno de los niveles de los factores de este análisis de medidas repetidas. Para esto se tomó en cuenta la violación del supuesto de esfericidad encontrado en los análisis iniciales, la cual puede contribuir a que se den sesgos en los resultados encontrados, decidiéndose con esto utilizar para estos análisis la corrección de Bonferroni, la cual se ha encontrado como el método más fiable para ayudar a controlar la tasa de error o probabilidad de cometer errores de tipo I (Fields, 2005).

Con estos análisis se logró encontrar cómo en efecto el tipo de noticia mostrada es la que causa un efecto en las variables estudiadas, más específicamente se encontró que tras ser expuestas a noticias de sucesos, las personas presentaron niveles significativamente mayores en la criminalidad percibida ($M = 7.27$, 95% CI [6.72, 7.82]), que cuando fueron expuestas a las noticias positivas ($M = 6.59$, 95% CI [6.09, 7.10]) y económicas ($M = 6.78$, 95% CI [6.28, 7.28]), $p = .000$ y $p = .001$. Sin encontrarse diferencias en lo que respecta al temor al crimen ($p = .015$, $p = .093$) o a la victimización ($p = .72$, $p = 1.00$) (Tabla 5).

Tabla 5. Medias y desviaciones estándar para los tres tipos de noticias y las tres variables dependientes (criminalidad percibida, victimización y temor al crimen)

| Variable | Noticias | | | | | |
|-----------------|----------|------|------|------|------|------|
| | 1 | | 2 | | 3 | |
| | M | DE | M | DE | M | DE |
| Criminalidad | 6.59 | .252 | 6.78 | .249 | 7.27 | .274 |
| Victimización | .061 | .025 | .032 | .009 | .035 | .013 |
| Temor al crimen | 2.67 | .130 | 2.68 | .138 | 2.81 | .127 |

Nota. ^aLas medias son significativas diferentes. Para todas las medidas, las medias más elevadas indican mayores niveles en las variables.

Para finalizar los análisis y buscando determinar las relaciones existentes entre las noticias de sucesos y las variables *arousal* percibido, criminalidad percibida y temor al crimen, se procedió a realizar un análisis de correlación, el cual consiste en analizar la probabilidad de predictibilidad que existe entre dos variables. Realizando este análisis se obtiene el valor del Coeficiente de Pearson, el cual es un valor entre -1 y 1, donde un valor negativo indica una relación negativa entre las variables, es decir a mayor presencia de una variable disminuye la presencia de la otra, y un valor positivo indica una relación positiva, en donde a mayor presencia de una variable, se aumenta la presencia de la otra. Los valores de una correlación se interpretan de manera tal que cuando el coeficiente de Pearson es mayor a .1 y menor a -.1 se puede decir existe una correlación pequeña, si el coeficiente es mayor a .3 y menor a -.3 existe una correlación mediana y si el Coeficiente de Pearson es mayor a .5 y menor a -.5 existe una correlación alta (Fields, 2005).

Es importante tomar en cuenta a la hora de analizar estos resultados que la escala de *Arousal* que se utilizó fue solamente la escala de *Arousal Percibido Negativo*, ya que esta específicamente es la que se esperaba tuviera influencia sobre las otras variables. Así

entonces se encontró como a pesar de que existe una correlación negativa entre las variables, no existen diferencias significativas que validen que el aumento en el *arousal* percibido va de la mano a un aumento de la criminalidad percibida ($p=.889$) o el temor al crimen ($p=.765$) (Tabla 6).

Tabla 6. Medias y desviaciones estándar y correlaciones simples entre las variables del estudio después de la exposición a noticias de sucesos

| Noticias de Sucesos | | | | | |
|----------------------------|-------|------|---|-------|-------|
| Variable | M | DE | 1 | 2 | 3 |
| 1. <i>Arousal</i> Negativo | -.020 | .391 | - | -.020 | -.042 |
| 2. Criminalidad | 7.30 | 1.88 | | - | .433 |
| 3. Temor al crimen | 2.85 | .897 | | | - |

Discusión y Conclusiones

El presente trabajo arrojó una serie de resultados interesantes de los cuales se pueden concluir datos importantes, buscando con esto sustentar algunas de las hipótesis planteadas en este trabajo.

Primero se encontró que la exposición a noticias de sucesos fueron las que provocaron un aumento considerable de la criminalidad percibida, factor que se encontró como relevante tanto en los antecedentes, como en el marco conceptual en donde se evidencia como el realismo percibido dentro de lo que se está presentando afecta las expectativas que se tengan y el cómo se percibe e interpretan los mensajes (Bryan y Zillman, 2002), teniendo esto efectos tanto fisiológicos como psicológicos en la audiencia. Cabe destacar dentro de este punto, como las noticias de sucesos que se mostraron, presentaban puntualmente situaciones de robo y homicidios dentro del Gran Área Metropolitana, incluyendo algunas de las notas eventos específicamente en San Pedro de Montes de Oca, lugar donde la mayoría de los participantes acuden a la universidad, factor que acentúa aún más el efecto de “trasladarse” o ser absorbido por la narrativa de la situación que se está presentando en pantalla. Este efecto a su vez produce en la audiencia un foco de atención mayor, así como el desarrollo de emociones antes las imágenes presentadas, más si como se mencionó anteriormente, lo que se está presentando es real y ha sucedido dentro de la realidad inmediata de la audiencia. (Bryant y Vorderer, 2006).

Dentro de este tema a su vez se puede mencionar como parte de lo que influencia la percepción y categorización de ciertas situaciones como peligrosas, violentas, etc., son los esquemas relacionados con los géneros de los programas que se han visto a través del tiempo, pudiendo verse esto reflejando en estos resultados tomando en cuenta que a los

participantes no se les indicaba el tipo de noticia que iban a ver en cada sesión, y cómo entonces construimos esquemas basados en los mensajes que se ven reflejados en los diferentes tipos de programas/noticias (Bryant y Vorderer, 2006), utilizando como parámetro el tipo de cobertura que hacen los medio costarricense de las noticias presentadas.

Como segundo hallazgo y sabiendo que el hecho de presentar situaciones reales puede ser un potencial moderado de los efectos de la cultivación y como entre más atípicas sean las situaciones presentadas más fáciles serán de recordar por la audiencia, debido a que estas van a requerir de un procesamiento más profundo, lo cual las hace más fáciles de traer a memoria (Shrum, Wyer y O'guinn, 1998) es que se puede explicar el hecho que las noticias positivas presentaran los puntajes más bajos, seguidas por las noticias económicas en lo que respecta a la criminalidad percibida y el temor al crimen, comportándose de esta forma como se esperaba para el estudio. Es decir estos dos tipos de noticias al presentar situaciones con las que los participantes se pudieran identificar, pero de forma positiva, las hace tener un efecto contrario al que tuvieron las noticias de sucesos.

Otro resultado interesante de mencionar, es como la variable temor al crimen no mostró variaciones según el tipo de noticia, pudiendo estar relacionado esto a que la mayoría de los participantes no han sido víctimas de ningún tipo de delito en los pasados seis meses, por lo tanto no han tenido una experiencia concreta y directa con este tipo de situaciones. No obstante, esto resulta interesante, ya que como bien se mencionó en apartados anteriores, los noticieros locales no decidan el tiempo suficiente para cubrir todos los detalles necesarios a la hora de presentar cierto tipo de noticias, dejando con esto vacíos de información en la audiencia y se sabe por lo general el sentimiento de temor es

provocado cuando no se conocen las causas exactas de las situaciones presentadas (Solloway et al 2013), tema que sería interesante ahondar en investigaciones futuras.

De la mano con esto se puede mencionar que aunque el uso total no fue una variable que influenciara sobre la percepción de los niveles de criminalidad o el temor al crimen, sí se encontró dentro de los antecedentes el mensaje televisivo está claramente desbalanceado a favor de las noticias de sucesos (Mora y Lopez, 2009) y esto puede tener una influencia en los resultados ya que un factor importante dentro de esta temática es la prominencia del contenido, más que la frecuencia de uso (Weitzer y Kubrin, 2004). Esta regularidad o prominencia de cierto tipo de mensaje influye en la accesibilidad de los constructos, dando como resultado no sólo una alteración del proceso de percepción, si no de la percepción de las personas y los eventos de su vida cotidiana, creando con esto un estereotipo, el cual se ha comprobado entre más aparezca dicho estereotipo creado en pantalla, más fácil será de recordar por la audiencia, afectando de esta forma la acumulación en el imaginario colectivo, tal como lo indica la Teoría del Cultivo (Bryant y Vorderer, 2006).

Ahora tomando en cuenta no se encontraron diferencias por sexo, se puede echar mano para explicar este resultado de la Teoría de Uso y Gratificaciones, en donde el uso de los medios de comunicación puede ser visto como un ritual o puede ser visto como algo más instrumental, siendo el uso ritual, aquel que se da más que nada para consumir tiempo y por diversión implicando con esto una mayor exposición y afinidad con el medio, este tipo de uso puede ser provechoso, pero de una manera más pasiva y sin un objetivo claro. Por otro lado está el uso instrumental, con el cual la audiencia busca que el medio le provea cierto tipo de información, implicando esto una mayor exposición a las noticias y programas con contenido informativo (Bryant y Zillman, 2002). Así entonces tomando en

cuenta las características de los participantes, podría haber un efecto producido por los hábitos de consumo de noticias de esta población y el uso que le dan a estas dentro de su cotidianidad, es decir que no les sea tan atractivo ver este tipo de noticias o bien verlas por este medio (televisión). Sobre la misma línea, otro aspecto que es importante de tomar en cuenta acá es el hecho de la generación a la que pertenecen estos participantes, en donde el contexto en el que se han desarrollado ha llevado a variar mucho las maneras en las cuales se mantienen informados, la escogencia de lo que se ve, las horas a las cuales se ven y los medios o herramientas por los cuales se ven o se mantienen informados (celulares, computadoras, etc).

Por último se encontró como los análisis realizados para encontrar correlaciones entre el aumento en el *arousal* percibido, después de la exposición a noticias de sucesos, y el aumento de la percepción de los niveles criminalidad y el temor al crimen, evidenció correlaciones no significativas entre las 3 variables. Es decir no sucedió que a mayor *arousal* percibido aumentara en los participantes la percepción de los niveles de criminalidad, ni el temor al crimen. Una posible explicación para esto podría ser el hecho que experimentar emociones, al ser un hecho subjetivo, está influenciado por las gratificaciones que se reciben al ver el tipo de programas/noticias que la audiencia decida ver. Con esto lo que se quiere decir es que, a pesar de la creencia que las noticias solamente sirven para informar, sin tener o provocar respuestas emocionales en las personas que las ven, el hecho de que cada persona escoja ver o prestar más atención a cierto tipo de noticias, tiene una consecuencia en la respuesta emocional que esta va a provocar (Bryant y Zillman, 2002).

A manera de resumen, es importante tomar en cuenta como a pesar de que el contenido de las noticias presentadas tuvo un efecto en las variables estudiadas las características particulares de la audiencia o en este caso de los participantes, influye de maneras diferentes el cómo se interactúa con el medio de comunicación y como se procesa la información que se recibe del mismo, aspectos que se consideran importantes de tomar en cuenta a la hora de realizar investigaciones sobre esta misma temática en el futuro.

Recomendaciones

Tomando en cuenta los resultados y conclusiones a las que se pudieron llegar dentro de este estudio con respecto al visionado de diferentes tipos de noticias y su efecto sobre la percepción de los niveles de criminalidad y el temor al crimen, y buscando dejar material para que la investigación sobre el tema continúe en el ámbito nacional se considera pertinente para futuros estudios contemplar las siguientes recomendaciones:

- Limitar el criterio de selección a participantes que busquen activamente ver noticias, es decir que hagan un uso instrumental de las mismas y no que sea algo que se da porque alguien más en su casa lo ve o porque es lo que está en la televisión a esa hora.
- A su vez identificar por medio de un instrumento, cuál es el tipo de noticias que más buscan ver los participantes, esto buscando obtener resultados que ayuden a correlacionar la preferencia por cierto tipo de noticias y su influencia en las variables tratadas en este estudio.
- Trabajar con otras poblaciones, es decir ampliar el rango de edades y no sólo tomar en cuenta a estudiantes universitarios, si no también personas profesionales, amas de casa, etc. Lo que puede ayudar a tener un panorama más amplio del consumo y la apreciación según el tipo de noticias que tienen diferentes tipos de audiencias.
- Trabajar con dos grupos de participantes, uno con participantes que hayan sido ellos o algún familiar cercano víctimas de algún crimen en los pasados seis meses y otro grupo con participantes que no hayan sido víctimas ellos o algún familiar cercano de algún crimen en los pasados seis meses, buscando con esta

distinción entre participantes identificar la relación entre haber sido víctima de un suceso o no y el aumento en el temor al crimen.

- Utilizar noticias de noticieros locales e internacionales, para validar el hecho que al presentar los noticieros locales situaciones de nuestra realidad, tienen un mayor efecto de cultivo que las noticias que se puedan percibir como situaciones lejanas o sin ningún impacto inmediato en nuestra realidad.
- Por último, se recomienda utilizar segmentos de noticias que muestren noticias de un solo noticiero, no mezcladas como en este caso, esto para identificar el papel que juega la cobertura y el discurso utilizando por cada canal en su transmisión de los noticieros.

A su vez tomando en cuenta lo encontrado sobre el uso que hacen los medios costarricenses de este tipo de noticias y su impacto en la percepción de la realidad, se recomienda:

- Efectuar propuestas de sensibilización sobre la labor que realizan los periodistas y las empresas mediáticas, quienes al tener el control de decidir qué es noticia y qué no lo es, construyen una realidad fundamentada en los intereses del canal, más que el informar de manera correcta a la audiencia.
- Efectuar propuestas sobre maneras codificar las noticias, ya que la construcción de las mismas se ve afectada por las valoraciones subjetivas de quien las difunde, tomando en cuenta el debate de especialistas con una posición neutral, el respaldo de datos consistentes y el uso de un tiempo adecuado para cubrir noticias que así lo requieran.

- Puede resultar valioso realizar estudios en el futuro que incluyan análisis sobre el proceso de construcción de la noticia, es decir que se enfoquen en la dinámica interna de las empresas mediáticas para determinar el proceso que se realiza y el papel que juegan las creencias, los imaginarios e ideologías de los periodistas o responsables de la sala de redacción. Buscando con esto dejar de lado los juicios de valor, el uso de frases recurrentes, cargadas de crescendos emocionales y de un fuerte sensacionalismo, que exageran la información y legitiman y naturalizan falsas representaciones.

Referencias

- Anderson, C. A., Deuser, W.E., DeNeve, K. (1995). Hot temperatures, hostile affect, hostile cognition, and arousal: test of a general model of affective aggression. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 434-448.
- Bryant, J., & Vorderer, P. (2006) *Psychology of Entertainment*. Routledge Taylor and Francis Group. New York. E.E.U.U.
- Bryant, J & Zillman, D. (2002) *Media Effects: Advance in Theory and Research*. Second Edition. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. New Jersey. E.E.U.U.
- Busselle, R.W. (2001). The Role of Exemplar Accessibility in Social Reality Judgments. *Media Psychology*, 3-43-67.
- Busselle, R.W., and Shrum, L.J. (2003) Media Exposure and Exemplar Accessibility. *Media Psychology*, 5, 255-282.
- Busselle, R., & Greenberg, B.S. (2000) The nature of Television realism judgments: A reevaluation of their conceptualization and measurement. *Mass Communication and Society*, 3, 249-268.
- Erdonmez, E. (2009). The effect of media on Citizens fear of crime in Turkey. *Dissertation prepared for the degree of Doctor of philosophy*. University of North Texas.

Eschholz, S; Chiricos, T & Gertz M. (2003). Television and Fear of Crime: Program Types, Audience Traits, and the Mediating Effect of Perceived Neighborhood Racial Composition. *Social Problems*, 50 (3), 395-415.

Fields, A. (2005) *Discovering Statistics Using SPSS*. Sage Publications.

Fiske, S., & Taylor, S. (2008). *Social Cognition: From Brains to Culture*. Mc Graw Hill Higher Education.

Fonseca, K., & Sandoval, C. (2006) Medios de Comunicación e (in) seguridad ciudadana en Costa Rica. *Informe Nacional de Desarrollo Humanos*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. San José, Costa Rica.

Grabe, M., & Drew, D. G. (2007) Crime Cultivation: Comparisons Across Media Genres and Channels. *Journal of Broadcasting & Electroni*. 51(1), 147-171.

Hetsroni, A. (2014) Ceiling Effect in Cultivation: General TV Viewing, Genre- Specific Viewing, and Estimates of Health Concerns. *Journal of Media Psychology*. 26(1), 10-18. doi: 10.1027/1864-1105/a000099

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2003). *Metodología de la Investigación*. (3^a ed.). México, D.F: Mc Graw Hill.

Mora, P., & López, L. (2009) *Noticias sobre Criminalidad y su Influencia en la Percepción de Inseguridad Ciudadana de los Habitantes del Área Metropolitana*. Tesis para optar por el grado de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación Colectiva con énfasis en Periodismo de la Universidad de Costa Rica, San José.

Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The State of Cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 337-355. doi: 10.1080/08838151003735018

Pérez, R., Rumoroso, A., Brenes, C. (2009). El Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación y la Evaluación de Sí Mismo en Adolescentes Costarricenses. *Revista Interamericana de Psicología*. 43(3), 610-617.

Pérez, R. (2001). Juventud, Uso de Medios y Tiempo Libre: Un estudio con Jóvenes de las Provincias de San José y Limón. *Revista de Ciencias Sociales*, 90-91, 65-81.

PNUD. (2008). Resultados Módulo sobre Victimización. Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples. *Instituto Nacional de Estadística y Censos*.

Quezada, C. (2007) Potencia Estadística, Sensibilidad y Tamaño de Efecto: ¿Un Nuevo Canon para la Investigación? *Onomázein*. 16 (2), 159.170.

- Romer, D., Jamieson, K.H., and Aday, S. (2003) Television News and Cultivation of fear of Crime. *Journal of Communication*, 53, 88-104.
- Roskos-Ewoldsen, B., Davies, J., & Roskos-Ewoldsen, D.R. (2004) Implications of the mental models approach for cultivation theory. *Communications*, 29, 345-363.
- Solloway, T.; Slater, M. D.; Chung, A & Goodall, C. E. (2013) Anger, Sadness, and Fear Responses to Crime and Accidents News Stories: How emotions Influence Alcohol-Control Policies Support via Risk Concern. *Journal of Media Psychology*. 25, (4), 160-170. doi: 10.1027/1864-1105/a000098
- Shrum, L. J. (2004). Magnitude of Effects of Television Viewing on Social Perceptions Vary as a Function of Data Collection Method: Implications for Psychological Processes. *Advances in Consumer Research*, 31, 511-513.
- Shrum, L.J.; Wyer, R.S., & O'guinn, T.C. (1998) The Effects of Television Consumption on Social Perceptions: The Use of Priming Procedures to Investigate Psychological Process. *The Journal of Consumer Research*, 24, (4), 447-458. doi: 0093-5301/98/2404-0006
- Weitzer, R., & Kubrin, C. E. (2004) Breaking News: How Local TV News and Real-World Conditions Affect Fear of Crime. *Justice Quarterly*, 21(3), 497-520.

Anexo I

**Para uso de oficina
(POR FAVOR NO LLENAR):**

No. Participante: _____

Estímulo: _____

Cuestionario sobre el efecto del visionado

Como parte de un estudio sobre el efecto del visionado y el temor al crimen, le solicitamos que conteste las preguntas que se le presentan a continuación. Estos cuestionarios se usarán en una investigación que forma parte de la tesis de licenciatura de la estudiante Melissa Salazar de la Escuela de Psicología de la Universidad de Costa Rica.

Sus respuestas serán completamente privadas y anónimas; llenar este cuestionario es voluntario. Aquí no hay respuestas buenas, ni malas, por lo que le pedimos que responda de la forma más honesta. Por favor, no deje ninguna pregunta sin contestar.

Recuerde que la información que usted nos brinde es confidencial. Muchas gracias por su colaboración.

Anexo II

Frecuencia del Visionado de Noticias

Piense ahora en la cantidad de horas que usa noticieros en la semana. Por favor indique la cantidad de horas que ve para cada tiempo del día.

| | Lunes | Martes | Miércoles | Jueves | Viernes | Sábado | Domingo |
|----------|-------|--------|-----------|--------|---------|--------|---------|
| Mañana | | | | | | | |
| Mediodía | | | | | | | |
| Tarde | | | | | | | |
| Noche | | | | | | | |

Anexo III

Escala del Arousal Percibido

Anderson, C.A, Deuser, W.E., DeNeve, K. (1995). Hot temperatures, hostile affect, hostile cognition, and arousal: Tests of a general model of affective aggression. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 434-448.

1- Indique cómo se siente en este preciso momento. Para cada palabra marque con una X según cómo se siente usted ahora mismo, en donde 1 indica que usted no se siente “para nada” de esa manera y 5 que la palabra responde “totalmente” a su estado actual.

| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------|------------------|----------|----------|----------|-------------------|
| | Para nada | | | | Totalmente |
| Activo (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Somnoliento (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Exhausto (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Animado (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Adormecido (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Vigoroso (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Alerta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Aburrido (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Fatigado (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Poderoso (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Lento (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Débil | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Entusiasmado (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Enérgico (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Contundente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Tranquilo (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Perezoso (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Cansado (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Deprimido (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Emocionado (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Inactivo (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Avispado (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Agotado (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Desgastado (a) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

Anexo IV

Escala de Temor al Crimen

Erdonmez, E (2009). The effect of media on Citizens fear of crime in Turkey. *Dissertation prepared for the degree of Doctor of philosophy. University of North Texas.*

1- Por favor indique entre 0 y 10 qué tanto le preocupan las siguientes situaciones. 0 es que no le preocupa para “nada” y 10 que le preocupa “mucho”.

| | 0 Nada | | | 10 Mucho |
|---|-------------------------|--|--|---------------------------|
| Que le roben alguna pertenencia que lleva consigo estando fuera de casa | | | | |
| Ser agredido físicamente | | | | |
| Ser asesinado | | | | |
| Qué entren a robar a su casa cuando usted y su familia están en casa | | | | |
| Que entren a robar a su casa cuando ni usted ni su familia está en casa | | | | |
| Ser agredido sexualmente | | | | |
| Que le roben su carro, moto o bicicleta | | | | |

Anexo V

Escala de Victimización

PNUD (2008). Resultados Módulo sobre Victimización. Encuesta de Hogares de Propósitos Múltiples. *Instituto Nacional de Estadística y Censos*.

En los últimos 6 meses, usted ha sido víctima de.....

| | Sí | No |
|---|-----------|-----------|
| Robo en la vivienda (pertenencias, electrodomésticos o cosas similares) | | |
| Robo o asalto fuera de la vivienda | | |
| Robo de carro | | |
| Robo de motocicleta o bicicleta | | |
| Intento de robo de la vivienda o del carro | | |
| Robo a estafa de dinero por Internet | | |
| Sólo agresión contra algún residente de la vivienda | | |

Anexo VI



UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN

COMITÉ ÉTICO CIENTIFICO

Teléfonos:(506) 2511-4201 Telefax: (506) 2224-9367

Escuela de Psicología
Facultad de Ciencias Sociales

FÓRMULA DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

(Para ser sujeto de investigación)

El efecto del visionado de diferentes tipos de noticias y la percepción de la criminalidad.

Código (o número de proyecto): _____

Nombre del Investigador Principal: Melissa Salazar Jiménez

Nombre del participante: _____

- A. **PROPÓSITO DEL PROYECTO:** La presente investigación forma parte de mi proyecto de tesis para optar por el grado de Licenciatura en Psicología. El objetivo es identificar las relaciones entre el visionado de diferentes tipos de noticias y la percepción de la criminalidad.
- A. **¿QUÉ SE HARÁ?:** La investigación consta de tres sesiones en donde se le presentará a los participantes segmentos de noticias de una duración aproximada de 3 minutos. Antes y después del visionado de las noticias deberá llenar un cuestionario, sobre temas asociados al objetivo del estudio. La duración total aproximada de cada sesión será de unos 20 minutos.
- B. **RIESGOS:** La participación en este estudio no plantea riesgos o molestias significativas para usted.
- C. **BENEFICIOS:** Como resultado de su participación en este estudio, no obtendrá ningún beneficio directo, sin embargo, es posible que los investigadores aprendan más acerca de la relación el visionado de diferentes tipos de noticias, el temor al crimen y la criminalidad percibida y este conocimiento beneficie a otras personas en el futuro.
- D. Antes de dar su autorización para este estudio usted debe haber hablado con Melissa Salazar sobre este estudio y ella debe haber contestado satisfactoriamente todas sus preguntas. Si quisiera más información más adelante, puede obtenerla llamando a al teléfono 8353-4133 en el horario (5-8 pm). Además, puede consultar sobre los derechos de los Sujetos Participantes en Proyectos de Investigación al CONIS –Consejo Nacional

de Salud del Ministerio de Salud, teléfonos 2233-3594, 2223-0333 extensión 292, de lunes a viernes de 8 a.m. a 4 p.m. Cualquier consulta adicional puede comunicarse a la Vicerrectoría de Investigación de la Universidad de Costa Rica *a los teléfonos 2511-4201 ó 2511-5839*, de lunes a viernes de 8 a.m. a 5 p.m.

- E.** Recibirá una copia de esta fórmula firmada para uso personal.

- F.** Su participación en este estudio es voluntaria. Tiene el derecho de negarse a participar o a discontinuar su participación en cualquier momento.

- G.** Su participación en este estudio es confidencial; los resultados podrían aparecer en una publicación científica o ser divulgados en una reunión científica pero de una manera anónima.

- H.** No perderá ningún derecho legal por firmar este documento.

CONSENTIMIENTO

He leído o se me ha leído, toda la información descrita en esta fórmula, antes de firmarla. Se me ha brindado la oportunidad de hacer preguntas y éstas han sido contestadas en forma adecuada. Por lo tanto, accedo a participar como sujeto de investigación en este estudio

Nombre, cédula y firma del sujeto

fecha

Nombre, cédula y firma del testigo

fecha

Nombre, cédula y firma del Investigador que solicita el consentimiento

fecha

NUEVA VERSIÓN FCI – APROBADO EN SESION DEL COMITÉ ÉTICO CIENTÍFICO (CEC) NO. 149
REALIZADA EL 4 DE JUNIO DE 2008.

CELM-Form.Consent-Form 06-08