

Qué pena tus ganas, de muerte por muerte

Francisco Godinez Galay
2012

Toda la vida de las sociedades donde rigen las condiciones modernas de producción se manifiesta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que antes se vivía directamente, se aleja ahora en representación.

(...)

El espectáculo se presenta al mismo tiempo como la sociedad misma, como una parte de ésta y como instrumento de unificación.

Guy Debord, La sociedad del espectáculo

*Programas de televisión de bajo presupuesto /
alientan la violencia /
aprovechando la creciente tensión social.*

Eterna Inocencia, "La Iniquidad"

Abstract

En el presente artículo vamos a intentar analizar cuál es el rol de los medios de comunicación en el resurgimiento, en ciertos momentos, de los debates en torno al uso o no de la pena de muerte, partiendo de algunas hipótesis que podrían explicar la conducta de los medios en cuanto al tratamiento de los delitos y la seguridad.

Vamos a hablar de medios comerciales hegemónicos. Dejaremos afuera de este análisis crítico a los medios alternativos, comunitarios y públicos por tener otras lógicas, estructuras, intereses y objetivos. Y muchas veces, por tener otros impactos a nivel de masividad.



¿Los medios nos dicen cómo pensar?

Primero cabe preguntarnos si los medios determinan lo que piensa la sociedad. En las teorías de la comunicación que abordaron este problema en América Latina, se pasó de pensar en los 60s y 70s en un rol conspirativo y de determinación cultural clara, a entender en los 80s que el público es activo y la recepción de los mensajes no es tan lineal como se creía. Hoy deberíamos estar de acuerdo en la idea de que si bien los medios no determinan qué y sobre qué tiene que pensar la sociedad, sí la condicionan, y son altamente influyentes.

Por eso existe el concepto de agenda setting, que es el que explica que los medios de comunicación intentan imponer sus prioridades sobre la opinión pública en cuanto a temas y enfoques. Hoy, en la llamada Era de la Información, se llega a comprender mejor y a aceptarse el hecho de que quien controla la información, controla el mundo. Desde esta perspectiva, los grandes medios definitivamente son capaces de marcar el paso de los debates y prioridades políticos y sociales: “resulta notoria la interrelación entre interpretación del acontecimiento y expectativas de solución” (Betancourt Posada; 2007:209).

Pero tratemos de comprender qué hace que los grandes medios de comunicación tengan en general ciertas conductas tendientes a realzar la sensación de inseguridad, a darles lugar prioritario a los delitos aberrantes y, al extremo, llegar a incluir en sus páginas y pantallas la posibilidad de la pena de muerte como una solución a tanto horror.

Hay varias posibles explicaciones, que seguramente funcionen en consonancia.

Intereses económicos y el espectáculo del delito

Por un lado, no debemos perder de vista que los medios de comunicación de los que hablamos

son empresas. Como tales, buscan un rédito económico, tienen intereses comerciales. Por esto, buscarán siempre lo que les dé más ventas. Está instalada la falsa idea de que los medios de comunicación de este tipo tienen vocación de servicio, tienen una vocación social, que están para defendernos, que son nuestra voz. Estamos lejos de eso. Aunque “si bien la información sobre criminalidad constituye un producto para vender por los medios masivos, su reproducción implica igualmente una responsabilidad social” (Wondratschke; 2007:185). Y ésta debería ser invocada.

En todo caso son los periodistas los que tienen que tener claro su rol y su vocación. Sucede que en muchos casos es difícil ejercerlos cuando se es empleado de una empresa que busca conseguir sus objetivos comerciales, y que sabe bien cómo hacerlo.

Uno de los objetivos centrales de estos medios es buscar ganancias, no ser un referente social y cumplir con su rol. Sucede que para vender más publicidad, deben vender más ejemplares o subir su rating, y para ello deben construirse como un agente de confianza de la sociedad, que no es más que un grupo de consumidores. Y esa confianza se construye con calidad periodística, rigor y buena información, muchas veces, pero también con la espectacularización de la noticia, con la creación de un producto vendible¹. Y además, con el acercamiento a esa sociedad en base a lo que el medio considera que son sus intereses, sus miedos, sus anhelos, sus problemas cotidianos. El medio intentará, entonces, hablarle de igual a igual, como uno más, como uno que lo comprende, y a su vez, instalarse como un defensor, un protector, un guía en el que podemos -y debemos- confiar.

El morbo vende, y la sanción moral de los casos morbosos, genera empatía. Allí un mecanismo de los medios: utilizar historias de delitos aberrantes para atraer la atención, y en

¹ “El efecto construido por los diarios es que el delito es el gran espectáculo, los ciudadanos los espectadores que, como en ciertas performances vanguardistas se constituyen también en actores” (Martini; 2007:43)



el mismo movimiento, repudiarlos, indignarse, pedir soluciones -tal como lo haría el lector-, para acercarse y generar confianza en el mismo.

Los medios, como empresas comerciales, venden un producto. En este caso historias. Y se valen de todas las herramientas narrativas en cuanto a construcción de ambientes, de personajes, de escenas, y además, la exageración, la espectacularización. Lara Klahr y Barata (2009:57-58) enumeran los mecanismos que se emplean en estos medios para hacer del delito una historia atractiva y vendible, y a su vez, las consecuencias que esto genera en la opinión pública y en la percepción de realidad de la sociedad en cuanto a la inseguridad, al miedo y a las ansias de punición:

“Estas son las operaciones discursivas que acaban caracterizando la nota roja: 1- La dramatización del relato (...); 2- El hecho se presenta como excepcional (...); 3- El hecho se presenta descontextualizado (...); 4- Una narración individualizada (...); 5- Simplificación de la realidad (...); 6- Utilización de un lenguaje irracional que apela al subconsciente colectivo: la nota roja se construye con un lenguaje que apela a la irracionalidad, al no entendimiento, a la carencia de razones que expliquen lo sucedido. Ante esta falta de comprensión no caben acciones que vayan a las causas que produjeron los hechos, sólo queda la adopción de medidas represivas para acabar con lo acontecido; 7- Consumatoriedad: igual que el relato se presenta sin un antes, tampoco hace falta preguntarse por el después (...); 8- Uso de un lenguaje popular.”

Cuanto más morbo, más ventas. Y como decíamos, cuantas más ventas, más publicidad y más ganancias. Y “la inseguridad urbana, o más genéricamente la seguridad ciudadana, es en la actualidad uno de los asuntos públicos que capta la mayor atención mediática y política” (Altamirano, 2007:141). “La creciente tendencia a la espectacularización de los contenidos informativos hace que la mayoría de

² Discutiré con este punto: si bien se presentan como excepcionalmente aberrantes, las pantallas y las páginas se llenan de casos de tenor similar, por lo cual la percepción global es que la realidad está hecha solo de ese tipo de casos, lo que exacerba el miedo y la tensión social.

los sucesos sean tratados de forma dramática, lo cual se constata en el manejo informativo de los desastres asociados al medio ambiente: el lenguaje periodístico simplifica la realidad y hace uso desmedido de las emociones y el dolor” (Lara Klahr y Barata; 2009:87).

Motivaciones ideológico-políticas

Pero no olvidemos tampoco las motivaciones políticas e ideológicas de los medios, que también son fuertes. No son solamente empresas en busca de ganancias. O sí, pero a las que determinados escenarios sociales y políticos les convienen más que otros para asegurar esas ganancias. La venta e instalación del problema de la inseguridad es uno de los que resulta más positivo para mantener el statu quo y a la vez tener una herramienta a la mano para presionar a los gobiernos cuando esto sea necesario. Prestemos atención, porque aquí estamos ante una actitud calculadamente esquizofrénica de los medios.

La misma herramienta de la inseguridad sirve para presionar al Estado a que “haga algo”, convirtiéndose así en “la voz de la ciudadanía”, y asimismo, hacer causa común con ese pobre Estado desbordado que debe escuchar la voz de la gente, representada por los medios, y para la cual esa voz sirve de justificación para implementar las soluciones más drásticas y efectistas.

La mera presencia de la pena de muerte en los medios -ya lo veremos- es una solución drástica y efectista, que tiene mucho impacto y resultados, independientemente de su real aplicación. Sirve de amenaza, pero no tanto hacia el delito, como hacia el completo de la sociedad. La amenaza dice que está todo mal y que si se quiere vivir en tranquilidad, mejor quedarse en casa. Como afirma Altamirano (p. 142), “El encuadre (del descontrol -control-) facilita que la discusión se dé en términos de rigor en la aplicación de medidas disuasivas y represivas. En la puesta en escena de un



'combate a la delincuencia', la ciudadanía victimizada y pasiva entrega la responsabilidad de la acción a los agentes del Estado, frente a la figura abstracta del 'delincuente', individuo sin historia ni entorno, cuya identidad social radica en el delito". Aquí aparece ese enemigo común indiferenciado, el miedo, la falta de análisis profundo sobre los orígenes del delito, y la legitimación mediática de la utilización de la violencia -física y simbólica- por parte del Estado. Todo cierra.

Siempre da más réditos políticos atacar violentamente el delito, que atender a sus causas -o condiciones- profundas. Porque es más simple, más efectivo en términos de visibilidad hacia una ciudadanía que, alentada por los medios, quiere soluciones ya. El delito sigue sirviendo como chivo expiatorio para implementar Estados más represivos, y no preventivos o sociales. Y mostrar soluciones mágicas es más redituable electoralmente en términos de costo-beneficio. "(...) Para algunos políticos es conveniente que los ciudadanos tengan miedo y vivan inseguros: así sólo tienen que limitarse a prometer seguridad, mano dura y violencia. Esa actitud, en el fondo hipócrita, va a eximirlos de discusiones más profundas sobre las cuestiones de fondo" (Binder; 2004:38).

La función del miedo

Estos medios, como representantes no de la sociedad, sino del poder y el statu quo, quieren y necesitan que todo esté bajo control; bajo un control basado en el miedo, que es el más sencillo, para conservar el panorama tal como está y por lo tanto su poder y sus intereses, su lugar concentrado intacto y protegido. Los medios alientan el miedo con fines conservadores. Si pensamos que muchas veces son los medios del poder, aparecen también las motivaciones políticas y económicas de mantener a la sociedad controlada. Una de las herramientas para ello, además de la violencia, es el miedo. Dice Xavier Altamirano Molina en un trabajo sobre la prensa en Chile que se observa "una recurrente utilización del tema de

la inseguridad urbana por parte de determinadas fuerzas políticas en Chile y América Latina, para obtener dividendos electorales gracias a la percepción de inseguridad de la ciudadanía" (Altamirano; 2007:93). Es que "mostrar dureza frente a crimen es rentable, electoral y políticamente" (Rey; 2007:16). Y el máximo exponente de ello es el tema de la pena de muerte. Y agregamos, con Marroquín Parducci (2007:89):

"¿Qué mejor receta para el éxito político que difundir y exacerbar la sensación de inseguridad y el miedo a las pandillas? Los medios de comunicación reproducen este discurso que resulta útil a los políticos. Se proporciona el fantasma adecuado con el fin de que la población elija dirigentes que concentrarán el poder para combatir el crimen 'como se merece'."

Y resulta reveladora la cita de Marielos Monzón (2010:59) sobre el caso guatemalteco:

"En palabras de Oscar Clemente Marroquín Godoy, presidente del Consejo de Administración y Director General del Diario La Hora: 'Hay una comunidad de intereses, es casi una simbiosis entre los medios de comunicación (escritos) y el sector privado. No hay necesidad que se giren instrucciones, ni que se pongan de acuerdo. El acuerdo aparece, naturalmente, como algo de la misma esencia'."

O su cita más adelante de las palabras de Ronaldo Robles Bautista, secretario de Comunicación de la Presidencia de Álvaro Colom: "son empresas, no medios de comunicación (...) hay una confluencia histórica de intereses, que promueve el discurso único, es ahí donde radica la hegemonía" (Monzón; 2010:59).

No es que todo el miedo sea infundado. Es que su estructura se basa en elementos difusos, poco identificables. Y esos fantasmas exacerban el sentimiento de que todo es peligro. "Vivimos asustados y eso, claro, nos degrada. Ciertamente el temor no surge de la nada sino que se nutre de hechos y datos objetivos; pero es bueno advertir que tampoco existe una correspondencia exacta entre lo que



pasa realmente y el efecto subjetivo que ello nos despierta” (Binder; 2004:14). Y en ese efecto subjetivo, participan activamente los medios de comunicación y sus narrativas basadas en el impacto que paraliza, aglutina y vende.

El miedo a la inseguridad, y el odio a esa supuesta fuente del miedo (el delito y el delincuente) aglutinan al grueso de la sociedad detrás de un enemigo común, a la vez que lo paraliza a la hora de cuestionar lo establecido, pedir por soluciones que atiendan a todo el fenómeno, o poner en duda ese poder que es el único capaz de protegerlo (el Estado; y los medios, que están siempre “del lado de la gente”). “Gran parte de los imaginarios colectivos de la contemporaneidad se construyen a partir de la puesta en escena de la realidad en los medios de comunicación y, como parte del elemento dramático, pocos resultan tan eficaces y poiéticos como el miedo” (Roncallo Dow; 2007:147).

Legitimar y castigar: la esquizofrenia de los medios

La noticia sobre inseguridad sirve, entonces, para legitimar los reclamos al Estado por políticas más drásticas, y por tanto, sirve al Estado cuando lejos de buscar las causas del delito y la marginación, castiga sus consecuencias. Dice Stella Martini sobre el caso argentino: “Se trata de un género de noticias que decide acerca de la calidad de vida, en especial entre los sectores medios y altos de la sociedad. Por ello mismo, y por las características que el discurso de la noticia policial ha alcanzado en los últimos diez años en la Argentina, se puede asumir que tienen un efecto fuerte sobre los modos en los que la sociedad, o al menos los sectores medios y altos, se piensa y se teme al delito en nuestro país, en que se criminaliza a los otros diferentes (pobres, piqueteros, cartoneros, por ejemplo); y en los modos en que se exige mayor vigilancia y control social” (Martini; 2007:23). El fuego de la inseguridad avivado por los medios, es fundamental para el establecimiento legitimado

de una sociedad del control, solicitada por esa misma sociedad que ha de ser controlada. Otra vez, todo cierra. La exageración del morbo y de la forma en que se presentan casos aberrantes también aporta a la generación de esta legitimidad: “Clarín exaspera el lenguaje y las condiciones del crimen como modo de asegurar el verosímil: su lector puede responder con el acostumbramiento a la violencia y el horror, y también con el temor, que implica conductas preventivas y discriminatorias” (Martini; 2007:39). El miedo funciona como aglutinante social detrás de un objetivo, y como paralizante social que perpetúa lo establecido.

Los medios, una vez que ganaron nuestra confianza porque reclaman a quienes deben dar soluciones por los problemas que constituyen las fuentes máximas de nuestros miedos, nos presentan los casos de modo de que se confirmen esos miedos, y se confirme a su vez la necesidad del rol de estos medios de comunicación en defensa de la “parte buena” de la sociedad. La presencia de delitos y la forma en que aparecen alientan nuestra bronca, nuestra indignación, a la vez que nos inundan de miedo.

“El avance de la marginalidad, producto de la crisis que mantiene a más de la mitad de la población en la pobreza, obliga a las instituciones que contribuyen a la instalación del discurso consensuado, a diseñar estrategias para el control de la marginalidad de la que son causa. La criminalización del reclamo y las formas más visibles del conflicto social, y por ende de la pobreza, es el modo más sencillo de sostener un modelo económico. Ése es uno de los motivos. El otro es el avance de la corrupción, la consolidación de los negocios policiales (tradicionales) de las fuerzas de seguridad y de sectores de la Justicia (...), las mafias políticas que dirimen sus peleas internas por la hegemonía partidaria también (o especialmente) con las armas del crimen (...). Y los dos marchan relacionados: se trata del mismo campo de poder. Tal complejidad se juega en el contrato de lectura de Clarín y de La Nación en lo que respecta a la información policial” (Martini; 2007:49).

“El efecto también construido desde los diarios (y se



asume que resignificado por el lector en términos similares) es el miedo, la exigencia de control, la ambigüedad del escándalo ante la corrupción policial y la demanda de más efectivos en las calles” (Martini; 2007:49).

Entonces, claramente, la presencia del delito en los medios y la opinión pública, da razones legítimas al Estado para ejercer la violencia. Veamos un ejemplo de El Salvador:

“El último tema que resalta en 'La Prensa Gráfica' en este primer análisis es el que se destaque en una noticia la importancia de las patrullas militares que brindan seguridad contra las maras. Desde que apareció el Plan Mano Dura, se hicieron reformas a la ley para permitir militarizar distintos espacios de la sociedad y movilizar al ejército. Aunque la nota tiene un tono informativo, legítima esa decisión al decir que ha sido autorizada por el Presidente de la República” (Marroquín Parducci; 2007:78).

La cintura de los medios

Pero volvamos. Los medios hegemónicos siempre oscilan entre plegarse definitivamente a las políticas del poder, legitimarlas, y criticar a ese poder en cuanto sus intereses se ven afectados. Por eso utilizan temas sensibles como un arma de doble filo que les permite recurrir a ella tanto para aplaudir como para cuestionar, y seguir manteniendo el establishment que les prolonga su vida. La publicación recurrente del delito y la vuelta a la presencia en los medios de la pena de muerte, tienen esta doble función: legitimar las prácticas violentas del Estado cuando es necesario hacerlo; y por otro lado, alertar sobre la ineficiencia de ese Estado en prevenir y combatir el delito. Porque los medios piden endurecimiento de penas porque el delito no ha podido ser controlado. Pero no se controla porque no se atacan sus causas, y no se atacan sus causas porque -además de ser más complejo- el poder necesita de un otro débil al que someter y controlar, y con el cual legitimar su uso de la violencia. Y así sigue este círculo vicioso. “La idea de que todo está descontrolado

y que se está a un paso del caos, es una alusión frecuente cuando se trata de cuestionar las medidas gubernamentales propuestas para frenar el ascenso de las diversas formas de violencia. Y las salidas al aparente desenfreno son medidas de fuerza, planes de 'Mano Dura', peticiones de control e inclusive concesiones a la pérdida de determinados derechos civiles” (Rey, 2007:18-19). Y agregamos: esto legitimaría el uso cada vez más creciente de la violencia, basándose en el miedo al caos, a los desbordes, a la deformación, a lo inabarcable. Ese miedo es el miedo del poder, de los medios y del poder político y económico, que intenta ser trasladado como miedo al ciudadano, para legitimar las prácticas que se tejen en función de él.

El hecho de que esté demostrado que la pena de muerte no reduce el delito, nos muestra dos cosas. Por un lado, que lo que se busca con su implementación es la venganza, no la justicia ni la paz. Y si lo que se busca es la venganza, todo queda dentro de los límites de la sociedad de la violencia. La diferencia es de dónde y hacia dónde se ejerce esa violencia. Hay una violencia legítima, pura, iluminada, inmaculada; y una violencia baja, sucia, oscura. Aunque ambas maten.

Por otro lado, sabiendo que la pena de muerte no reduce el delito, podemos pensar que los medios y los gobiernos aprovechan los debates como herramientas en sí mismas para mantener a raya a la sociedad, controlándola con miedo y violencia. Dijimos que el aumento de las penas (y allí aparece la de muerte) sirve para controlar a la sociedad. La amenaza por su implementación también sirve en este sentido (no es necesario llegar a implementarla). Y, además, como tercer mecanismo, el hecho propio de que se debata sobre el endurecimiento de penas y la pena de muerte, y el delito no cese, interesa para mantener el statu quo. La sociedad experimenta y vive el aberrante hecho de que los delincuentes son tan peligrosos que incluso teniendo la amenaza de la pena de muerte sobre sus cabezas, cometen delitos.



Esto confirmaría dos cosas en el imaginario colectivo: que son tan malos que evidentemente hay que matarlos a todos, que son tan malos que no tienen miedo al castigo de la muerte. Y que entonces debemos seguir teniendo cada vez más miedo, ya que ese enemigo construido es tan amenazante que no es solo un delincuente que puede amenazar nuestra tranquilidad, sino que es un delincuente tan aberrante que incluso habiendo pena de muerte, sale y altera nuestra vida. Un delito “que ya no respeta nada”. Entonces, la tesis del miedo, lejos de evaporarse con la pena de muerte, se refuerza y funciona mejor que antes como un agente controlador de los “desbordes” sociales que puedan llegar a pedir cambios estructurales verdaderamente democráticos y necesarios.

La construcción del enemigo

Los debates en los medios sobre la pena de muerte no son una amenaza para el delito, ya que el poder necesita del delito para confirmar día a día que hay un enemigo al que tenerle miedo, y que por tanto, hay que quedarse quieto y esperar que el Estado diga lo que hay que hacer en esa guerra. La pena de muerte, su idea, sirve para demostrarle a la sociedad que el delito es nuestro miedo estructurador de lo cotidiano. Y es tan real que debe hablarse de pena de muerte porque todo lo otro ha fracasado, y eso es porque los delincuentes son más malos y peligrosos que lo que podemos imaginar, tanto como para tener que pensar en la pena de muerte y, de existir, tan malos como para no importarles que exista la pena de muerte. El mito del enemigo se autoconfirma. Y en este esquema, los medios y el poder mantienen su medio ambiente bajo control.

Los medios tienen muy clara la construcción de personajes que hacer en estos casos. En general, en los casos en que los medios se han hecho eco del pedido de pena de muerte, utilizan esa falsa construcción de ser la voz de los sin voz, de hacerse eco de lo que la gente, ese sujeto indiferenciado y anodino, quiere o

necesita. Pero esa gente es las clases medias y altas, profesionales, de familia clásica. Por tanto, la víctima siempre es un miembro de ese sector (que, claro, es el sector consumidor de medios, los que compran los periódicos o los productos que allí se publicitan, y mantienen activas a las empresas de medios). Y el victimario, en cambio, es un delincuente, no una persona con carencias educativas, empujada hacia el delito, ni nada que permita desbordar el análisis lineal de la situación y comprender las causas y la estructura de los delitos. Hay un bueno y un malo. Un bueno que nace bueno y un malo que nace malo, y para esos malos, se necesita limpieza, para dejar en paz a los buenos, que son, por supuesto, “la gente”, que no son otros que los consumidores que mantienen económicamente a los medios (por ventas y por publicidad). Otro círculo.

Se construye un enemigo simple, claro, circunscrible, pero nunca visto. Un enemigo indefenso, con ciertas características. Pero peligrosamente inasible. Y ante esta identificación, se hace causa común. Se confía en el medio, se venden ejemplares, y el poder sabe con quién aliarse cuando necesita más poder y lavar su imagen: con esos medios que son los confiables, los que llegan a esa “gente”.

No aparece el tema de la pena de muerte cuando matan chicos pobres en las poblaciones pobres, cuando se sufre represión y violencia institucional y policial, cuando hay planes sistemáticos para eliminar luchadores sociales, cuando se criminaliza la protesta, cuando se socavan los derechos de los pueblos originarios, se violan a sus mujeres, se queman sus casas, se los desplaza de sus tierras. Ni se pide pena de muerte a delincuentes de guante blanco que por sus delitos financieros o al medio ambiente dejan sin hogar y hasta sin vida a cientos de familias. No, aunque las víctimas sean en todos los casos muchas más, y más indefensas. En todos los países, los casos que llevan a la opinión pública a considerar la pena de muerte, son con víctimas profesionales o hijos de profesionales, y son casos excepcionales. Pero claro, no son



ciudadanos de segunda como los otros, porque tienen mayor capacidad de compra.

Esto se explica con los conceptos de “seguridad civil” y “seguridad social”. Es más sencillo y menos costoso para los propios medios en términos de responsabilidad, hablar de la inseguridad civil, de los delitos, de los casos individuales, que de la inseguridad social, la de las carencias, marginación, hambre, que va a lugares más profundos, en muchos de los cuales los propios medios tienen participación como actores responsables de esos escenarios de injusticia. La inseguridad social, por otro lado, es la que repercutirá en inseguridad civil. Dicen Lara Klahr y Barata (2009: 64-65):

“(…) Históricamente han existido dos tipos de protecciones: las 'civiles', encaminadas a garantizar la seguridad de los bienes y de las personas en el marco de un estado de derecho, y las 'sociales', que van contra los principales riesgos capaces de entrañar una degradación de la situación de los individuos, como son la falta de empleo digno, la enfermedad, el accidente y la vejez empobrecida”.

(...)

“El universo de la inseguridad ciudadana no debe estar centrado sólo en la 'inseguridad civil' porque, como han señalado diversos autores, eso produce un deslizamiento del deseable 'Estado social' a un 'Estado de la seguridad' centrado más en políticas de ley y orden que en políticas sociales. 'La represión de los delitos, el castigo de los culpables, la prosecución de una 'tolerancia cero', a riesgo de aumentar el número de los jueces y de los policías, son ciertamente cortocircuitos simplificadoros frente a la complejidad del conjunto de los problemas que plantea la inseguridad' señala Castel.”

Y si algo hacen los medios, es simplificar.

Razón y emoción

Los medios construyen estas noticias como historias de ficción. Buscan hablarle a la emoción más que a la razón. Y en ese diálogo

emotivo, basado en las sensaciones más instintivas del miedo y el odio, puede llegarse a niveles extremos como el de dar lugar en sus páginas a pedidos irreflexivos de pena de muerte por parte de familiares doloridos por la pérdida de un ser querido, o reacciones de una sociedad indignada y violentada en su confianza que por su alteración pide venganza. Y los medios, lejos de relativizar estas cuestiones, las avivan, les dan lugar, a veces las alientan, y por lo tanto, les dan entidad como posibilidad. “El relato informativo en clave sensacionalista, que apela a la emotividad del receptor, se registra en la serie de la conmoción, que opera entonces como un marco metacomunicativo también de esa información y dificulta el distanciamiento del objeto, distanciamiento necesario para la inscripción en las agendas correspondientes y su discusión” (Martini; 2007:52). El resultado es los desbordes, los pedidos instintivos, irreflexivos, de venganza, mano dura, represión y pena de muerte. Se utilizan estos momentos de conmoción social -muchas veces creados o alimentados desde la cantidad y calidad en que se presentan los delitos en los medios- para legitimar pedidos facilistas de políticas represivas en lugar de políticas preventivas. Otro recurso es publicar cuando referentes y líderes de opinión piden la pena de muerte (actores, deportistas, artistas, famosos en general)³. “Al situar determinados acontecimientos sociales en el mundo de la emoción, el periodismo deja de lado la explicación racional que obligaría a una reflexión sobre las causas” (Lara Klahr y Barata; 2009:59). No hay causas endémicas para el delito; hay locura, perversión. Desviaciones individuales, pero ¡cuidado! que están diseminadas y escondidas en toda la sociedad, listas para atacar.

El mecanismo de los medios es el facilismo, el impacto certero. Ante un asesinato aberrante, pedir la cabeza del asesino (sin importar quién es, por qué delinque, sin importar si

³ En Argentina recordamos la frase acuñada por la conductora Susana Giménez luego del asesinato de un colaborador: “El que mata, debe morir”; y cómo los medios llenaron páginas y horas en torno a este tema, gracias a darle cabida al parecer irreflexivo, instintivo y para nada especialista, de una famosa en un momento de angustia



el delito está probado y sin importar que matarlo sea también asesinato). Eso provoca identificación en la irreflexión más instintiva de sentir la desprotección desesperante. Pero paradójicamente, también recordamos en Argentina el caso de Víctor Saldaño, el condenado a muerte argentino en las cárceles de Estados Unidos: su caso les parecía a los medios y a la opinión pública una historia triste. Saldaño era una persona de carne y hueso, con una historia, un argentino al que querían matar. Ese castigo, que es resistido y repudiado cuando es realidad en otros lados, es el que vuelve como posibilidad en esos mismos medios de comunicación.

La falta de responsabilidad de medios y periodistas en estos temas aparece mucho en el hecho de dar micrófono a familiares de alguna víctima de un delito horrendo en minutos en que atraviesan por esa situación de dolor y pueden llegar a declarar irreflexivamente y pedir la pena de muerte, lo cual hasta llega a ser entendible en algunos casos como forma de descargar el odio y el dolor -aunque por suerte no todos los familiares de víctimas optan por esta vía a la hora de opinar sobre su caso-. De todos modos, esto es aprovechado por los medios, cuando un tratamiento más responsable indicaría que no es necesario someter a un familiar en esos momentos de duelo a opinar o intentar racionalizar lo que le acaba de suceder. O en todo caso, debería ser actividad de los medios poder relativizar esas palabras y no utilizarlas para mostrarle al resto de la indignada sociedad que el sentir de una víctima de bien es ese tipo de pedidos, con lo cual se estarían legitimando, justificando y dándole entidad como posibilidad.

Como decíamos, la emoción aporta a la espectacularización de la noticia, basando la identificación con el medio, en el sentimiento de miedo: “Se hace espectáculo cuando la información recurre más al lenguaje emocional que a la explicación racional (...) El espectáculo informativo resulta de un querer ver desmedido, obsesionado por lo sensitivo, por la imagen

impactante; de un recrearse en el dolor para atrapar la mirada del espectador” (Lara Klahr y Barata; 2009:88).

De la sección policiales a la sección judiciales

Una interesante hipótesis de por qué los medios pasan de contar los delitos a inmiscuirse en cómo debe solucionárselos, la da Germán Rey al afirmar que en nuestro ámbito latinoamericano ha habido un proceso de cambio del delito individual, la historia relatable, a un delito sistemático, lo cual traslada el problema de la crónica de casos a un problema institucional, y por tanto, hay un incipiente desplazamiento en el que los periodistas dejan de ser narradores de historias para ser analistas de instituciones, y es allí en donde pueden entrar los pedidos de mayores penas, más mano dura, y la pena de muerte:

“El delito se tipificó, se ampliaron sus clasificaciones, pero, sobre todo, entró en una dinámica nueva. Ingresó en un mundo técnico, de planificación y expertos, en que se miden sus evoluciones, se hacen comparaciones históricas y sectoriales, se evalúan las estrategias y sus eventuales impactos. El misterio fue reemplazado por la eficacia. Sociólogos, trabajadoras sociales, psicólogos, expertos en seguridad, estadígrafos, conformaron los contingentes que estudian y tratan el delito que dejó su tono individual para convertirse en un asunto social.

Los porcentajes de homicidios hablan de tendencias de la criminalidad mucho más que de crímenes individuales y, por lo tanto, de historias localizables. Por eso, el periodismo policial se volvió judicial y los casos de la baranda fueron reemplazados por la narración de procesos jurídicos en que hay capturas, indagatorias, sentencias más que sucesos. El crimen, que en las narraciones pasadas era un elemento -repudiable y temido- de las relaciones humanas, se convirtió en un problema institucional, en una especie de sombra generalizada, que atemoriza de otro modo a la comunidad. La narración de crímenes obviamente existe, pero bastante despojada de su perspectiva de relato.” (Rey; 2007:14)



Redes sociales

¿Y qué sucede hoy con ese sentir de la gente que es invocado y alentado por los medios? Que se expresa mucho a través de redes sociales, con la característica de que el relativo anonimato, y la facilidad y gratuidad -y la aparente desintermediación de las redes- que hay para expresarse impiden la toma total de conciencia sobre lo públicas que pueden ser las declaraciones, y pensar en evitar los impulsos. Y una práctica en la que los medios están incurriendo últimamente, es en hacer noticiables los hechos que suceden en redes sociales. Las redes sociales parecen ser fuentes confiables que no hace falta chequear, y además si pasa algo en redes sociales es material de interés para publicarse como noticia. Esta suma hace que ante casos horrendos, proliferen los pedidos de pena de muerte, que terminan llegando a la prensa y, lejos de lo que la prensa argumenta de que muestra la realidad con objetividad, esas apariciones terminan consagrando la legitimidad del hecho: ¿cuántas veces nosotros mismos hemos pensado que si algo aparecía en la prensa era cierto o de importancia? Pues bien, hoy sucede mucho con cosas que pasan por redes sociales y que adquieren realidad e importancia una vez que obtienen la sanción de verdad que el poder de los medios sigue pudiendo otorgar a lo que elijan.

La hipótesis de la impericia y la soberbia

Hasta aquí hemos revisado como posibles explicaciones de la conducta de los medios ante delitos aberrantes y la presencia en ellos del debate por la pena de muerte, a sus intereses económicos e ideológicos. El delito funciona como una oportunidad para mostrarse confiable ante la sociedad, al presionar al Estado; y a su vez generar legitimación a políticas conservadoras que mantengan el *statu quo*, redundando en la garantía de obtención de réditos para los *mass media*.

Ahora bien, no perdamos de vista como explicación de la conducta de los medios, a la impericia de los medios y sus periodistas. Y la soberbia de creer que pueden saber de todo. Opinan y publican con ligereza sobre cualquier tema, sin ser especialistas. Desbordan su rol de narrador de sucesos para ser analistas y juzgadores de la realidad, pero siempre detrás del manto de la objetividad y de la mirada imparcial, que no existe. Algunos periodistas se indignan tanto como las víctimas y engrosan la oleada irreflexiva de pedir penas más duras y mayor represión. Pero su lugar y su rol les exige otro tipo de conducta: pensar dos veces las cosas; ser conscientes del lugar que ocupan, que lo que publican puede generar opinión; averiguar, indagar; asesorarse por especialistas y otras fuentes y no quedarse con lo que les dicen o ven a la primera. El periodismo cae muy fácilmente en hablar en nombre del “sentido común”. Más allá de que podríamos debatir sobre qué significa el sentido común, los periodistas deben entender que no son la voz del sentido común, sino que son profesionales con un rol social y por tanto deben ser más cuidadosos que la señora de su casa que opina rápidamente. Sobre todo, además, porque brindarán herramientas para que esa señora opine más o menos informadamente.

Por otra parte, para los medios que defienden los intereses del poder, muchas veces reconocer que las cosas no son tan lineales como que hay que castigar cada vez más fuerte para que se termine el delito, implicaría reconocer que el delito tiene causas profundas vinculadas a la desigualdad social y económica. Y esto implicaría revisar las formas de actuar del poder, lo que ha hecho y dejado de hacer para llegar a estas situaciones, y también implicaría un trabajo de prevención y trabajo social mucho más complejo que la mera amenaza y castigo de muerte post delito. En esa tónica, los medios también deberían explicar muchas conductas pro violencia institucional, muchas omisiones, tergiversaciones y justificaciones de las políticas de mano dura. Reconocer que



esas no son las soluciones, en muchos casos evidenciaría su perfil y su rol, y cuál ha sido su responsabilidad como medio de comunicación avivando el fuego del endurecimiento de penas, en lugar de contribuir en pensar las formas para prevenir delitos y reducir las brechas.

El circuito mediático de la violencia

En esta escalada de violencia, y de pedidos de más violencia, que muchas veces llega a considerar a la pena de muerte como una solución, y en la cual la voz de los medios es fundamental, hay un circuito que cortar. Se corta con la responsabilidad de los medios, lo cual es complicado de pedir, más si revisamos lo que comentábamos respecto del hecho de que son empresas que buscan rédito económico y no necesariamente tienen una vocación de servicio fuera de este horizonte. Entonces hay que apelar al profesionalismo, a la ética y a la responsabilidad social de los periodistas:

“No hay duda de que los medios de comunicación determinan en grado importante la manera en la cual las personas perciben la inseguridad. La constante difusión de notas sobre crímenes, asaltos, secuestros y homicidios, crea un clima particularmente inquietante para el ciudadano. Aunque éste sepa que los medios difunden sobre todo los crímenes más atroces y abominables, evitando ofrecer una visión equilibrada del problema, él mismo termina por creer que la realidad social es en todo semejante a lo que ve en la televisión o lee en la prensa. Es decir, no es posible dejar de considerar las complejas consecuencias que la significativa influencia de los medios puede generar en las percepciones de la gente; por consiguiente, ésta se debería ejercer de una manera más responsable en el futuro.” (Wondratschke; 2007:184)

Y se debe apelar también a la capacitación. Si en todos los casos fuera sabido, por ejemplo, que la pena de muerte no es solución al delito, que jurídicamente es impensable y superada, que el ojo por ojo filosóficamente no puede ser considerado, y que lejos de reducir la violencia, agrega razones que contribuyen a un clima de violencia mayor, podrían no dejarse llevar

por las oleadas y dejar de publicar notas en donde se pidan este tipo de sanciones. O, en el caso en que haya alguna declaración de una víctima o funcionario al respecto, aprovecharla para instruir sobre estos temas, ejercer un rol educativo hacia la sociedad acerca de las implicancias de pedidos de este tipo, y así de a poco dejar esos debates en el pasado.

El Caso Ángeles Rawson

Mientras terminábamos este artículo, cobró protagonismo en la opinión pública el aberrante caso del asesinato de una joven de 16 años en Buenos Aires. Desapareció, y su cuerpo apareció en una dependencia del CEAMSE, entidad que trata la basura. Sin exhaustividad ni pretensión de rigor, vamos a enumerar algunas de las cosas que se dijeron durante los primeros días de exposición del caso, y a la que cualquier persona podía acceder haciendo un desinteresado zapping por los canales de televisión de Buenos Aires. Este ejemplo, casi como una pintura, retrata la falta de profesionalismo de los medios, y cómo se dice todo lo que se pueda, para en un futuro tener la victoria retroactiva de la primicia.

Sin el caso cerrado al momento de publicar esto, ni mucho menos, algunas de las aseveraciones “indudables” que se hicieron a través de los medios fueron: que fue un caso de inseguridad típico que se vive en esta sociedad violenta; que fue una violación; que fue un intento de violación; que no hubo intento de violación; que fue abuso. Que la mataron ahorcándola; que la llevaron al CEAMSE de Colegiales; que la depositaron en un container; que estaba viva cuando la depositaron y murió comprimida en el CEAMSE. Que la ahorcaron con una tanza de pescar; que fue con una cuerda; que fue un cordón; que fue con los tres tipos de cuerda. Que mientras estaba desaparecida, hubo una llamada desde su celular a un banco donde trabaja el hermanastro, que tiene 19 años; o que tiene 25 años. Que esas llamadas las averiguó la familia pidiendo la información a la empresa de celulares; que la empresa no da esas



informaciones. Que no hubo llamadas salientes de su celular. Que reconocieron que era ella por sus zapatillas negras; por sus zapatillas blancas. Que la llevaron muerta en un auto; que fue en un taxi. Que se sospecha del padrastro; del hermanastro; de toda la familia; del encargado del edificio; de los dos novios que había tenido en su corta vida. Que hubo un tuit antes de que la encontraran avisando que estaba en el CEAMSE; que ese muchacho es un muchacho raro, que gusta de los videogames y los juegos de rol. Que la cargaron en una bolsa de basura; que fueron dos; que no entra en una bolsa; que la cargó una persona; que la cargaron dos personas; que no hay pruebas pero es muy raro que el padrastro sea pescador y haya muerto por una tanza; que debe ser de su entorno. Que volvió a su casa luego del colegio; que no volvió; que estaba su bolso en su casa; que tiene dos bolsos iguales. Que la familia reaccionó de forma muy fría; que son religiosos y así reaccionan; que no se entiende; que es entendible. Que el hecho de que allanaran su casa evidencia la culpabilidad de su entorno familiar; que el allanamiento es protocolar. Que la tiraron viva a las 6 de la tarde; que murió a las 4 de la tarde. Que hay una grabación de una pelea familiar; que no existe tal grabación; que un taxista y una mujer denunciaron al encargado; que fue falso testimonio. Que el encargado ya había abusado de otras mujeres; que les decía cosas en la calle. Que el encargado se autoincriminó; que no lo dejaron; que no se puede saber porque hay secreto de sumario; que no declaró; que lo raptó la policía. Que el ADN del encargado apareció en el cuerpo de Ángeles; que había ADN de alguien más; que no había ADN de nadie más; que el padrastro habla de forma muy fría a las cámaras; que está muy conmovido; que la madre algo sabe; que no quiere saber nada. Que no hay rastros de violencia; que hay rastros de que se defendió; que la durmieron o drogaron para que no se defienda; que golpeó y arañó a su agresor; que la desmayaron. Que Ángeles vio algo que no debía ver, como una relación homosexual del encargado. Que la mataron en el hall; que fue en la casa del encargado; que fue en su casa; que

fue en el sótano; que fue en la terraza; que fue en un departamento del edificio que está vacío. Que un video de una cámara de seguridad muestra cómo Ángeles sí volvió a su casa; que esa cámara está a 30 pasos de su edificio; que está a 30 metros; que está a 15 metros; que está a 150 metros; que está a 100 metros; que pasó de largo y no entró. Etcétera.

Todas estas sentencias se dieron una tras otra, sin que en ningún caso ningún periodista haya pedido disculpas por haber publicado cualquier cosa, evidentemente sin chequear. Nunca nada estuvo confirmado ni significó nada, pero lo dicen y con eso lo consagran. Ya nadie podrá pensar que el padrastro sea inocente, aunque el culpable sea el encargado. O viceversa. Esta irresponsabilidad solo se explica por las ansias de la exclusiva, la primicia, y por no quedar afuera de la marea informativa que atrae rating y reconocimiento en caso de acertar algo.

La responsabilidad social del periodismo

Es conflictivo este punto pues muchas veces los periodistas, como empleados de medios de comunicación, no tienen todo el margen de acción que querrían, y deben responder a una línea editorial y a ciertos intereses políticos y económicos de las empresas que los emplean. Pero en todos los casos pueden existir tácticas de desviación respecto de lo que imponen las líneas de los medios. Allí estará la combinación del periodista entre capacitación (conocer de los temas), humildad (asesorarse con especialistas en los temas, no creer que saben de todo), compromiso social (tienen un rol influyente en la sociedad), vocación (honrar la profesión, informar y brindar herramientas para que el público pueda pensar), ética (saber cuál es el límite y dónde el recorte empieza a ser omisión, ocultamiento o mentira), y habilidad (para combinar su actividad como empleado que debe responder a ciertas pautas y todos los otros puntos mencionados recién).



Ya decíamos que comprendemos que estos medios son empresas que quieren ganar dinero, y actúan en consecuencia. Pero como tienen una responsabilidad y un peso social, deberíamos ser más demandantes como sociedad y más responsables como periodistas. Nos sumamos, entonces, a los señalamientos de Betancourt Posada (2007:209):

“Se requiere un periodismo que, en vez de regirse por el morbo y el mercado, o el burdo uso ideológico, despliegue su potencial de descripción, solidaridad, responsabilidad ética y eficacia epistemológica, para intervenir de la mejor manera posible en el curso de los acontecimientos, mediante su aproximación a lo indecible y su voluntad de colaborar en el fermento de una sociedad capaz de superar lo existente, derrotando así las visiones pesimistas que pretenden convertir el miedo en acicate para justificar el autoritarismo.”

No hay que perder de vista estas cuestiones, porque los periodistas no son solo empleados o trabajadores de un mercado productivo, sino que tienen una posición de responsabilidad en la sociedad, y debe ser utilizada con dedicación y conciencia. Los relatos sobre seguridad y delito “se formulan como narración paraliteraria que elude el compromiso ético del periodismo: explicar las causas de lo que ocurre en el mundo” (Lara Klarh y Barata; 2009:59). Y no debería ser así. Y para eso existen manuales deontológicos de la práctica periodística. Lo ideal es no tener que recurrir a ellos y que la práctica ética y socialmente responsable esté incorporada al quehacer cotidiano del periodismo. Al respecto, señalan Lara Klarh y Barata (2009:60) que no deberían perderse de vista algunos aspectos sobre las noticias de delitos: “1- Que son acontecimientos que tienen relación con la sociedad (...); 2- Que no son problemas meramente personales (...); 3- Que son hechos sobre los que se puede incidir (...); 4- Que tienen una explicación, causas que lo generan (...).”

Los medios y periodistas, deberían contribuir a comprender los fenómenos, y a partir de esas herramientas, tender a las soluciones

sociales de los problemas sociales. Pero cuando se ponen en un rol irracional solo para identificarse rápidamente y de forma efectiva con la ciudadanía (que son consumidores y compradores de contenidos), generan todo lo contrario. “(...)Los medios deberían contribuir a reducir la angustia social con informaciones detalladas, precisas y contextualizadas, evitando los relatos alarmistas que aportan poca información y aumentan la intranquilidad” (Lara Klarh y Barata; 2009:93).

Para finalizar, vamos a aclarar que aquí hemos hecho generalizaciones, y que sabemos de casos de medios y periodistas que no reproducen estas lógicas. Su lucha sigue siendo en solitario. Esperamos que cada vez menos.

BIBLIOGRAFÍA

- Altamirano Molina, Xavier, “Discursos y encuadres de la prensa escrita chilena sobre inseguridad urbana”, en Rey, Germán (coord.), Los relatos periodísticos del crimen, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert, Bogotá, 2007.
- Betancourt Posada, Alberto, “Sicarios, periodistas y políticos: el inconsciente político en los relatos periodísticos sobre asesinatos ejemplares”, en Rey, Germán (coord.), Los relatos periodísticos del crimen, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert, Bogotá, 2007.
- Binder, Alberto, Policías y ladrones. La inseguridad en cuestión, Claves para todos, Capital Intelectual, Buenos Aires, 2004.
- Lara Klarh, Marco, y Barata, Francesc, Nota Roja. La vibrante historia de un género y una nueva manera de informar, Debate, México, 2009.
- Marroquín Parducci, Amparo, “Indiferencias y espantos. Relatos de



jóvenes y pandillas en la prensa escrita de Guatemala, El Salvador y Honduras”, en Rey, Germán (coord.), *Los relatos periodísticos del crimen*, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert, Bogotá, 2007.

- Martini, Stella, “Argentina. Prensa gráfica, delito y seguridad”, en Rey, Germán (coord.), *Los relatos periodísticos del crimen*, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert, Bogotá, 2007.
- Monzón, Marielos, “Con los mismos anteojos” en Rincón, Omar (editor), *Por qué nos odian tanto. Estado y medios de comunicación en América Latina*, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert, Bogotá, 2010.
- Rey, Germán, “Miradas oblicuas sobre el crimen”, en Rey, Germán (coord.), *Los relatos periodísticos del crimen*, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert, Bogotá, 2007.
- Roncallo Dow, Sergio, “El miedo hace el mensaje. La prensa escrita y el discurso del miedo: El Tiempo y El Colombiano”, en Rey, Germán (coord.), *Los relatos periodísticos del crimen*, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert, Bogotá, 2007.
- Wondratschke, Claudia, “Seguridad ciudadana y medios de comunicación en la Ciudad de México”, en Rey, Germán (coord.), *Los relatos periodísticos del crimen*, Centro de Competencia en Comunicación para América Latina, Fundación Friedrich Ebert, Bogotá, 2007.



Autor

Gustavo Gómez Germano

**Investigador, consultor
y profesor universitario,
especializado en marcos
regulatorios y
políticas públicas sobre
radiodifusión e industrias
audiovisuales**

gusgomez@chasque.net

Uruguay, Montevideo

Pie de imprenta

**Fundación Friedrich Ebert
Stiftung**

Responsable

**FES Comunicación para América
Latina**

Calle 71 # 11 - 90

Bogotá, Colombia

omar.rincon@fescol.org.co

Friedrich-Ebert-Stiftung

Representación en Uruguay

Plaza Cagancha 1145, piso 8

Casilla 10578, Suc. Pluna

fesur@fesur.org.uy

FES Comunicación

Es una unidad regional de análisis de la comunicación para América Latina de la Friedrich Ebert Stiftung.

Su objetivo es producir conocimiento para hacer de la comunicación una estrategia fundamental del diálogo político y la profundización de la democracia social. El conocimiento y la red de expertos de FES Comunicación apoyan el trabajo sociopolítico de la red de oficinas FES en América Latina.

Las opiniones expresadas en esta publicación no reflejan necesariamente, los puntos de vista de la Friedrich Ebert Stiftung.