

Roberto Alonso Ramos Erosa

# Medios de comunicación y criminalidad en México

Los medios de comunicación se han convertido en herramientas aprovechadas para construir y etiquetar a los sujetos. En este artículo se aborda la construcción del miedo, del odio y del *ellos*, como fuentes para la formación de estereotipos criminales, así como para la transmisión de una cultura violenta y del poder controlador del Estado.

## El discurso en los medios de comunicación

Todos los medios de comunicación masivos tienen algo en común: un discurso que no surge de manera espontánea ni es algo nuevo. A decir verdad, a lo largo de la historia se han utilizado los discursos para lograr diversos propósitos, dictados por aquellos que, en un momento determinado, poseen el poder. Ahora bien, el discurso se utiliza para informar, o sea, es la acción de transmitir información. La información o el contenido de un discurso desempeña un papel relevante, ya que es la coadyuvante del mismo e igualmente tiene un propósito.

La información es un punto clave en los sistemas mediáticos debido a que transmite *algo* y con un fin determinado para un grupo de sujetos en específico. En este punto, cabe preguntarse: ¿qué es informar? Sartori (1997) lo define así: “Informar es proporcionar noticias, y esto incluye noticias sobre nociones. Se puede estar informado de acontecimientos, pero también del saber. Aun así, debemos puntualizar que *información no es conocimiento*.” De esta manera, el autor aclara que el adquirir información a través de los medios masivos de comunicación no significa adquirir conocimiento.

Como lo ha dicho Zaffaroni (2011): “la Edad Media no ha terminado”. ¿A qué se refiere el autor? Demuestra que somos herederos directos del **poder punitivo** y su discurso, el cual tuvo gran importancia en la época histórica mencionada. Dicho poder y su discurso aún siguen vigentes, aunque obviamente no de la misma forma que en el Medioevo, cuando se incrustó con mucha fuerza en la base política de los Estados. El poder punitivo basa parte de su eficacia en la verticalización social, esto es, en la jerarquización de un Estado. El caso que postula Zaffaroni (2011)

### Poder punitivo

Forma de control social monopolizada por el Estado; constituye una de las parcelas fundamentales que desde la Revolución Francesa se considera necesario delimitar con la máxima claridad posible como garantía del ciudadano.





para entender mejor la verticalización es el del Imperio Romano: “Cuando Roma pasó de República a Imperio, su poder punitivo se fortaleció, de tal forma que su objetivo principal se volvió el de conquistar. Conquistaron casi toda Europa.”

Pero el poder punitivo no funcionaba solo. Para preservar su existencia era necesario que hubiera alguien a quien castigar, y fue aquí donde se encontraron los beneficios del discurso. Éste funciona a través de la verticalización social, que no es más que la imposición de niveles sociales. Cuando dicho poder contempla que, para preservar su existencia, es necesario tener a quién castigar, hace uso del discurso. Como vivimos en una sociedad vertical, aquellos que fabrican el discurso son los que, metafóricamente, están arriba. El poder que les otorgó la jerarquización, más allá de la facultad de dominar, empezar o terminar cierta acción, les brindó también el poder señalar a un sujeto e imponerlo como un criminal. Usualmente los criminales tienden a pertenecer a los grupos minoritarios o vulnerables (por su condición social, nacionalidad, nivel socioeconómico o raza).

Pero la ambición de aquellos que detentan el poder rayaba en la megalomanía, y también decidieron que no podían arriesgar su posición sociopolítica, por lo que en una especie de delirio paranoico cayeron en la cuenta de que tenían que controlar a sus ciudadanos de alguna manera. Esta forma de control también fue otorgada por el discurso.

Posteriormente, el poder punitivo y su discurso cayeron en manos de otra institución que los aplicó con mucha más crueldad: la Iglesia, que hizo uso del discurso inquisitorial para perseguir a todo

aquel que se interpusiera a sus intereses o los de Dios. Esto demuestra que el discurso ya mencionado es heredable; en este caso, la Iglesia fue la organización que lo heredó, pero así se ha transmitido, como si fuera un legado.

Aún presente, poco ha cambiado. Así lo menciona Zaffaroni (2011): “Los discursos tienen estructura y contenido. Lo que permanece de este discurso no es el contenido sino la estructura; dicha estructura es la criminalización.”

### Los medios masivos de comunicación

- Pueden ser visuales (anuncios, publicaciones), auditivos (radio) y audiovisuales (televisión, filmes por cualquier medio); se emplean según las necesidades, el momento y el impacto buscado; es decir, los diversos medios se aplican con un criterio de oportunidad, eficacia y rentabilidad (Hikal, 2015).

En la Edad Media no existían los medios masivos de comunicación, pero había otras formas de transmitir las noticias. Aunque no existieran los aparatos mediáticos de hoy, no significa que no se tuviera que cumplir con una agenda mediática, y la mejor forma de lograr este cometido era transmitiendo los mensajes a través de las acciones en público; pero en este caso no era cualquier acción, sino la acción de castigar. El castigo en público tenía el propósito de mostrar la fuerza del poder punitivo y su eficacia y, de la misma forma, exhibir al castigado para reforzar el estereotipo de que “¡ellos son los que nos provocan el mal!”.



Con la llegada de los medios masivos de comunicación la situación cambió, de manera considerablemente profunda. En la Antigüedad hubo algunos escritos que se proponían informar a la gente sobre ciertas actividades que se iban a realizar, por ejemplo, la llamada *Acta diurna* (eventos del día) de la República Romana. Sin embargo, estos escritos no alcanzaron mucha popularidad y no fue sino hasta la magnífica invención de Gutenberg que la prensa escrita alcanzó su mayor triunfo, cuyo éxito radica en el volumen de ejemplares impresos, pues a mayor cantidad, más impacto; en otras palabras, se volvió más fácil difundir un mensaje entre la población. Inevitablemente, cuando surgió el diario, no faltaron aquellos que lo vislumbraron como una herramienta que podían utilizar para sus propios intereses, como lo hace ver Zaffaroni (2011): “En el caso Dreyfus, Gabriel Tarde afirmaba que *en el presente* (en el año 1900), *el arte de gobernar se ha convertido en gran medida en la habilidad de servirse de los diarios.*”

El periódico, entonces, comienza a adoptar discursos que convienen a sus intereses o, también, vende su silencio al mejor postor. De cualquier manera, el diario se convierte en un constructor de la realidad: lo que él dice es lo que es. Como en este punto ya son numerosos sus lectores, la construcción de la realidad se vuelve más verosímil; empero, todavía se mantiene una cualidad: se excluía a un grupo de personas que, si bien no representaba una mayoría, sí se contraponía para cumplir el propósito del discurso: los analfabetas.

Con la llegada de la radio se rompe esa disparidad, pero el equilibrio para crear opinión entre la prensa escrita y la radio no se ve sustancialmente alterado. Esto lo indica Sartori (1997) de mejor manera: “la comunicación lingüística produce una opinión en cascada, es decir, las ideas van fluyendo una por una, lo que da lugar a contraposiciones, ideas nuevas, reflexión, etcétera”.

Lo antes citado quiere decir que cuando existe una comunicación escuchada o leída, ésta no es procesada como un todo, como si fuera un yunque que de repente cae en la cabeza, sino más bien, fragmentada la información, se va asimilando sucesivamen-

te, lo que da lugar a nuevas ideas, a ideas contrarias y a dudas. Esto resulta benéfico porque se fortalece el pensamiento crítico y analítico, o pensamiento abstracto.

En realidad, lo que hizo la radio fue expandir el rango de alcance del discurso, favoreció un mayor impacto y que el mensaje llegara a más personas, incluidas aquellas que no sabían leer. Aunque el diario y la radio empezaban a imponer su propia construcción de la realidad, los procesos de formación de opinión se mantenían en un plano de pensamiento más abstracto.

La capacidad de abstracción es una de las causantes de que hayamos evolucionado como sociedad. Así la ejemplifica Zaffaroni (2011):

Quando un psiquiatra interroga a un paciente y sospecha que puede tener un defecto de inteligencia —cierto grado de oligofrenia, para ser preciso—, le pregunta por un concepto abstracto para ver si puede responder en el mismo nivel. Por ejemplo, *¿cree usted en Dios? ¿Qué es Dios para usted?* Si el paciente responde algo así como *los santos* o *el que hace milagros*, está indicando la necesidad de investigar con métodos más depurados la posibilidad de un déficit intelectual.

Las palabras constituyen la manera en que nos comunicamos; un conjunto de éstas forma lo que llamamos el lenguaje, y éste no es otra cosa que símbolos que representamos y que conducen a la mente a formar imágenes sobre lo que hablamos.





Pero esto sucede sólo con los nombres propios y con las *palabras concretas* (...), es decir, las palabras como *casa, cama, mesa, carne, automóvil, gato, mujer*, etcétera. Nuestro vocabulario de orden práctico. De otro modo, casi todo nuestro vocabulario cognoscitivo y teórico consiste en *palabras abstractas* que no tienen ningún correlato en cosas visibles, y cuyo significado no se puede trasladar ni traducir en imágenes (Sartori, 1997).

Retomando el periódico y la radio, si bien ambos medios son constructores de realidad, no infligieron tanto daño como lo hizo la televisión; esto a causa de que la comunicación por estos dos medios aún llevaba al lector o al radioescucha a pensar de manera más crítica o analítica.

El verdadero declive del pensamiento abstracto llega con la televisión, porque su poder radica en la imagen. Ésta tiene un papel fundamental para entender la estructura del discurso mediático. Como ya mencioné antes, ni en el Medioevo se logró tal nivel de empobrecimiento como lo ha logrado la televisión. Y es que aquí aplica el famoso dicho: “una imagen dice más que mil palabras”.

**Construcción de la criminalidad (miedo, odio y ellos): criminología mediática**

Tratar los sistemas mediáticos no es difícil, pero sí resulta extenso. Si a esto sumamos la relación con la criminología, el tema se vuelve más profundo. Esto se debe a que los sistemas mediáticos se valen de distintas herramientas para lograr sus propósitos, por lo que entender a fondo el funcionamiento de estas herramientas se puede volver confuso. Por ello, en este artículo sólo nos enfocaremos en el miedo, el odio y ellos. Éstos no pueden ser separados, pues viven uno del otro, porque la razón de cada uno está en función de la del otro.

El Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI, 2012) menciona que de cada 100 hogares 93 cuentan con televisión, y las personas de 12 años o más pasan en promedio 13 horas a la semana frente al televisor. Este último resultado se contrapone a otros datos; por ejemplo, la agencia IBOPE AGB (citado



en Jara y Garnica, 2014) menciona que en promedio el mexicano pasa diariamente cuatro horas con 45 minutos frente al televisor, lo cual duplica lo arrojado por el INEGI. Adicionalmente, según un estudio realizado por Consulta Mitofsky (2010), 63% de los hogares en México que cuentan con al menos un televisor no tienen un sistema de televisión de paga; esto quiere decir que están expuestos únicamente a la televisión abierta.

**¿Qué es la criminología?**

Es la ciencia que busca las causas de las conductas antisociales presentes durante la evolución de los individuos que los han llevado a desarrollar una personalidad antisocial, se extiende de las conductas tipificadas como delitos y abarca, además de éstos, a los trastornos relacionados con la personalidad antisocial (Hikal, 2016a).

Por su parte, para Zaffaroni (citado en Samar, 2011):



La criminología mediática crea la realidad de un mundo de *personas decentes* frente a una masa de *criminales* identificada a través de estereotipos, que configuran un *ellos* separado del resto de la sociedad, por ser un conjunto de *diferentes* y *malos*.

### ■ ¿Por qué el miedo?

■ El miedo es usualmente utilizado por el Estado para, aparentemente, mantener el control de los suyos y legitimar sus acciones punitivas. Por lo general, lo podemos ver en campañas políticas: cuando un candidato o un partido exige penas más severas para los infractores, la mayoría de las veces, estas penas son aplaudidas por el espectador; pero en realidad lo que se proponen es transmitir el miedo y, ya de paso, criminalizar a un cierto sector de la población.

Lo que no se percibe es algo así como: “¡Miren, tengan miedo de mí, yo soy el Estado y así como castigo a unos, los puedo castigar a ustedes!” Como el Estado utiliza el miedo como estrategia de control,

asume que debe tener a quién castigar; pero no castiga a cualquiera.

### ■ ¿Por qué el odio?

■ El miedo, antes mencionado, se vuelve incómodo y aumenta en la sociedad; poco a poco se convierte en odio, y éste tiene que liberarse de alguna forma que, por lo general, se torna en una liberación violenta. Llega un momento en el que el bombardeo de los sistemas mediáticos es tan constante que empezamos a notar que el Estado no es tan eficaz para llevar a cabo su acción de capturar y castigar, como lo dicen los medios, por lo que el sujeto decide emprender esta acción por él mismo, es decir, “justicia a mano propia”, de lo cual también se beneficia el Estado.

El odio puede aparecer también en los grupos menos privilegiados o más criminalizados. Por ejemplo, la gente de bajos recursos económicos también es presa del aparato mediático, generalmente de la televisión, que tiene una fracción de canales muy limitados de contenido. A través de ésta las personas pueden acceder a series tanto nacionales como extranjeras, pero usualmente en ellas se ven estilos de vida muy diferentes del que tienen estos estratos: las series muestran grandes casas con todos los servicios, carros deportivos, la tecnología más avanzada, etcétera. Son cosas a las que ellos difícilmente pueden tener acceso por la falta de medios legítimos (Hikal, 2016b). Esta falta de oportunidades puede provocar una serie de sentimientos y emociones negativas, como tristeza, depresión, enojo, ira y hasta odio. También pueden surgir con la música; los llamados narcocorridos se volvieron un ideal musicalizado, vinculado al poder, que manifiesta una categoría social (Astorga, 1997).

Pero actualmente, en el caso de México, hay series que ya van cargadas de un factor que muchos han empezado a llamar “cultura”, y es el narcotráfico. Estas series, como *El cartel de los sapos*, *El señor de los cielos* o *La reina del sur*, evocan y enaltecen las acciones del narcotráfico; cuentan las historias de capos muy afamados y de todas las opulencias que viven gracias a su trabajo. Estos capos poseen las mejores



casas, mujeres, carros y –una cosa muy importante– muestran que los respetan, que ostentan poder.

En estos tiempos, los niños ya crecen, se desarrollan y viven con la televisión; el daño que estas series pueden causar a esos pequeños individuos va a tener consecuencias considerables. Aparte de que la autoridad de sus imágenes concretas se basa en armas, sexo y dinero, hay un empobrecimiento del lenguaje abstracto y un enriquecimiento del lenguaje vulgar y soez.

**Hutus y tutsis**

El genocidio de Ruanda en 1994 fue un intento de exterminio de la población tutsi por parte del gobierno hegemónico hutu.

**¿Por qué ellos? (los etiquetados como “desviados”)**

El discurso del miedo encasilla los delitos más violentos y con ello estereotipa a un sujeto. Esto lo hace con el fin de criminalizar a un grupo de individuos que cumplen con las características del primer sujeto etiquetado y, así, “este ellos (los sujetos criminaliza-

dos) se construye por semejanzas (...). Los ellos molestan, impiden vivir en tranquilidad, por eso deben ser separados de la sociedad, para que se pueda vivir sin miedo” (Zaffaroni, 2011).

Entonces, el propósito real de exponer a los sujetos autores de los crímenes más violentos es sólo el de establecer un estereotipo para aquellos que se parecen. Así es como los medios masivos de comunicación, en contubernio con el Estado, construyen a los enemigos de la sociedad.

A lo largo de la historia han surgido muchos enemigos producto de este discurso. Por ejemplo, alguna vez los enemigos fueron las brujas, los luteranos, judíos, armenios, **hutus** y **tutsis**; en otra ocasión fueron las personas de raza de color o los de estrato social bajo. Así es como la humanidad nunca ha podido conocer realmente la paz, porque siempre hay un enemigo que acecha la tranquilidad, misma que le otorgamos al Estado a cambio de nuestra libertad o,



en ocasiones, de nuestra propia vida. Ésa es una de las razones por las que los cuerpos policiacos poseen tanto poder. Como bien lo dijo Freud (1929): “El hombre civilizado ha trocado una parte de posible felicidad por una parte de seguridad.”

Actualmente, un factor importante es que, debido a la gran presencia de los sistemas mediáticos, el discurso del miedo ha entrado en nuestras vidas de una manera normal; pasa totalmente inadvertido. Los niños de ahora dedican más tiempo a la televisión que a cualquier otra actividad, y esto quiere decir que prácticamente crecen, se desarrollan y conviven con este miedo de manera natural. Así, los estereotipos (no únicamente la criminalización) son impuestos desde temprana edad.

Nos damos cuenta de que este incesante bombardeo empieza a rendir frutos cuando en el transporte colectivo, en el taxi, en la escuela o en el lugar de trabajo, la gente sólo habla de la situación tan violenta que se vive; pero si cuestionamos este juicio tan apresurado que hacen, veremos que no tiene otro fundamento que el de las noticias del día anterior. Cabe mencionar que tal vez estas personas o alguno de sus familiares hayan sido víctimas de algún delito, pero éste no encaja en el esquema del contenido mediático, que tiende a ser *hiperviolento*; por eso es que pasa a reducirse, pero de igual forma refuerza y exagera el contenido.

## Conclusiones

La paradoja del miedo-odio garantiza al Estado el control sobre los ciudadanos y asegura, también, que siempre habrá sujetos a quienes castigar. En realidad, todo reside en el control. Por eso es que siempre se inventan nuevas emergencias, nuevos contenidos, nuevos sujetos y, de no ser así, con el paso del tiempo el Estado ha descubierto otras maneras de controlar y manipular.

Con el discurso del miedo-odio el Estado crea un problema del que se muestra a sí mismo como la única solución. El resultado de toda esta suma de factores puede provocar no sólo una escalada en la violencia, sino que se empiece desde edades más tempranas a delinquir. La regulación de los conteni-

dos que muestran los medios de comunicación, así como tener un abanico de posibilidades televisivas más allá de las tradicionales, permitirá tener una visión más amplia sobre el contexto y la realidad que se vive.

## Roberto Alonso Ramos Erosa

Sociedad Mexicana de Criminología capítulo Nuevo León.  
alonso\_erosa@live.com

### Lecturas recomendadas

- Astorga, L. (1997), *Los traficantes de drogas en México y Colombia*, México, UNAM.
- Consulta Mitofsky (2010), *Los números no mienten. Estudios sobre la salud, bienestar y sexualidad*. Disponible en: <<http://www.consulta.mx/index.php/estudios-e-investigaciones/los-numeros-no-mienten/item/423-2010-numeros-no-mienten>>. Consultado el 18 de julio de 2017.
- Freud, S. (1945), *El malestar en la cultura*, Madrid, Biblioteca Nueva, pp. 3017-3067.
- Hikal, W. (2015), *Glosario de criminología, criminalística y victimología criminal*, 2.ª ed., México, Flores editor y distribuidor.
- Hikal, W. (2016a), *Introducción al estudio de la criminología*, 2.ª ed., 1.ª reimp., México, Porrúa.
- Hikal, W. (2016b), *Criminología sociológica*, Panamá, Seguridad y defensa.
- INEGI (2012), *Encuesta sobre la penetración de la televisión abierta en los hogares (ENPETAH)*, México. Disponible en: <<http://www.beta.inegi.org.mx/proyectos/enchogares/especiales/enpetah>>. Consultado el 18 de julio de 2017.
- Jara Elías, R. y A. Garnica Andrade (2014), *Medición de audiencias de televisión en México*, México, Patria. Disponible en: <<http://www.editorialpatria.com.mx/pdf/files/9786074380729.pdf>>. Consultado el 18 de julio de 2017.
- Samar, R. (2011), “Criminología mediática”, *Página 12*. Disponible en: <<https://www.pagina12.com.ar/diario/laventana/26-179790-2011-10-26.html>>. Consultado el 12 de julio de 2017.
- Sartori, G. (1997), *Homo videns. La sociedad teledirigida*, España, Alfaguara, pp. 45, 56 y 81.
- Zaffaroni, E. R. (2011), “La academia, los medios y los muertos”, *Página 12*. Disponible en: <[https://www.pagina12.com.ar/especiales/archivo/zaffaroni\\_cuestion\\_criminal/1-8.la\\_cuestion\\_criminal.pdf](https://www.pagina12.com.ar/especiales/archivo/zaffaroni_cuestion_criminal/1-8.la_cuestion_criminal.pdf)>. Consultado el 12 de julio de 2017.