

# **DELITO, MEDIOS DE COMUNICACIÓN y POLITICA CRIMINAL: BREVES REFLEXIONES SOBRE UNA COMPLEJA TRAMA**

**Por Gabriel Bombini (UNMDP)**

**Sumario. 1. Introducción. 2. Debates sobre una trama compleja. 3. Breves consideraciones desde el contexto local. 4. Bibliografía.**

## **1. Introducción.**

Un punto estridente en el análisis de las políticas penales actuales tiene indudablemente que ver con el rol activo de los medios de comunicación en la conformación de la *realidad* en el escenario actual.

Las sociedades actuales han sido caracterizadas como *sociedades comunicacionales* (**Castells**, 1995), en las cuales el peso en la conformación de la realidad y en la configuración de las relaciones de poder resulta sustantivo.-

En referencia particular al campo de interés de la criminología, el objeto criminal es, sin duda, uno de aquellos que genera mayor interés en el público, sea por una obsesión pública por la seguridad, bien por una tradición en la curiosidad popular por el delito que se refleja en el castigo público (**Barata**, 1999; **Foucault**, 1975), en los sentimientos de reprobación que genera el delito, o simplemente por la mayor recepción de las audiencias de aquellas noticias con contenido negativo.-

Y es en este orden, que resulta pertinente resaltar la reflexión de **Ignacio Ramonet**, en cuanto señala que: *"El reproche fundamental que puede hacerse hoy a la información es el de su dramatización, la búsqueda del sensacionalismo a cualquier precio, que puede conducir a aberraciones, mentiras y trucajes. Cada vez con mayor frecuencia, hay hombres de prensa que no dudan en manipular una noticia para dotarla de una fuerza, un aspecto espectacular o una conclusión que tal vez no tendría de otro modo, falsear un informe 'travestizando' algunos de sus elementos, o presentando como realidad una situación que procede de la imaginación del periodista, de sus suposiciones o de observaciones no contrastadas."* (cit. en **Ruiz Nuñez**, 2006).-

Por ello, es que sin perjuicio de las consideraciones específicas que sobre los intereses económicos, políticos o corporativos que se debaten en el proceso de comunicación de las noticias debieran formularse, puede sostenerse que uno de los papeles centrales que juegan los medios de comunicación está relacionado con la *construcción social de la realidad del delito* (**Berger-Luckman**, 1997), vale decir con la influencia decisiva que tienen sobre los significados que le da el público acerca de la criminalidad y del delincuente, transmitiendo la mayoría de las veces, imágenes estereotipadas. (**Rico y Salas**, 1988).-

El presente sumario, se dedica a realizar una breve presentación de las investigaciones y reflexiones que mayor anclaje han tenido en el debate en relación al delito, los medios de comunicación y la política criminal, compleja trama en la cual, es absolutamente necesario sumergirse, si se pretende comprender cuanto acontece en la dinámica actual del Siglo XXI.

## 2. Debates sobre una trama compleja

Así, en la dirección de las reflexiones introductorias, **Barata** (2003) anota una serie de trabajos que vinculan los aspectos reseñados, enmarcando medianamente los límites de la discusión actual.

Así, en la tradición de la criminología de carácter crítico, destaca el reconocido y pionero trabajo de **Stanley Cohen** (1972) *Folk devil and moral panics. The creation of the mods and the rokers*, en el cual reafirma la incidencia central de los medios de comunicación en la conformación de los estereotipos criminales y estigmas en relación a las bandas juveniles, atribuyéndoles un poder de *ampliación de la desviación* y de creación de *moral panics* en relación a tales grupos (cit.: 505).

También destaca la investigación conjunta de **Cohen** con **Jock Young** (1973), *The manufacture of news*, en la que subrayan cómo los *mass media* seleccionan los acontecimientos relativos a la desviación, las nociones que utilizan en la realización de las noticias y el papel que juegan en el control social (conf. **Barata**, cit.: 505).

**Barata** (idem) reseña otras investigaciones que han puesto de manifiesto la necesidad de soportar esa construcción no exclusivamente sobre los medios de comunicación, sino en un conglomerado más amplio en el que también participan la policía, la justicia y los políticos que junto con los periodistas se refuerzan mutuamente al definir un problema y al pedir una acción para resolverlo (**Hall et. al.**, 1978).-

A su vez, **Steven Chibnall** (1977) en *Law and Order News* realizó una detallada investigación de las relaciones entre periodistas y las instituciones penales en Gran Bretaña, y las lógicas profesionales que condicionan la producción de la noticia: "...rapidez, simplificación, dramatización y la necesidad de presentar cada información como un hecho nuevo y sorprendente..." (idem).-

Por otra parte, destaca las conclusiones de **Richard Sparks** (1992) en *Television and the drama of crime*, en la que se ha puesto de manifiesto cómo la

ficción criminal, además de ser un campo de expresión de las emociones, como medio de control social (**Bustos**, 1983) ofrece una determinada manera de ver los ilegalismos (**Barata**, 2003: 507). Añade, en ese sentido que “...*la criminalidad que muestra el mundo ficticio de la televisión está llena de estereotipos y se alinea con las visiones más conservadoras sobre la criminalidad. El fenómeno de la inseguridad ciudadana se presenta cómo una lucha entre buenos y malos, donde los policías aparecen como los héroes solitarios en la lucha contra el crimen...*” (**Barata**, cit.).-

En el caso particular de la televisión, ha tenido una influencia relevante la denominada *teoría del cultivo*, desarrollada desde la sociología cultural por **George Gerbner** (1971) que sugiere que “...*la principal influencia de la televisión radica en su capacidad para comunicar ideas acerca de la conducta las normas y las estructuras sociales ... Es decir que el medio televisivo provee un entorno simbólico que puede moldear y organizar las experiencias sociales a través del sistema de valores que transmite. La idea central de Gerbner es que la televisión cultiva actitudes y valores que ya están presentes en la sociedad. Es decir, los mensajes de la pantalla producen una resonancia cuando coinciden con las experiencias cotidianas. La teoría del cultivo considera a la televisión como un agente socializador y desde dicha perspectiva contempla el análisis de los programas y las teleseries policíacas, las cuales cultivarían ‘una sensación de peligro, desconfianza y dependencia relativos...*” (**Barata**, cit. 509).-

Ahora bien, esta posición ha venido relativizada por los estudios de **Dobb y Mac Donald** (1979) para quienes la sensación de inseguridad no tiene una relación directa con los programas de televisión sino con otras variables como el entorno social en el que vive el individuo. (**Barata**, idem).

A su vez, **Mathiesen** (2001) ha subraya el papel central de la televisión en la erosión del papel del derecho, en particular de los principios constitucionales básico del derecho y del proceso penal, con influencia directa en el proceso de encarcelamiento.

Con mayor profundidad analítica, resalta **Barata** (2003: 509) aquellos estudios (**Ericson, Baranek y Chan**, 1987 –*Visualizing Deviance*- y 1991 –

*Representing orden. Crime, Law and Justice in the News Media-*) que desde el análisis del discurso han planteado cómo a través de las noticias criminales se construye un orden simbólico en torno al orden y a la moralidad, es decir, definen “...qué y quién es correcto a la vez que proporcionan un sentido de la justicia. En este sentido, los medios y la ley son discursos de disciplina y organización social en constante diálogo...”; como así también el impacto que tienen éstos en las decisiones institucionales (**Schelesinger y Tumber**, 1993 –*Reporting Crime. The Media Politics of Criminal Justice*).

En este aspecto, es oportuno coincidir con el análisis que propone **Garland** (2005: 242 y 261), en cuanto sostiene que si bien es cierto que los medios masivos de comunicación –y en particular la prensa amarilla y la ficción televisiva– son fuentes importantes y tienen un impacto relevante en la definición del saber popular sobre el delito y de ciertas actitudes públicas de respaldo a expresiones punitivas, no puede dejar de advertirse que no se generan de la nada, sino que son fenómenos que se asientan sobre ciertas precondiciones sociales y psicológicas.

Al respecto, se apoya en el estudio de **Beckett** (1997) del cual se deduce que la opinión pública y la ansiedad con respecto al delito están influenciadas por los titulares de los medios masivos de comunicación y las iniciativas políticas, pero ello no autoriza a poner todo el peso de la explicación en torno a las actitudes punitivas del público (**Garland**, 2005: 246)

Pero tampoco deja de ser cierto que la televisión ha cambiado las reglas del discurso político, y el “...encuentro televisivo –con la rapidez de sus frases pegadizas, su intensidad emocional y su audiencia masiva– ha empujado a los políticos a ser más populistas, más emotivos, más evidentemente a tono con el sentimiento público... estas representaciones de los medios masivos de comunicación, sin duda, le dan forma y un tono emocional a nuestra experiencia del delito y lo hacen de un modo que está en gran medida dictado por la estructura y los valores de los medios, más que por el fenómeno que representan.

*La cobertura selectiva de la televisión de las historias de hechos delictivos tienden a distorsionar la percepción pública del problema...” (262).*

En este sentido, cita a **Roberts** (1992) en cuanto se afirma que: *“...tres hallazgos de la literatura son incontestables: -el público sobreestima las tasas de delito, especialmente las de delito violento; -el público cita a los medios de comunicación como principal fuente de información acerca de la justicia penal; - los delitos violentos son considerablemente sobrerrepresentados en los medios de comunicación...” (cit., nota 67).*

Y señala un aspecto, que resulta altamente relevante: *“...también lo hace al privilegiar lo que podría llamarse el <<discurso de la víctima>> por encima del <<discurso del sistema>>, esto es, su preferencia retórica por los relatos personales de aquellos decepcionados por el sistema de justicia penal en lugar del análisis político de aquellos que lo representan. Este énfasis nos impulsa a responder al delito como un drama humano y emocional y nos induce a pensar que los delincuentes son más numerosos, amenazantes y peligrosos de lo que realmente son...” (cit. 262 y 263).*

En conclusión, si bien los medios no han generado el interés sobre el delito, sí se han aprovechado de una nueva experiencia pública con profunda resonancia psicológica, dramatizándola y reforzándola, y de ese modo la han institucionalizado. *“...Nos han rodeado de imágenes del delito, la persecución y el castigo y nos han provisto de ocasiones cotidianas y regulares en las cuales nos es posible expresar las emociones de miedo, ira, resentimiento y fascinación que provoca nuestra experiencia del delito... el conocimiento y la opinión del público acerca de la justicia penal se basan en representaciones colectivas más que en información precisa, en una experiencia del delito culturalmente construida más que en el delito en sí mismo...” (263).*-

### 3. Breves consideraciones desde el contexto local

En el específico caso argentino tales consideraciones resultan de pleno valor en tanto, la presencia recurrente de los medios de comunicación en el escenario político-criminal actual resulta evidente y netamente convergente con el fenómeno de la politización –*electoralización*- del problema penal.

Es muy propicio referirse a algunos de las concluyentes y gráficas afirmaciones de **Zaffaroni** (2006:70) en cuanto señala: “...*como la comunicación masiva es lo que mayor grado de globalización ha alcanzado, el discurso del actual autoritarismo norteamericano es el más difundido del mundo. Su simplismo populachero (völkisch) se imita en todo el planeta por comunicadores ávidos de rating, aunque en América Latina tiene mayor éxito dada su precariedad institucional. Favorecen su difusión mundial la brevedad y el impacto emocional del discurso vindicativo, que resultan a la medida de la televisión, dado su alto costo y la escasa disposición a todo esfuerzo pensante por parte de los usuarios... se trata del envío de mensajes que se toman como verdaderos sólo porque tienen éxito publicitario ...*”.

Y fijando posición sobre las dinámicas de poder en el actualidad, concluye: “...*este discurso cool de la comunicación publicitaria vindicativa, altamente populachero o völkisch –que opera con total autonomía de la realidad y de su conflictividad más seria, que se ocupa de algunas venganzas y deja de lado la prevención y otros ilícitos masivos, que ignora a las víctimas reales, que manipula y dramatiza sólo con las víctimas que le proporcionan rating-, como no tiene mito tampoco tiene dirección fija. Declara una guerra sin enemigo fijo; el único enemigo que invariablemente reconoce es el que no puede dejar de tener ningún autoritarismo: quien confronta su discurso... Por todo ello, pocos se animan a contradecir la publicidad cool del discurso único y, por ende, su autoritarismo es de enorme magnitud. No se trata del estado autoritario que controla y censura los medios de comunicación, sino que la comunicación, convertida en publicidad en*

*procura de rating, se ha vuelto autista e impone un discurso que está prohibido contradecir, incluso al propio estado, porque el único enemigo fijo que tiene es quien desprestigia la represión, que es su producto. Como toda publicidad, no reconoce otro enemigo que quien niega las bondades del producto que promociona...”* (cit.: 76).

A su vez, analizando el proceso de reforma legislativa reciente en el contexto nacional, aprecia **Slokar** (2008:10) que: “...numerosos medios de comunicación –fundamentalmente la televisión comercial- no sólo no son un reflejo, sino que además distorsionan y sobrerrepresentan gruesamente la violencia en comparación con la vida real: al rating le importa muy poco el número de cadáveres que produce. Pero no sólo se magnifica la inseguridad, sino que al proclamar la existencia de una pretendida impunidad o lenidad generalizada, cuyo metamensaje incita públicamente a los excluidos al delito (“delinca que no pasa nada”) –asumiendo el efecto de la profecía autorrealizada-, el mensaje lejos de ser indiferente a la criminalidad común, en tiempos de desempleo, exclusión social y carencia de proyectos existenciales, pasa a tener claros efectos reproductores...”-.

Por otra parte, y a su vez también es oportuno destacar los efectos de la comunicación mediática en la dinámica del propio proceso penal formal y el accionar de las agencias del sistema penal en general (**Herbel**, 2003:515 y ss.; **Anitua**, 2003), principalmente a través de los denominados “juicios paralelos” que se llevan adelante por medio de la prensa, que distorsionan y entorpecen el accionar formal del Estado en materia criminal.

Asimismo, es destacable señalar episodios concretos de alta exposición mediática, ejemplifican –*in extremis*- el modo particular en que los medios de comunicación apelan a la indignación, el pietismo y la denuncia como modo de transmitir episodios vinculado a lo criminal (**Martini**, 2009: 30), y que cobra particular graficación en la forma televisiva en la que se acude a una exhibición



exuberante y descarnada de la desgracia y la violencia, anunciada con letreros colorados<sup>1</sup>.

**Martini** (cit.. 36) destaca que son las modalidades del discurso las que se reordenan y se labilizan para hacer entrar el tema delictivo en agenda, afirmando: *“...si en algún momento hubo obturación de la lente que dificultaba ver el crimen porque ofendía la moral, actualmente la obscenidad del relato en diarios y televisión obtiene el mismo resultado: obtura la imagen de la realidad construida al mostrar violencia sin sentido con individuos y grupos familiares destrozados por la delincuencia que despoja a la víctima de sus bienes y/o su vida, o al menos de su imaginada tranquilidad...”*, centrando su retórica principal en el **sensacionalismo**, que además de función de : *“...causar un impacto en el público, es acompañar las cifras de incremento del delito, insistir en la recurrencia del fenómeno. Permite caracterizar al delincuente en términos míticos, como el monstruo, la bestia impensada de las crónicas de principios del siglo XX...La noticia grita a las autoridades por control y castigo cuando ‘la bestia’ está al acecho en todas partes...”* (38).

Finalmente, de modo particular, como destaca **Ruiz Nuñez** (2006) los medios de comunicación en la Argentina ejercen un poder formidable favorecido sustancialmente por las particulares condiciones en los que desarrollan su actividad. Ello, en tanto existen escasas o muy imprecisas limitaciones a las empresas multimediáticas relativas a la limitación de sus tentativas monopólicas<sup>2</sup>, se carece de tribunales de ética y, por razones diversas, son absolutamente magras las respuestas y sanciones judiciales para las conductas incorrectas<sup>3</sup>.

---

<sup>1</sup> Una referencia retrospectiva en **Caimari** (2009)

<sup>2</sup> Hoy también se encuentra en plena discusión pública la reforma normativa que impida tales aspiraciones monopólicas, en uno de los debates más arduos que evidencian la relevancia del control de los medios masivos de comunicación en la dinámica de las actuales “democracias de opinión”.

<sup>3</sup> En este sentido, el autor señala que: *“...En todos los países importantes existen normas que regulan el negocio de la prensa, limitativas de los intentos de monopolio; en casi todos hay códigos y tribunales de ética para los periodistas; y hay jueces que aplican sanciones por el ejercicio incorrecto de la profesión y del negocio, especialmente sanciones económicas...”* (2006).-

En definitiva, las breves consideraciones precedentes, permiten introducir al lector en el debate en torno a las complejas relaciones entre medios de comunicación, delito y política criminal, sobre la cual el pensamiento criminológico y los gestores de políticas públicas deberán trabajar ineludiblemente en lo sucesivo si pretenden comprender acabadamente los fenómenos que son objeto de su labor.

#### **4. BIBLIOGRAFIA**

**ANITUA, I. (2003)** Justicia Penal Pública. Buenos Aires: Ad Hoc.

**BARATA, F. (1999)** *"De Ripper al pederasta: un recorrido por las noticias, sus rutinas y pánicos morales"* en *Revista Catalana de Seguridad Pública*, n°4, Ed. Escola de Policia de Catalunya.

**BARATA, F. (2003)** "Los mass media y el pensamiento criminológico" en *Bergalli, R. (coord.) Sistema Penal y Problemas Sociales*. Valencia: Tirant lo Blanch: 487-511.

**BERGER, T. LUCKMAN, P. (1997)** La construcción social de la realidad. Buenos Aires: Amorrortu.

**BUSTOS RAMIREZ, J. et al. (1983)** El Pensamiento Criminológico. Bogotá: Temis.

**CAIMARI, L. (2009)** La ciudad y el crimen. Delito y vida cotidiana en Buenos Aires, 1880-1940. Buenos Aires: Sudamericana.

**CASTELLS, M. (1995)** La era de la información. Madrid: Alianza.

**COHEN, S. (1972)** *Folk devil and moral panics. The creation of the mods and the rokers*

**COHEN, S.; YOUNG, J. (1973)**, *The manufacture of news*. London: Constable.

**FOUCAULT, M. (1989)** <1975> Vigilar y castigar. Nacimiento de la prisión, 17ª edición en castellano, Madrid: Siglo XXI (trad. Garzón del Camino); *Surveiller et punir*, París: Gallimard.

**GARLAND, D. (2005)** <2001> La cultura del control. Crimen y orden social en la sociedad contemporánea. Buenos Aires: Gedisa. (trad. Sozzo, M.). Original en inglés: The culture of control. Crime and social order in contemporary society. Oxford University Press.

**HERBEL, G. (2003)** "El sistema penal en la sociedad mediática" en *Cuadernos de Doctrina y Jurisprudencia Penal*. Año IX, N°15: págs. 499-524.

**MARTINI, S. et al. (2009)** La irrupción del delito en la vida cotidiana. Relatos de comunicación política. Buenos Aires: Biblos.

**MATHIESEN, T. (2001)** "Television, public space and prisión population" en *Punishment and Society*, Vol 3. N°1, January, 2001: 35-43.

**RICO - SALAS, (1988)** Inseguridad Ciudadana y Policía. Madrid: Tecnos.

**RUIZ NUÑEZ, H. (2005)** La sociedad y la justicia en la era de la comunicación. Asociación de Mujeres Jueces de Argentina, XII Encuentro Nacional "Independencia Judicial", Vaquerías, Córdoba, 26 agosto

**SLOKAR, A. (2008)** "La reciente política legislativa penal en Argentina" en *Diez Ripollés- García Perez (coords.)*, La política legislativa penal iberoamericana en el cambio de siglo. Montevideo-Buenos Aires: B de F.: 1 - 24.

**ZAFFARONI, E.R. (2006)** El enemigo en el derecho penal. Buenos Aires: Ediar.