

PENALIZACION DE LA VIOLENCIA MEDIATICA COMETIDA POR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN



Dra. Teresa de Jesús Seijas Rengifo¹

RESUMEN

El artículo muestra una descripción de las clases de violencia presentada en los medios masivos y de las variables que intervienen en su decodificación. Luego de analizar los diversos criterios acerca de los efectos de los mensajes violentos, plantea finalmente una propuesta propia sobre el particular.

PALABRAS CLAVE

Psicología de la Comunicación - Medios masivos – Violencia - Efectos

ABSTRACT

The article shows a description of the types of violence which are shown in the mass media and of the variables that take part in its decoding. After analyzing the different criteria concerning the effects of the violent messages, it finally raises a personal proposal about the subject.

KEY WORDS

Psychology of Communication, mass media, violence, effects.

Sumilla: Introducción. Concepto de violencia. ¿En qué consiste la violencia mediática? Tipos de violencia mediática. Reflexiones sobre la violencia televisiva. ¿ La culpa la tienen los directivos que programan la violencia en la televisión o quién es el responsable? Definición de términos. Conclusiones. Bibliografía

“Los procesos que causan los mayores avances de la civilización destruyen las sociedades en las cuales ocurren.”

A. N. Whitehead, comunicólogo estadounidense

¹ SEIJAS RENGIFO, Teresa de Jesús, Doctorado en Derecho UNMSM, Magíster en Derecho Civil y Comercial y en Ciencias Penales, USMP; Estudios de Doctorado Educación y en Ciencias Administrativas UNMSM; Docente en Pre y Post Grado en las Universidades: UNMSM, UNFV, ULima y Docente invitada en la Universidad Nacional de Piura, Sección Post Grado, Universidad Nacional San Cristóbal De Huamanga (Ayacucho) Sección Post Grado. Tribunal Supremo de Justicia Militar.

INTRODUCCIÓN

Tal como lo expresara el periodista Guadalupe,² “la presión hacia la libertad de prensa y las empresas de comunicación tienen diferentes matices en distintas zonas del mundo.

La publicidad, el poder y los negocios moldean la línea editorial de los medios. Éstos, como toda empresa necesitan hacer rentable el negocio, lamentablemente, una oportunidad para los que ostentan más poder político o económico.

Una prueba evidente del tercermundismo político la tuvimos en Venezuela, cuando Chávez cerró RCTV, una típica estrategia de un gobierno dictatorial con características propias de un imperialismo, régimen que Chávez tanto criticaba. De todas sus diabluras, esta fue una de las más graves, pues ha causado la notable antipatía y protesta de la sociedad civil y al clase política internacional.

En Rusia la presión a los medios de comunicación y a periodistas no ha variado respecto a los años de dictadura comunista. La gigantesca empresa estatal del gas, Gazprom, ejecutó progresivamente la adquisición de medios de comunicación opositores a las exageraciones políticas de Vladimir Putin. Diarios y televisoras han sido adquiridas por el Estado con el fin de bloquear opiniones contrarias a la mano dura de Putin y a sus afanes electorales.

Otro claro ejemplo de este caos mediático es el asesinato de Ana Politkovskaya, una periodista cuyos reportajes llevaron a juicios a varios militares rusos por atentar contra derechos humanos en Chechenia. El crimen, hasta el momento, quedó impune.

En Holanda y Bélgica un reality show generó polémica desde Holanda. El país con más libertades en el mundo anticipaba la producción de un programa que sometía a pacientes que

necesitaban un riñón a un concurso cuyo premio era la obtención del órgano donado por una persona desahuciada. El show del donante terminó siendo una farsa que sólo pretendía crear conciencia en la gente para acelerar la cifra de donaciones.

Mientras en algunas naciones hay un complot contra libertades básicas como la información o la expresión, hay otras que gozan de suficiente libertad que incluso la televisión de procura licencias que pasan la línea dispuesta por la legislación mediática.

Concepto de violencia

Aún cuando para el empírico parezca sumamente sencillo, lo cierto es que no resulta tarea fácil para el científico definir las connotaciones específicas de la violencia, dada su multidimensionalidad y complejidad.

Constituyen un sin número de comportamientos y modalidades de acción social, las que pueden ser categorizadas, calificadas o rotuladas como violentas; y es más, ello depende de la propia percepción del observador. Etimológicamente la palabra violencia proviene del vocablo latino *vis* que significa fuerza. Resulta factible hablar de ella en situaciones muy disímiles:

- Dos parlamentarios enfrentándose en un duelo verbal muy tenso, llegando a reducir su distancia social en tal medida que parecen estar dispuestos a intercambiar golpes en cualquier momento.
- Una gavilla de delincuentes agrediendo a un ciudadano en plena vía pública, hiriéndole ante la mirada impotente de los transeúntes, quienes no se acercan por temor al daño.
- Un atentado terrorista que causa daños materiales cuantiosos o víctimas so pretexto de “ideales” de naturaleza política o religiosa.

² GUADALUPE, Arnaldo, Periodista, La libertad y sus límites: Cal y arena mediática, artículo publicado en el Diario El Peruano, 02 Jul 2007, Sec. Opinión, p. 15

- La escena de una serie de dibujos animados donde el “héroe” destruye a los “enemigos de la sociedad”, apelando a sus poderes especiales.

No es pues la violencia algo que pueda asirse y definirse con suma facilidad, ya que son innumerables los hechos sociales y las conductas que podemos ubicar bajo esta categoría. Algunos especialistas piensan que somos violentos por naturaleza y que en consecuencia esta manifestación de conducta es consustancial a las relaciones interpersonales.

Así, para el psicoanálisis ortodoxo, el comportamiento está motivado en última instancia por dos pulsiones instintivas: El eros o instinto de vida y el thanatos, instinto de muerte, destrucción o agresión. Ambos estarían en permanente pugna por lograr su supremacía, actuando a nivel inconciente, pero tendiendo a expresarse de diversas maneras en la vida psíquica conciente de los seres humanos.

Por su parte los etólogos como Konrad Lorenz o Eibl-Eibesfeldt opinan que la agresión cumple con una función particular y se ha desarrollado a partir de la selección natural, como forma de responder a las demandas de un medio ambiente hostil donde predomina la ley del más fuerte.

A este último criterio se oponen rotundamente Aschraft y Scheflen (1976) cuando afirman que en el mundo animal al que algunos suelen denominar “salvaje”, la violencia ejecutada es sensiblemente menor que las amenazas de realizarla.

Mencionemos, por ejemplo, la conducta del gorila que al percibir la cercanía de otro macho se para en dos patas golpeándose sonoramente el pecho, advirtiendo al potencial enemigo que está en territorio ajeno y debe retirarse; pues se arriesga a la agresión directa.

Retornando al ámbito humano, para el punto de vista de Rapaport (1992) la agresión representa una fuerza que puede ser canalizada para

cumplir con metas socialmente deseables.

Así, se requerirían ciertas dosis de agresividad para ejecutar con decisión y autonomía tareas altruistas, como elemento de protección frente a peligros que puedan poner en riesgo la integridad individual o colectiva así como para desempeñar con eficiencia y eficacia funciones tales como las de vendedor o ejecutivo. Dada su simplicidad utilizaremos de modo operacional el criterio de Bigeard (1974) quien define a la violencia como la intención de hacer una víctima y a fortiori en la realización de esta intención.

Para referirme a violencia personal o agresión, adopto el concepto de Kunczic y Zipfel (1999, p.18), quien la entiende como “daño físico y/o psíquico voluntario ocasionado a una persona, ser viviente y cosas por otra persona”.

¿En qué consiste la violencia mediática?³

La violencia mediática es hoy, probablemente, uno de los temas recurrentes en todos los foros de debate nacional e internacional.

Es también uno de los que más artículos periodísticos y científicos ha inspirado en los últimos tiempos. Psicólogos, sociólogos, criminólogos, pedagogos y comunicólogos (además de neurobiólogos) son algunos de los investigadores que, desde sus respectivos ámbitos científicos, tratan de analizar las causas que provocan desencadenantes violentos en nuestra sociedad.

Sin embargo, las investigaciones que se han llevado a cabo hasta el momento no han logrado explicar con detenimiento este complejo fenómeno humano y social, ni tampoco los factores psicológicos, sociales, económicos y biológicos que presumiblemente inciden en él y lo determinan.

3 LA ROSA PINEDO, Amaro. Una propuesta sobre los efectos de la violencia mediática. Consensus, Ene./Dic. 2004, Vol.8, Nº.9, p.116-131. ISSN 1680-3817. En http://revistas.concytec.gob.pe/scielo.php?pid=S1680-38172004000100012&script=sci_arttext

La agresividad es en nuestra especie, como en cualquier otra familia animal, un rasgo de conducta que ha sido evolutivamente seleccionado porque incrementaba la eficacia biológica de nuestra especie.⁴

Ahora bien, afirmar que somos agresivos por naturaleza no conlleva también que seamos violentos por naturaleza. La violencia no es mera agresividad en un grado extremo. Como dice José Sanmartín, la violencia es el resultado de la interacción entre una agresividad natural y la cultura.⁵

La violencia es una nota específicamente humana que suele traducirse en acciones intencionales, o amenazas de acción, que tienden a causar daño físico a otros seres vivos. Desde este punto de vista, la violencia está ligada al proceso evolutivo que ha derivado en la aparición del ser humano sobre la faz de la Tierra; pero no es tanto un proceso evolutivo natural cuanto una evolución artificial que tiene al ser humano como sujeto agente y paciente a la vez.

La violencia, la agresividad, el miedo, la curiosidad, incluso la morbosidad forman parte de una condición humana que ni se crea ni se destruye, sino que sólo se transforma y se adapta a los nuevos tiempos. Vivimos en una sociedad violenta, cuyas manifestaciones adoptan múltiples formas en la vida cotidiana. El medio social es violento porque soporta guerras, accidentes mortales, atentados terroristas y acciones criminales de todo tipo; pero también lo es porque exhibe y fomenta sin ningún pudor entretenimientos en masa, macro-concursos, conciertos de música y un sinfín de espectáculos públicos que incluyen en su representación escenas violentas que no tienen una lógica justificación.

Y para dar cuenta de esa realidad social, la

4 LORENZ, K., Sobre la agresión. El pretendido mal. México, Siglo XXI, 1971

5 SAN MARTÍN, J., (Ed.). Violencia, televisión y cine. Barcelona, Ariel, 1998, p.17

prensa, la radio y la televisión (aunque también el cine, la música, la literatura, los vídeoclips, los videojuegos, etcétera) ofrecen diariamente a su público ingentes cantidades de escenas violentas.

Formamos parte, además, de una civilización en la que la violencia y la muerte han tenido un componente importante de espectáculo ejemplar. La pena de muerte se ejecutaba antiguamente en público para que sirviese de ejemplo, pero también porque era un gran espectáculo para el pueblo.

El sustituto moderno de la guillotina o del garrote vil son hoy las imágenes que difunde la industria del cine y de la televisión, destinadas a representar, con mayor o menor realismo, toda la gama imaginable de violencia entre las personas.

No en vano los actores más populares y mejor cotizados internacionalmente son hoy los que interpretan en el cine los papeles más violentos: Arnold Schwarzenegger, Sylvester Stallone, Bruce Willis, Michael Douglas, Sharon Stone... la lista podría ser más larga.

La televisión, lo mismo que el cine, como medio audiovisual que basa su estrategia comunicativa en las claves del espectáculo, se recrea y acostumbra a batir récords de audiencia cada vez que incorpora a su programación elementos de perfil violento.

No es, por lo tanto, descabellado imaginar que pueda ser la televisión, con su enorme poder de atracción sobre la audiencia, causante o coadyuvante (responsable al fin) del entorno social violento en el que vivimos.

La televisión puede ser definida de muchas maneras, pero también como una gran empresa cargada de interés público.

Como tal empresa, sobrevive mientras logra mantener sus índices de audiencia altos.

Los productores de televisión suelen preguntarse por lo que interesa a un mayor número de personas y la respuesta más certera parece que puede ser: a la gente le interesa lo

que la conmueve, lo que la emociona y lo que la conmociona.⁶

Como dice la periodista Margarita Rivière: “El asalto a la víscera es el camino más directo al beneficio económico. Y, por supuesto, dentro del abanico de emociones y conmociones rentables están todas las formas de violencia”.

Pero afirmar que la televisión ofrece imágenes violentas, única y exclusivamente porque con ellas logra subir su audiencia es, desde cualquier punto de vista, una afirmación desmedida. Sobre todo porque los estudios de audiencias de medios ya llevan tiempo señalando que, hoy por hoy, la máxima audiencia la ostentan las retransmisiones deportivas, seguidas de algunos programas de servicios y de algunas series rosas o telenovelas.

Desde la teoría del periodismo, y desde la práctica profesional de los medios, se acepta como axioma la función que tienen estos de explicar e interpretar la realidad social en la que se inscriben. Entendidos así, no deberíamos responsabilizar al mensajero (los medios) del contenido de los mensajes que transmite: los hechos violentos. Más bien deberíamos asumir que la violencia que se vehicula a través de los medios de comunicación no es más que un reflejo, más o menos fiel, de la violencia real que se da cita en nuestras sociedades modernas. Sin embargo, sí hay un aspecto de esta cuestión cuya responsabilidad compete en exclusiva a los periodistas.

Es el cómo se informa de esa realidad violenta, qué cantidad de espacio/tiempo se le dedica para ser ecuanímes con el tratamiento periodístico de la realidad y, sobre todo, con qué grado de detalle se ofrece tal información al público.

Ocurre, además, que en la última década la violencia privada ha pasado a formar parte relevante del contenido de los medios.

6 RIVIÈRE, M.. La fascinación de la violencia en los medios de comunicación en ‘Prevençió. Quaderns d’estudis i documentació’, 11, septiembre 1994, pp. 5-12

Tradicionalmente, el periodismo se había ocupado sólo de la violencia pública, esto es, la violencia que afectaba a una gran cantidad de personas, anónimas por lo general, y, excepcionalmente, la violencia que afectaba a personas preeminentes de la sociedad.

Pero en los últimos tiempos la violencia privada ha invadido el espacio informativo de los medios y ahora son los protagonistas y las víctimas de esa violencia los que reclaman la atención de la audiencia cuando explican a la cámara su historia dramática y personal.

Que el mal es un gancho que atrae multitudes⁷ se sabía desde siempre, pero que los reality show batieran todos los récords de audiencia jamás batidos en países cultos y desarrollados es algo que todavía nos sigue sorprendiendo.

Cuanta más maldad encierra un mensaje más fascinación despierta entre la población. Y esa fascinación explica que un canal de televisión acepte asistir y grabar la matanza de un psicópata asesino para después ofrecerla abriendo su informativo estrella.

O que en Los Angeles se ganen bien la vida los llamados stringers (reporteros buitres), cuyo trabajo consiste en sobrevolar con helicópteros el espacio aéreo, equipados con potentísimas cámaras de infrarrojos que les permiten grabar cualquier incidente violento que se produzca dentro de su radio de acción. Estos reporteros buitres venden su material gráfico a las televisiones norteamericanas que lo pagan a tanto la pieza y que no imponen ningún control ético a la información que compran distinto al estrictamente técnico de calidad de las imágenes.

La difusión de esos reportajes a menudo infringe las normas más básicas del código deontológico de los periodistas y, lo que es aún peor, muchas veces también hiere gravemente la sensibilidad de los telespectadores al proporcionarles unas imágenes del todo innecesarias para considerarse y sentirse ciudadanos correctamente informados.

7 GOMIS, L. Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Barcelona, Paidós, 1991

El exceso de violencia en la televisión se traduce en una clara desinformación generalizada de la población y en algo todavía más terrible: en un fuerte sentimiento de miedo que se manifiesta sin causa objetiva que lo justifique.

Los medios audiovisuales, lo quieran o no, siempre hacen publicidad gratuita de la violencia que exhiben. Y, aún siendo legítimo que los periodistas aleguen en su defensa que no hacen más que cumplir con su obligación de informar, el efecto en los televidentes se traduce en la sensación de que el horror es lo usual y en la idea de que lo impensable puede ocurrir en cualquier momento y en cualquier lugar: incluso aquí.

Y del miedo a la insolidaridad con las víctimas no hay más que un paso. Ya a nadie le extraña que, ante una pelea violenta en cualquier lugar público, todo el mundo mire hacia otro lado, en vez de intentar ayudar a los que están siendo agredidos.

La violencia es una información fácil porque se produce de manera concreta y en un tiempo y un espacio concretos.

Es mucho más fácil informar de que ha habido un accidente ferroviario con un centenar de muertos y varias decenas de heridos que informar de las causas y circunstancias que han llevado a dos países limítrofes a un enfrentamiento armado. Pero una conducta profesional poco rigurosa frente a este tema es especialmente preocupante por cuanto, en el mundo civilizado, se vive a merced de unos modelos de conducta que se transmiten fundamentalmente por dos vías: los medios de comunicación y la publicidad. La escuela convencional y la familia han empezado a ceder terreno en su función de formadores de los nuevos sujetos sociales frente a la enorme influencia que ejercen estas dos vías en el mundo contemporáneo.

La mayoría de los investigadores sociales aceptan ya sin reservas la tremenda influencia que pueden llegar a ejercer los medios de comunicación sobre los individuos.

Especialmente, sobre niños y adolescentes, cuya personalidad todavía no ha llegado a un grado suficiente de madurez y consolidación. Según un Informe reciente de la Asociación Norteamericana de Psicología, un niño, al acabar la escuela primaria, ha visto unos 8.000 asesinatos y algo así como 100.000 actos violentos, a una media de tres horas diarias de televisión.

Estas cifras justifican, en cierto modo, que muchos padres y educadores hayan empezado a preguntarse si no estaremos enseñando a los niños y adolescentes a adquirir esos mismos hábitos violentos en la vida real. Los buenos periodistas, no obstante, saben que los medios de comunicación no son nunca inocuos o neutrales.

Todo buen profesional de la información adopta la precaución y el cuidado que sabe que debe observar a la hora de publicar, por ejemplo, noticias sobre suicidios, porque se ha demostrado que, según la forma que adopte esa información, puede animar a algún suicida frustrado a ejecutar con éxito tal acción. Por ejemplo, en 1990 en Italia se produjo el suicidio pasional de una pareja de novios en el interior de un vehículo. La forma que utilizaron para llevar a cabo el suicidio fue dirigir, mediante un tubo, los humos del tubo de escape del coche hacia el interior del mismo. Así lograron morir por asfixia. Este hecho se difundió por varios medios de comunicación y en un corto plazo de tiempo, posterior a la difusión de la noticia, se produjeron cuatro suicidios más utilizando el mismo procedimiento.

Es, por lo tanto, un gran riesgo hacer públicos determinados comportamientos porque pueden incidir en la forma de actuar de ciertos individuos.

Los periodistas deben ser conscientes de los procesos de imitación y de mimetismo que pueden llegar a provocar los medios de comunicación.

Recordemos aquí el caso ya clásico de Lorena

Bobbit o el aún más trágico del niño vestido de Superman que se lanzó al vacío desde una terraza. En los últimos años todos hemos sabido de hechos violentos protagonizados por menores que han explicado la razón de sus acciones diciendo que pretendieron hacer lo mismo que vieron hacer en una película de cine o en una película vista en la televisión.

Como ejemplo valga el caso del adolescente canadiense que secuestró a un vecino suyo de sólo siete años de edad, se lo llevó a un lugar apartado y allí le mató, le apuñaló y, una vez muerto, le prendió fuego y, no teniendo bastante con ello, recogió con un recipiente la grasa que destilaba de aquella macabra hoguera y acto seguido se la bebió, tal como había visto hacer en 'Muñeco diabólico III', en la creencia de que, bebiendo aquel elixir mágico, podría volar como el protagonista de su película favorita.

Pero también es necesario que constatemos la realidad opuesta: en los últimos años se han conocido acciones cometidas por menores que no se agarraron a la justificación mediática, tal vez porque en sus casos los medios no habían determinado la acción. Recordemos al adolescente que apuñaló a su hermano gemelo o al que acabó con la vida de su padre usando una bayoneta.

Nadie duda que los niños asesinos de Liverpool veían vídeos de violencia y pertenecían a familias desestructuradas, pero tampoco nadie duda que millones de niños ven vídeos de violencia, pertenecen a familias desestructuradas y no son ni muy probablemente serán nunca asesinos.

Los niños de antes mataban a docenas de soldaditos de plomo y los de ahora aniquilan a miles de marcianitos informáticos, pero hay más objetores de conciencia hoy que antes y hay más movimientos de cooperación y solidaridad con el tercer mundo ahora que en toda la historia de la humanidad.⁸

8 ROGLÁN, J., La libertad de información previene la violencia en 'Preveniçó. Quaderns d'estudis i documentació', 11, Set 1994, pp. 13-21

⁹El 11 Set 2001, la violencia y los medios masivos de comunicación cambiaron la historia postmoderna. El mundo era uno antes del once de septiembre y otro al día siguiente.

Las reglas del juego político internacional habían dado un giro de ciento ochenta grados. A partir de ese día, y gracias a la cobertura "mediática" de los acontecimientos (repetidos al hartazgo por la pantalla chica), los ciudadanos del mundo entero aceptamos, anonadados y rebasados por los hechos, un golpe de Estado planetario.

Las imágenes de los aviones que se estrellaron contra las Torres Gemelas en Nueva York y la explosión de la "supuesta" tercera aeronave en el Pentágono (pues hay versiones de que se trató de un misil), ejemplifican de manera estupenda (como un perfecto guión cinematográfico) la estrecha relación que tienen la violencia y los medios de comunicación como binomio invencible para crear inseguridad y miedo; esperanza y fe, entre la población. Combinados son un estupendo instrumento de manipulación de masas.

Además, con los avances tecnológicos logran crear hasta realidades virtuales y pueden incitar al público a emprender acciones cuyos verdaderos intereses están camuflados.

Pueden persuadir a los ciudadanos de lo que sea, hasta del absurdo más grotesco. Un magnífico ejemplo de esto último fue la intentona golpista en Venezuela. Es el primer golpe de Estado "mediático" en la historia.

El jueves (curiosamente también un día 11, pero de abril del 2002), los medios masivos de comunicación de esa nación caribeña (especialmente las dos televisoras locales privadas) difundieron la apócrifa noticia de la voluntaria dimisión del mandatario Hugo Chávez "por el bien del país".

Toda esa información era falsa, pero siguiendo el principio "goebbeliano" de que una mentira

9 BARABINO, Graciela La Violencia y los Medios Masivos de Comunicación: ¿Oferta o Demanda? En Razon y Palabra Nº 33, Jun-Jul 2003, Primer Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, ISSN 1605-4806, www.razonypalabra.org.mx

repetidas cien veces se vuelve verdad, se llevó a cabo el fallido experimento. El ensayo fracasó gracias a un soldado que custodiaba a Chávez durante su detención. El dirigente le confesó que estaba arrestado, pero que no había renunciado. Dicho militar mandó por fax esa declaración escrita y firmada de puño y letra del propio Chávez y el pueblo junto con gran parte del ejército invadió las calles para apoyarlo.

El villano de esta fallida destitución no fue el ejército ni los opositores de Chávez, fueron los medios electrónicos de comunicación. La insurrección 'mediática' llevó a las televisoras a instigar a la violencia y debemos hablar de lo que eso significa para el futuro de todas las democracias (declaró el presidente venezolano una vez liberado).

Estamos ante una conspiración abierta y descarada... Algo nunca visto... Una ola de rumores y falsedades se daba a conocer al mundo...

Trajeron engañada a mucha gente diciendo que yo estaba preso y que iban a tomar Miraflores [el palacio presidencial]. Y debo agradecer a los trabajadores y ciudadanos... que han resistido esta campaña casi increíble... (La Jornada, lunes 15 Abr 2002).

Con todo el poder de la imagen y en medio de la confusa información, la CNN destinó más de tres horas continuas de transmisión, en las que intercaló el mensaje del mandatario venezolano con las protestas en las calles aledañas al Palacio Miraflores, al tiempo que sus corresponsales y conductores dieron por buenas las versiones de los militares golpistas. CNN sintetizó de esta forma la versión chavista de los sucesos: "La principal dificultad son los medios de comunicación que han sido irresponsables; los dueños de las televisoras han incitado al pueblo a la violencia" (La Jornada, lunes 15 Abr 2002).

Este incidente ilustra cómo se crea el miedo y la inseguridad a través de la manipulación de la violencia. Ahora echemos un vistazo a la confección de lo opuesto: la fé y la esperanza en

medio de la atrocidad.

El EZLN y el sub-comandante Marcos, en México, habrían sido arrasados por las tropas castrenses si no hubiera intervenido, a su favor, la prensa internacional. Ésta los salvó al convertirlos en mártires y héroes, en vez de temibles terroristas.

La remoción del gobernador del estado mexicano de Guerrero, Rubén Figueroa, también es obra "mediática". El periodista Ricardo Rocha y la difusión de la filmación de la masacre campesina en Aguas Blancas, desnudaron al, en otro tiempo, inamovible gobernante, quien a pesar del amañado fallo jurídico a su favor, tuvo que renunciar al cargo.

Estos son algunos ejemplos que demuestran cómo la violencia y los medios masivos de comunicación viven, a veces, en amasiao; otras, en legal matrimonio, pero ambos son inseparables.

Gracias a la revolución informática (la computadora y la Internet) se intenta gobernar el orbe.

Sin ella, sería una faena sencillamente imposible, pues además crea el mecanismo que justifica la detentación del poder: la socorrida "opinión pública", vital para las democracias representativas postmodernas.

No obstante, estas democracias amenazan con convertirse en flamantes "encuestocracias", debido a la importancia que le dan los gobernantes a los así llamados "polls" (sondeos de opinión pública). Sin los medios masivos de comunicación sería inútil el sondeo, las campañas políticas, en fin, toda la parafernalia del año 2000, cuya finalidad es vender: un candidato, una guerra o alguna enmienda a la Constitución.

La pantalla chica está diseñada para mostrar imágenes más que para ahondar en la información, donde la prensa escrita lleva la batuta pues es un medio por naturaleza reflexivo: la lectura. La radio, a su vez, tiene el don de entretener y hacer recapacitar por

ser un medio que se transmite, por lo general, en vivo y que no requiere toda la atención del radioescucha.

Sucede lo contrario en la televisión cuyo auditorio es atraído por los imanes de las explosiones, el fuego, las persecuciones, los balazos, es decir: escenas repletas de violencia... Basta ver subir el "rating" de los noticieros cuando cunden las notas brutales comparadas con las informaciones de las largas arengas en el Senado y La Cámara de Diputados, consideradas aburridas porque la imagen permanece fija en un interlocutor y carece de dinamismo.

El medio televisivo es un medio para la acción, no la reflexión. Está hecho para optimizar el entretenimiento, o sea, para distraer y manipular, no para pensar ni crecer... En palabras del comunicólogo norteamericano Marshall McLuhan: "Las sociedades siempre han sido moldeadas por la naturaleza del medio con el que se comunican los hombres, más que por el contenido de dicha comunicación. "El Medio es el Mensaje" (título de su célebre libro).

Esto nos lleva a las siguientes preguntas:

¿Es el público quien pide violencia?, o ¿con qué finalidad la ofrecen los medios masivos de comunicación?

¿Se ha intensificado el clima de hostilidad?, o ¿es fiel reflejo de una descomposición social debido al desempleo, la falta de dinero y los radicales cambios políticos por los que atraviesa el país?

¿Siempre ha existido y lo que ocurre es que se ha intensificado su cobertura?

Oferta, demanda o realidad. Los tres elementos, sin duda, se entremezclan pero en el tema que aquí trataré me concentraré en la oferta, como protagonista estelar de la violencia, y por lo tanto en la manipulación masiva a través de los medios de comunicación.

Comencemos con las raíces del viejo dilema de la violencia televisiva: ¿actúa como catalizador o como modelo? Es decir, la gente al ver una

escena de violencia en la televisión ¿desahoga, descarga su inherente agresividad y si deseaba golpear o matar a alguien, se tranquiliza? El presenciar dicha escena, digamos la de un asesinato en la pantalla, ¿cataliza su impulso, lo neutraliza?

O sucede lo inverso: ¿la imagen le sirve de escuela, le enseña a golpear y a matar? Ésta es y ha sido la perenne polémica educativa en torno a la violencia televisiva y está fincada en la siguiente premisa: ¿es el ser humano violento por naturaleza o no?

Si lo es, hay que satisfacer esa demanda y usar los programas violentos como válvulas de escape. Por el contrario, si el ser humano es pacífico por naturaleza actúa como modelo para imitarse o instrumento de intimidación para crear inseguridad y miedo.

Este es el caso que abordaré:

Para comenzar a desmenuzar el dilema que no sólo es blanco y negro sino también gris, veamos que es la agresividad y cómo se distingue de la violencia.

Agredir equivale a atacar o provocar a un tercero física o verbalmente para satisfacer necesidades primarias: territoriales, reproductivas, alimenticias o jerárquicas.

Al contrario, la violencia es actuar de manera fuera del estado natural haciendo uso excesivo de la fuerza. Los animales son agresivos, feroces (atacan y devoran), mas no violentos. Usan la agresividad necesaria. La violencia la ejerce exclusivamente el hombre.

De ahí que todo acto de violencia sea agresivo pero no toda agresión es violenta.

En su obra sobre la agresión (1963) el etólogo y zoólogo austriaco Premio Nobel de Fisiología y Medicina (1973), Konrad Lorenz, afirma que la agresión es innata en el hombre mas no así la violencia. Para probar su teoría, Lorenz adopta un modelo hidráulico, es decir, hace una analogía de la motivación agresiva como si se tratase de fluidos bajo presión. El nivel de agua sube en un recipiente presionando por salir.

Esta presión crece hasta que la válvula de salida se abre y el nivel de agua se vacía. En el caso del animal este nivel de agua o sea esta presión sube cuando tiene apetito o se siente amenazado.

Al atacar o defenderse suelta la tensión sobre el objeto que produce el estímulo y se libera de ella. Si no hay objeto que produzca el estímulo, el animal (gatitos, por ejemplo) explota de energía listo para jugar.

No es de sorprender que se lance sobre su sombra o corree en círculos tras de su propia cola, ante la ausencia de un estímulo real exterior. Sin embargo, este comportamiento agresivo innato puede ser redirigido o desplazado. En el caso de dos gallos frente a frente, hay ocasiones que uno de ellos en vez de picotear a su rival, picotea el piso.

La agresividad como advertencia y no provocación encuentra salida, redirigida hacia otro objeto: el piso, en vez del rival.

Dos gatos, por ejemplo, están a punto de pelear y uno de ellos empieza a lamer su pelambre. Lo que hace es desplazar su comportamiento al sentir un conflicto entre dos estímulos: la agresión y el miedo. Ambos estímulos se cancelan y ocurre un comportamiento irrelevante en ese momento: lamerse el pelambre.

Lo mismo le sucede a la gente en casos de pánico: desplazan el peligro al negarlo, siguiendo la rutina como si nada ocurriese o redirigen su agresividad al romper platos para evitar pegarle al amigo o familiar.

Existen cuatro tipos básicos de agresión: jerárquica (para establecer predominio), competitiva (territorial, alimenticia, amorosa), protectora (para defensa propia, de la manada o las crías) y depredadora (supervivencia). Lorenz afirma que el ser humano es el único en matar intra-especie, o sea, miembros de su propia especie y culpa a las armas de producir dichas muertes. Las armas (apunta) son herramientas que hacen posible la rápida y eficiente eliminación del contrario. Si los hombres pelearan entre ellos sin armas, pocos morirían pues carecemos de garras afiladas y

colmillos depredadores como los carnívoros. Es difícil matar a alguien solamente con las manos.

Los mamíferos con garras han desarrollado un poderoso sistema inhibitorio que les impide matar a su propia especie. El lobo, por ejemplo, al perder la pelea con su rival, le ofrece el cuello en señal de derrota y el vencedor (pudiendo aniquilarlo de un mordisco) lo suelta y se aleja. En el ser humano, dichos mecanismos inhibitorios no se desarrollaron pues con un físico tan inofensivo no era necesario crear ningún contrapeso. Empero, el invento artificial de las armas, ajenas a nuestra naturaleza, nos dan un poder de aniquilación incontrolable y sin precedentes.

Según Lorenz, esta es la mortal combinación: somos una paloma con pico de halcón. La culpa de las horrendas matanzas intra-especie la tienen, por lo tanto, las armas: un palo, una piedra, una flecha, un rifle, una metralleta, una bomba atómica.

En el otro extremo del espectro, tenemos la perspectiva opuesta. La creencia de que la agresión es un comportamiento aprendido a base de recompensa y castigo. Este punto de vista basado en el condicionamiento asevera que la agresividad no es innata sino aprendida. El hombre y el animal recurrirán al comportamiento que más recompense sus necesidades y deseos.

Asimismo, esa conducta es mera imitación (el padre pega al hijo y éste a su descendencia) pues se transforma en valor cultural: el machismo, donde el comportamiento violento es visto como virtud y provoca admiración, miedo o respeto.

Los psicólogos que creen (al igual que el “padre del conductismo” el doctor B. F. Skinner) en el condicionamiento a ultranza, saben que la violencia mostrada en las pantallas de televisión no actúa como una catarsis sino como un aprendizaje y, por lo tanto, la exposición a la violencia aumenta la agresividad del hombre, en vez de reducirla, pues no es innata sino aprendida.

Así, los medios masivos de comunicación son los que provocan la violencia de la sociedad a través de películas que sirven como modelos. En la lucha armada, por ejemplo, para los guerrilleros no existen víctimas pues todos somos responsables de mantener, aunque sea por obediencia, el injusto 'status quo'.

La lógica del combatiente es: "nosotros nos defendemos de la violencia inherente en un sistema que no nos beneficia y como el sistema con su iniquidad es el que empezó la violencia, a nosotros no nos quedó más alternativa que combatirla".

Todos somos criminales potenciales, no por nuestros actos sino porque el régimen puede convertirnos en malhechores en cualquier momento. Y ahí es donde entran en escena los medios masivos de comunicación al convertir a un bando en héroes y al otro en villanos. En el primer grupo se justifica el uso de la violencia como defensa; en el otro se presenta como agresión.

El intelectual francés Laurent Tailhade dijo en 1893: "Qué importan las víctimas si el gesto es bello." Ese razonamiento fue el del sub-comandante Marcos y el de la prensa internacional durante la toma de San Cristóbal de las Casas, Chiapas, en México, el primero de enero de 1994. "Hay que destruir para salvar, hay que hacer la guerra para alcanzar la paz."

Son los mitos modernos que repiten incesantemente los medios masivos de comunicación hasta convertirlos en realidad... ¿Por qué en los regímenes totalitarios no existe el crimen? Porque el Estado posee el monopolio de la violencia. En nuestro país ese fuero lo mantuvo el PRI hasta hace poco.

En Estados Unidos, la criminalidad es incontrolable pues los civiles en conjunto poseen más armas que el mismísimo ejército norteamericano.

Si un cubano secuestra un avión para huir a Miami es un héroe, un luchador por la libertad, una víctima más del tirano de Fidel Castro, pero

si lo hace para liberar a sus compañeros presos, es un terrorista. No se castiga la violencia ni el asesinato en sí, sino la finalidad del homicidio.

Los criminales no temen el castigo, la cárcel, perder una pierna o la vida, sino su imagen. Tampoco los espanta el peligro, por el contrario, son adictos a la adrenalina que éste produce. Lo que en verdad aborrecen es el ridículo. Ven las alternativas de la violencia como imperdonable debilidad. Ser violentos para ellos es una virtud. La violencia es un lenguaje internacional rodeado de glamour que invita a la imitación. En ocasiones, cuando la violencia toca a nuestra puerta; cuando las víctimas son amigos y familiares, las noticias de los medios masivos de comunicación se pueden medir con la realidad, alérgica al mito. No obstante, en la gran mayoría de los casos el mito prevalece.

De la misma manera que los medios masivos de comunicación subliman la violencia (quizás por el interés de vender armas, la industria más remunerativa que existe) también fabrican necesidades falsas cuya finalidad es convertir el consumo en la última meta del ser, ilustrado en forma humorística por la escritora Guadalupe Loaeza en su obra "Compro, luego existo", remedando el célebre silogismo de Descartes, aplicado a la "filosofía hegemónica de mercado" del siglo XXI. Y no es para menos, pues aquellos que vean cuatro horas de televisión diarias también se exponen a 120 comerciales y anualmente a 43,000. Los programas de televisión son el instrumento para bombardearnos la publicidad que es la constante a toda hora. El 60 y 80% del espacio de algunos periódicos y más del 30% del tiempo televisivo está destinado a los anuncios.

Asimismo, como ya mencioné antes, existen no sólo encuestas sobre la opinión pública, sino opiniones sobre la opinión pública.

En vez de democracia estamos adentrándonos en la "encuestocracia". Lo que piensa la gente es una cosa; lo que se publica de lo que piensa la gente puede ser algo diferente.

Más que manipular las opiniones, los medios masivos de comunicación tienen el poder de maquillar visiblemente dicha opinión: crear la imagen, según su punto de vista. Esto fue evidente en la cobertura que se le dio a la guerra de Vietnam, por mencionar una. ¡Cómo se cubrió en un principio comparado con los últimos años del sanguinario conflicto bélico! Parecía que se trataba de dos conflagraciones diferentes.

Al inicio todo era beneplácito. Un lustro después, esa aprobación se convirtió en álgida crítica. Luego en protesta y, por último, en confrontación. Durante años hubo matanzas en Vietnam y los estadounidenses sólo se enteraron de la de My Lai como de un hecho aislado y no típico de la guerra. Tampoco mencionaron los medios de comunicación nada referente al nocivo químico desfoliador llamado “agente naranja” (utilizado para deshojar la tupida selva asiática) hasta que, años más tarde, ese producto afectó la salud de los propios excombatientes norteamericanos que estuvieron en contacto con él. Hay varias técnicas para desacreditar una protesta al convertir a los manifestantes en locos, extremistas, fanáticos, peligrosos e ignorar el motivo de dicha demanda.

Las marchas en la Ciudad de México son un buen ejemplo: el diario *La Jornada* las califica de exitosas, mientras que el periódico *El Reforma* se refiere a las mismas desde la perspectiva del caos vial que provocaron.

Otro ejemplo es la leyenda de Francisco Villa. *Doroteo Arango* es obra del periodista estadounidense John Reed al servicio del cónsul gringo George Carothers, a quien Villa a su vez hizo rico. Es sabido que en 1914, el así apodado Centauro del Norte, quien consideraba al cine como el mejor medio para hacerse propaganda, aplazó el ataque final de Ojinaga para ir a Ciudad Juárez a firmar, el 3 de enero, un contrato con la Mutual Film Company.

Recibió veinticinco mil dólares para que la Mutual retratará sus batallas en exclusiva y exhibiera sus películas... El contrato exigía que Villa fuera vencedor y, a su vez, el debía simular

contendidas en caso que los operadores no lograran captar escenas de violencia.

Debido a que la primera película de la toma de Ojinaga resultó fallida desde el punto de vista técnico, la toma de Torreón tendría que salir de lo mejor. Fue entonces cuando a Villa se le ocurrió mandar uniformar a sus tropas para borrar la imagen de guerrillas improvisadas. De esta manera nació su escolta personal, los célebres “Dorados”.

Se exigió también que se comprometiera a pelear únicamente de día para evitar la oscuridad. Villa llegó a Torreón agregando a uno de los trenes los vagones de la prensa y el cine. La lucha en Torreón fue encarnizada. Villa cumplió su palabra de efectuar batallas sólo de día.

Los camarógrafos captaron así, por vez primera, los horrores de la guerra. Sin embargo, después de once días de sangrientos enfrentamientos, Villa se olvidó de su contrato con la Mutual en cuanto se dio cuenta de que la victoria podía convertirse en derrota. Atacó las veinticuatro horas y estableció la censura...

También Obregón y Carranza tuvieron a su lado camarógrafos norteamericanos, pero exclusivamente para noticieros. Jamás con la elaboración de *Doroteo Arango*. La filmación de los combates de la Revolución Mexicana ilustra la premisa de la oferta de violencia pues, en aquella época, los ciudadanos nunca antes habían visto escenas bélicas filmadas, por lo tanto, no podía existir demanda. En la Ciudad de México se cometen cerca de tres mil delitos por cada cien mil habitantes, mientras que en Nueva York son nueve mil, en Miami trece mil y en París un sorprendente veintitrés mil. El año en que el D.F. tuvo el más alto índice de delincuencia fue 1995 cuando ascendió a un treinta y siete por ciento. Lo que prevalece en México, sin embargo, es la impunidad.

De cada mil delitos se presentan ante el juez 37 personas agraviadas, o sea, casi el cuatro por ciento.

En contraste con Argentina y EEUA que tienen una aprehensión del veinticinco por ciento, Brasil del dieciocho, los países escandinavos del cincuenta por ciento, mientras que Japón se lleva las palmas con un setenta por ciento de arrestos (Criminalidad y Mal Gobierno, Rafael Ruiz Harrell, 1998).

Si las estadísticas son engañosas y manipulables en tiempos de paz, durante los conflictos bélicos son dolosas. Sabido es que la primera baja en una guerra es siempre “la verdad”. En palabras del ex-primer ministro británico Winston Churchill: “La verdad, a veces, es tan valiosa que debe ir acompañada por un guardaespaldas de mentiras...” En el Cono Sur, a Augusto Pinochet lo describían como el gobierno chileno; mientras que al electo gobierno de Salvador Allende como el régimen de Allende.

Después de más de una década de dictadura pinochetista y miles de personas desaparecidas, los medios masivos de comunicación, al hablar de Chile, sólo aludían al orden en las calles y al crecimiento económico sin precedentes de la industria. Se omitió por completo toda información sobre torturas, asesinatos en masa y escuadrones de la muerte. En caso de que se les mencionara, se minimizaba el horror al presentarlos como una especie de “mal necesario de la civilización”.

El lenguaje bélico que utilizan los soldados y que tergiversa la información es copiado fielmente por la prensa. Una zona “pacificada”, por ejemplo, es una zona devastada donde se respira “la paz de los sepulcros”. Las áreas ocupadas por las tropas amigas son “territorios liberados”. Trillada frase, explotada al hartazgo, en las invasiones de Panamá, Granada y Yugoslavia, entre otras.

“Panamá: Operación Causa Justa” dejó a más de seis mil panameños muertos y miles más sin hogar. El satélite que nos puede volar en pedazos a todos en la nueva guerra galáctica se llama “Mantenedor de la paz...” Y así se pueden enumerar cientos de expresiones que conforman

el engañoso lenguaje de los medios masivos de comunicación cuya finalidad es desinformar para manipular, al antojo del régimen en turno, la opinión pública sobre la violencia como una necesidad básica de la convivencia intra-especie.

Como copia calca de lo que ahora sucede con el mandatario George Bush, la misma estrategia fue utilizada después de la Segunda Guerra Mundial por el presidente Harry S. Truman. Creó una atmósfera ficticia de crisis y de expansionismo soviético para justificar las fábricas de armas, frenar derechos obreros, reprimir posibles huelgas y acabar así con los disconformes.

En el caso de Bush, después de las elecciones más fraudulentas del país vecino, la disidencia alcanzó los niveles más altos de la historia norteamericana, pues más de la mitad de la población no estaba de acuerdo con su ascenso al poder que fue decidido por sólo media docena de jueces quienes, a su vez, no son elegidos sino designados.

Al igual que su homólogo del siglo XXI, la doctrina Truman defendía al mundo libre de los comunistas. Ahora Bush lo resguarda de los fanáticos islámicos y de todo aquel que se oponga al libre comercio como sola razón de nuestra existencia. Es la misma táctica: el uso racional de símbolos irracionales. El enemigo es el culpable, no el sistema. También se proyecta la idea de que si a nosotros nos va mal, al supuesto enemigo le va peor.

Las campañas de desinformación tienen como finalidad crear un clima de alarma, de amenaza para justificar políticas de gastos militares, intervención y represión interna. La verdad detrás de las mentiras se descubre hasta décadas después y, a veces, nunca.

En 1981, cuando comenzó en Polonia el movimiento del sindicato Solidaridad, encabezado por Lech Walesa, el partido comunista impuso ley marcial en el país, arrestó a Walesa y mató a una decena de personas.

Los medios masivos de comunicación hicieron un escándalo que llevó a la liberación del líder obrero y, dos años más tarde, a su nominación para el Premio Nobel de la Paz. No obstante, ese mismo día de 1981, la noticia de que el gobierno turco en un acto de represión masiva arrestó a cien mil personas y ejecutó a cinco mil pasó inadvertida. Sencillamente, la prensa cómplice guardó silencio pues el régimen turco era amigo del entonces mandatario norteamericano Ronald Reagan y, sobre todo, no se trataba de un gobierno comunista, el villano favorito del ex-actor californiano.

Como podemos comprobar, la manipulación esta implícita no sólo en la presentación sino en la selección misma de las noticias. El encabezado (telegráfico editorial) es la clave pues debe aparentar objetividad. En ocasiones, balancear la información dando dos puntos de vista no es suficiente porque dos enfoques no son todos los enfoques. En la mayoría de los casos, los verdaderos intereses detrás de los acontecimientos son omitidos o disfrazados en los medios... Y la historia siempre se repite...

En los sesenta, en vez de llamar a los que se oponían a la guerra de Vietnam “movimiento por la paz”, lo titularon “disturbios civiles de los sesenta”. En el caso más reciente del Ejército Zapatista se reproduce idéntica la manipulación: sus “peticiones” se convierten en el lenguaje oficial de los medios en “demandas” y el gobierno hace “ofertas”. Lenguaje amañado que intenta maquillar la realidad. Recordemos la matanza de Acteal:

En un principio, el gobierno chiapaneco intentó desvirtuar los sucesos a través de una campaña de “medios”, donde las víctimas fueron presentadas como figuras desafortunadas en una tragedia ordenada por “Dios” o el destino. Nunca los gobernantes. Al fracasar en esa tentativa, alteró las evidencias: inventó muertes con arma blanca y destripamiento de mujeres encinta para fortalecer la cómoda hipótesis de venganzas entre indígenas “primitivos”.

Felizmente, en esa ocasión, los servicios periciales de la Procuraduría General de la República (PGR) determinaron que los cuarenta y tres occisos fueron baleados y dos habían muerto a golpes.

En el caso de la matanza de Aguasblancas en Guerrero, el manejo de la información fue inédito al dejar varias preguntas sin contestación: ¿por qué se permitió la transmisión de esa masacre y no de otras? ¿Quién la filmó y la proporcionó? ¿Fue esa grabación televisada una sorpresa para los directivos de Televisa y una decisión aislada de Alejandro Burillo y Ricardo Rocha? ¿Consultaron con la Secretaría de Gobernación? ¿Fue, acaso, esa secretaría la que dio el visto bueno? ¿Quién o quiénes deseaban terminar con el nefasto caciquismo de Rubén Figueroa? ¿Cuántas interrogantes sin respuesta! Sin embargo, por primera vez en la historia de México, los medios masivos de comunicación derrocaron a un gobernador.

Otra técnica manipuladora consiste en neutralizar la información, convertida en una realidad gris sin atractivo alguno. Eso ocurrió con la invasión de Granada, Panamá, el bombardeo a Yugoslavia y, hasta cierto punto, el de Afganistán. En contraste con la publicitada Guerra del Golfo o el increíble derribo de las Torres Gemelas en Nueva York. La Casa Blanca y luego Los Pinos determinan lo que la prensa cubrirá y cómo. Para ilustrar la afirmación, echemos un vistazo a las cifras: Durante la administración del presidente norteamericano Richard Nixon, el Pentágono gastó ochenta millones de dólares para diseminar información sobre su punto de vista del mundo. Contrató a cerca de tres mil personas para relaciones públicas y filtraciones de prensa.

La CIA, a su vez, es dueña del servicio de noticias más grande del planeta con un presupuesto mayor que todos los servicios informativos juntos: es propietaria de alrededor de doscientos servicios de noticias, periódicos, revistas y editoriales.

Eso da una idea del enorme control que ejercen los servicios secretos de seguridad sobre los medios masivos de comunicación. Asimismo, habrá quienes argumenten que la fascinación de los medios con la violencia puede verse como la prensa en desempeño de su labor: aprovechar el tema sensacionalista que es la vileza para subir el codiciado “rating”. En la pantalla chica, los razonamientos no atraen la atención del televidente.

Una sesión de dos horas de la Cámara de Diputados es aburrida en televisión, en comparación a la acción de un conflicto bélico con bombas y gente matándose. Eso es más llamativo, es decir, vendible. La violencia sirve varios propósitos y esto es obvio desde el once de septiembre. Los medios masivos de comunicación, más que los acontecimientos mismos, laboran sutilmente para el gobierno al crear la idea de inseguridad, de amenaza pública. Eso le resta poder a la ciudadanía que por miedo se lo cede al Estado. Luego, se cancela la imagen de inseguridad para volverla a resucitar cuando haga falta (es decir, cuando el gobierno se sienta débil o vulnerable o necesite distraer a la población) como un asunto nuevo y sensacional, en perfecta orquestación con los discursos oficiales.

La idea es clamar y legitimar el uso de la violencia al grado de convertirla en realidad, cuando es inexistente. Pese al sombrío escenario que describo, hay esperanza pues en ocasiones la violencia provocada se sale de las manos de sus propios protagonistas, quienes pierden el control. Las aguas se revuelven tanto que llegan a beneficiar a terceros imprevistos. Eso sucedió en la Segunda Guerra Mundial, en la Independencia de India, en la Revolución China, en la guerra de Vietnam, en Chiapas con el Ejército Zapatista, en Venezuela con Hugo Chávez... Siempre se sabe como comienza una guerra, pero nunca cómo va a terminar.

Por fortuna, existe escape de esa maquinaria de control mental que son los medios masivos

de comunicación, pues junto con la aparente estabilidad institucional nace su opuesto: el fermento popular. Con la manipulación de unos cuantos también crece el escepticismo de las mayorías y frente a la coerción del gobierno se planta la resistencia de masas, como sucedió con el reciente y fallido golpe de Estado en Venezuela. La prensa no puede ignorar por completo las realidades que afectan a millones de ciudadanos cotidianamente y esperar ganarse la confianza del público.

Al igual que la gente, los medios masivos de comunicación se resisten a la manipulación total. La realidad, de repente, se cuele por debajo del maquillaje y convence más a las masas que la propaganda o el clima tendencioso que se quiera crear... Milagrosamente aún sobrevive eso que llamamos “espíritu humano”.

¹⁰Tipos de violencia mediática

1. Por su naturaleza:

Violencia real: La que efectivamente ocurre en el mundo cotidiano y que es presentada en los noticieros donde muestran los sucesos del día o en un documental que nos revela la magnitud de la violencia en determinado momento de la historia; o cuando se informa a través de la radio “en directo”, que en un accidente fallecieron cierto número de personas. Este es el caso de los reportes vía satélite donde aparecen los actos de violencia ocurridos en Venezuela luego de las medidas económicas anunciadas por Carlos Andrés Pérez poco después de asumir su segundo mandato o las tomas captadas en Rosario durante los saqueos que precedieron a la renuncia de Raúl Alfonsín. Retrocediendo en el tiempo: La trasmisión “en directo” del asesinato de Lee Harvey Oswald por Jack Ruby a través de las cámaras de la TV de Estados Unidos.

Las nuevas formas de periodismo televisivo, para ilustrar una noticia, insertan actualmente dramatizaciones de situaciones violentas

ocurridas en la vida real

Violencia ficticia: La que constituye producto de la imaginación de los equipos de producción. Se presenta en series de espionaje (Misión Imposible, Alias), series bélicas (Nam), series policiales (Silk Stockings, Policía de New York) en películas de terror (La Profecía, El Exorcista, Poltergeist), y en thrillers (Copycat, Cabo de Miedo). Inclusive, se observa en telenovelas y dibujos animados.

Un estudio realizado en España (Igartua et al., 1997) encuentra que en los largometrajes presentados en el prime-time (hora estelar) de la TV española, los roles de los personajes masculinos y femeninos están marcadamente diferenciados en cuanto a los elementos que orientan su comportamiento (en el marco del relato por cierto); donde la violencia es un rasgo predominante en los personajes varones.

2. Por su objetivo

Violencia hostil: La que representa un fin en sí misma. Por ejemplo, la pelea a mansalva protagonizada por enardecidos hinchas ingleses (hooligans) e italianos (tifosi) en un estadio belga, o las muertes ocasionadas por el enorme escualo en Tiburón.

Violencia instrumental: Aquella que es empleada como medio para determinado fin. Este es el caso de la observada en tropas luchando contra terroristas (En la boca del lobo de Francisco Lombardi), o la empleada por la policía en una serie de acción, para que un secuestrador revele datos que le interesa conocer.

3. En función de criterios morales:

Violencia justificada: La que en el marco de la narrativa se justifica por alguna razón. Aquí estaría la violencia ejercida por la policía a fin de descubrir a los autores de un asesinato, o la

matanza de indios pieles rojas por un grupo de granjeros que han sido atacados previamente.

Violencia injustificada: La que carece de sustento moral. Por ejemplo: La violenta persecución de un policía blanco a una persona inocente a quien luego le inventa cargos por el único hecho de ser negro.

4. Por su modalidad: Distinguimos violencia verbal y física

Violencia física: Cuando incluye una manifestación agresiva mediante golpes de uno u otro tipo ya sea por mano propia, utilizando armas u otro tipo de objetos. Imaginémos un episodio de la conocida serie La femme Nikita en el cual se recrea una balacera al interior de un restaurante.

Violencia verbal: Cuando se emplean palabras para ocasionar daño o malestar. A decir de Alva (1980) existe una gradiente cualitativa y cuantitativa de la agresión verbal que va desde la refinada ironía hasta la procacidad y la violencia que involucra el uso de palabras soeces como insulto, llegando al extremo del escándalo. Recordamos en este sentido alguna telenovela, en la cual los protagonistas se insultan entre sí a voz en cuello, usando a la vez manifestaciones no verbales.

La violencia mediática contra las mujeres implica la difusión de mensajes por parte de los medios de prensa televisivos, escrita, radiales, etc., que promueven la explotación de las mujeres, que injurie, que difame, discrimine, deshonre, humille o ante contra su dignidad así también la utilización de mujeres adolescentes, niñas en mensajes e imágenes pornográficas, legitimando la desigualdad de trato o construyendo patrones socioculturales reproductores de la desigualdad o generadores de violencia.

La violencia contra las mujeres se penalizado en el ámbito privado, con la denominación

de violencia doméstica o intrafamiliar y actualmente se ha ampliado a la violencia institucional ya sea pública o privada, que de alguna manera manifiestan discriminación y desigualdad hacia la mujer.

Reflexiones sobre la violencia televisiva

¹¹Un caso de violencia mediática se dio con la llegada de Miss Universo 2006 Zuleyka Rivera a Puerto Rico desató, mucho más que su elección, pasiones encendidas, para hablar en lenguaje de telenovelas. Entraron en el debate alcaldes, sicólogos, politólogos, periodistas de farándula y los nuevos híbridos de la radio y la televisión: lo que Jorge Castañeda en el contexto mexicano ha llamado la comentocracia: comentaristas a calzón quitao, que tienen que hablar porque si no, revientan y cuya naturaleza mediática parece ser la de estar siempre en contra. Fenómeno no limitado a las parrillas radiales y televisivas del país, estos oficientes se adscriben a culturas mediáticas organizadas crecientemente por la conversión de las formas tradicionales del periodismo (la noticia, el reportaje, el comentario analítico y el editorial) en entretenimiento, mediante lenguajes del rumor, del inuendo y del chisme. En la televisión norteamericana de cable, Fox News es epítome de esta tendencia que combina el terror semántico con el espectáculo.

Ya puede identificarse un género discursivo entre esos comentaristas que como toda especie muestra genes similares y genes discordantes. Los hay que hilan fino, producto de sabidurías y lecturas, de dominio del lenguaje y de sus varios registros. Es el caso de José Arsenio Torres, mente joven a los ochenta años y manejador de una gama amplia de lecturas, saberes y de decires.

11 ALVAREZ CURBELO, Silvia, PhD.- Escuela de Comunicación Universidad de Puerto Rico, Violencia mediática: antagonismos y agonismos en los medios de comunicación en Puerto Rico. Ponencia ofrecida en El Seminario. En http://copu.uprrp.edu/PDFs/Violencia_SilviaAlvarezCurbelo.pdf

Los hay deslenguados o mejor dicho hiperlenguados que piensan que mientras más griten y menos miramientos tengan mejor disimulan sus improvisaciones, su vagancia intelectual y su falta de imaginación. Los hay destemplados pero no con la irreverencia que estimula la crítica sino con aquella que blande el efecto terror (el shock and awe), propio del poder en tanto signo obscuro. Los hay, también, que “en puertorriqueño” se hacen los graciosos y quieren siempre poner una pica en Flandes, acudiendo al ridículo y al escarnio. Los hay, finalmente, que se ubican con prepotencia e ignorancia (la peor de las combinaciones) en un reino de la transparencia desde donde enjuician al resto de los mortales, mientras ellos pasean con toda impunidad su banalidad.

A menudo muchas de estas nuevas figuras generan sus observaciones, sus halagos o sus diatribas dependiendo de “cómo me fue en la feria”. Es decir, la referencia de arranque es su yo, que puede ser el yo que no entiende pero que no lo va a admitir; el yo protagonista, acogido a los códigos exhibicionistas del espectáculo; el yo ideológico, guardián de la partidocracia o; el yo banal, anecdótico que hace de su vida y sus experiencias los parámetros hermenéuticos desde los cuales interpreta todo lo demás. O todas las anteriores. He ahí un primer nivel de violencia mediática, la que se produce por el achatamiento de la capacidad crítica, por la trivialidad del análisis, por el descuido y la irresponsabilidad en la producción de información y en la producción de opinión pública. Se atenta contra la inteligencia y el sentido común; se atenta contra el decoro, al poner “la burra adelante” y no abrirnos al reconocimiento primero, y luego al conocimiento del otro.

Ni aún por falsa modestia o por acudir a un viejo truco populista, estos neo-comunicadores se refugian en la fórmula socrática de admitir la ignorancia como plataforma para conocer.

En momentos en que se armaba una gran fiesta barroca de recibimiento a la reina Zuleyka,

sobre la cual podemos labrar opiniones y disidencias- Mayra Montero, con cierto exceso moralista, lo hizo en El Nuevo Día- uno de estas figuras mediáticas se refirió a Zuleyka como “La Pájara”. De inmediato le llovieron las críticas. La primera de ellas por su compañera de panel, la profesora Vivian Mattei quien, con mesura y sin rasgarse vestiduras, lo avergonzó. Quiero detenerme en este segundo nivel de violencia mediática, cebada en la figura de la mujer y que queda inscrito en el apelativo La Pájara. Esta violencia es a la vez puntual, referida a la mujer y metonímica, constituye una parte que condensa el todo.

Se trata en este caso de una descalificación profunda en la que convergen varias operaciones discursivas naturalizadas desde una epistemología de los antagonismos que forma parte ya de nuestro equipaje de producción y reconocimiento de la realidad:

En primer lugar, la desnomina ción. La Pájara despoja de nombre propio, despersonaliza y, como sabemos por los trabajos que se han hecho sobre la esclavitud o el colonialismo, el despojo del nombre acompaña la negación de la persona y la afirmación de la mercancía. Independientemente de que podamos hacer crítica de los concursos de belleza y apuntemos a su ademán mercantilista y cosificante, la desnominación La Pájara no es una crítica a las estructuras del sistema, llámese esclavitud, colonialismo o Miss Universe Pageant. Se refocila, por el contrario, en una persona (en este caso una mujer) y la convierte en la condensación del mal que se denuncia. Es como si cebáramos en el esclavo desnominado nuestra indignación por la esclavitud.

En segundo lugar, se trata de una bestialización. “La Pájara” remite a una biologización de la mujer, a su naturalización y por ende, desculturación. Fuera de la cultura, fuera del lenguaje, la mujer es pura naturaleza. Movida por los instintos y movedora de instintos, esta reducción naturalista subyace a mucha de la

crónica roja del crimen, a mucha de la crónica farandulera y a mucha de la crónica política. Se cuelga en la consideración del talante, de las aptitudes para ejercer y mantener cargos, en la selección de toma fotográfica. Por cierto, una conversión paralela al bestiario ocurre en el caso de los homosexuales a los que se les suele denominar como “pájaro” o “pajarraco”.

En tercer lugar, se trata de una pornograficación. “La Pájara” constituye un encapsulamiento pornográfico de la identidad femenina – la mujer centrada en su genitalia, inmovilizada por los límites de su sexo. Se trata de otro operativo metonímico (la parte por el todo) que remite a una vulnerabilidad, a una herida abierta, a una sospecha siempre larvada de la mujer como prostituta, como “mala mujer”.

Se podrá argüir que “La Pájara” fue un lapsus linguae. Pues bien, desde Freud sospechamos que los lapsus no son meros errores casuales; son un deslizamiento, un resbalón que pone de manifiesto contenidos del inconsciente. Desde una lectura lacaniana, el lapsus se complica. Revela un goce, un exceso, algo que es extraño al sistema de signos comunicable. Así lo expresa un lacaniano argentino con un nombre de antología: Ernesto Sinatra: ¿Qué es lo inquietante en el lapsus?: en principio es algo producido por alguien que no puede reconocerse como su autor, pero lo definitivo es que introduce una sospecha en el uso comunicativo del lenguaje: el lapsus indica que en el dispositivo simbólico y totalizante del lenguaje anida algo que le es extraño, extranjero al sistema de signos comunicables: un goce -allí- ignorado, y por esta vía el lapsus denota un exceso, ya que muestra el ‘verdadero’ revés de la verdad considerada en su cara simbólica.

Ahora bien, el lapsus debe provocar, debe obligar a hacernos preguntas. Intentemos una problematización que el pretendido lapsus propone. ¿Por qué ese sustrato de violencia simbólica ca contra la mujer que se detona a la menor provocación y que convoca tantas asociaciones deshumanizantes?

Hoy, la guerra en Irak, la escalada de asesinatos en el país, las hambrunas africanas, son ejemplos vívidos, incuestionables de violencia. Lo extremo de estas situaciones puede, sin embargo, obnubilar otras sedes más opacas, menos visibilizadas de la violencia.

Una de las valiosas derivaciones de su lección magistral es la siguiente: Al preguntarnos cómo educar para la paz en una sociedad donde la violencia ha formado parte intrínseca de nuestra formación como pueblo, poco adelantamos si ignoramos su presencia en nuestro pasado y en nuestro entorno. No siempre va a tomar la forma de un crimen pavoroso. Yo, por mi parte, propongo a la violencia como estructura fundante, por ejemplo, de nuestra vertiginosa modernización en la segunda mitad del siglo XX. Se manifiesta en los éxodos de campo a ciudad, en la emigración a Estados Unidos, en las soluciones de urbanismo que le dimos a nuestros pueblos y ciudades. Hoy, la veo enquistada en una cultura del antagonismo que valora o naturaliza estructuras de conflicto desde las oposiciones binarias; que requiere de sistemas tripartitos de representación ideológica en programas de opinión para dar la apariencia de objetividad y balance cuando lo que se hace es estimular el desencuentro; que convierte el soneo de la salsa o las letras del reggaetón en experiencias de “tiraera”, es decir, de quítame la pajita en lugar de ocasiones festivas, de goce del cuerpo y del alma.

La veo (a esa cultura del antagonismo) organizando la oferta mediática e imponiendo la lógica de la guerra y de las rayas en la arena. Gran parte de la parrilla radial AM, de la parrilla FM y de la programación televisiva se ha convertido en un gran depósito de violencia simbólica en Puerto Rico. La violencia contra la mujer en las ondas radiales no puede explicarse sin ese magma que subyace a la oferta de la radio y, en menor nivel pero no por ello disculpable en la televisión y la prensa. Es ese un tercer piso de violencia mediática.

Tomemos el caso de La Comay. Uno de los programas televisivos de mayor audiencia desde

hace algunos años en este país es super exclusivo, que se transmite (y no es coincidencia porque en el programa se difuminan las fronteras entre periodismo y la crónica del chisme) a una hora tradicionalmente asociada a los noticieros vespertinos.

La protagonista del programa lleva por nombre La Comay, apócope de comadre, esa identidad pre-política y pre-moderna insertada en el engrana je de pactos de la gran familia puertorriqueña que discurre en paralelo a las identidades modernas de ciudadanía. La Comay es un hombre disfrazado, vestido con brillo y color barroco de mujer, labios grotescos que dominan una cara coronada por un pelo alborotado, imposible de domeñar. Su gestualidad titiritera como mujer bochinchera, excesiva, gritona, remite a nociones persistentes de la mujer como exceso insumiso que abundan tanto en los imaginarios letrados (por ejemplo en algunos de los textos del sociólogo del siglo XIX Salvador Brau) como en los imaginarios populares (desde los disfraces de las antiquísimas fiestas de Santiago en Loíza Aldea hasta manifestaciones más contemporáneas como La Gorda de Oro, Myrta Silva, pintada por Nick Quijano).

Lo que comenzó como un programa de chismes de farándula, se ha tornado en una operación de desmantelamiento del espacio público que fuera configurado por la modernización política y la conversión de sus remanentes en un espacio intermedio, algo así como una vecindad virtual, donde lo íntimo se publicita, donde lo privado se infringe y se convierte en comidilla de todos, donde lo cívico siempre está bajo escrutinio y burla. En La Comay todo se puede “ventear”. Ventear es un arcaísmo del idioma español que remite a la palabra venta (especie de hospedería popular como recordarán por Don Quijote)

¿Qué se “ventea” en La Comay? Se desnudan fundamentalmente los cuerpos políticos (partidos, instituciones, clase política) para ofrecerlos a la mofa espectacular. Se desnudan los cuerpos de hombres y mujeres, particularmente éstas últimas para convertirlas en “chillas”, en

“cornudas”, en “histéricas”, en “reprimidas”, en doble sentido. No quiero, en modo alguno, ver en La Comay un chivo expiatorio, la figura antropológica acuñada por René Girard que tiene como efecto hermenéutico el reducir lo complejo y enrarecido a una cifra simple. Estamos, me parece a mí, ante un proceso acelerado de reformulación cultural hegemónica en el que se han creado complicidades efectivas entre la clase política, los medios de comunicación en su calidad de oficiantes culturales y una mayoría social de espectadores y consumidores para presenciar y asistir en la muerte de un proyecto moderno con avanzada esclerosis.

Hoy por hoy, los criterios de rentabilidad de las empresas mediáticas convergen con la liviandad de la clase política y con la pasividad o quizás fatalismo de muchas de las audiencias. De ahí que la radio sobretodo se haya convertido en palabras de Oscar Serrano, uno de nuestros más perspicaces y resonables periodistas, en un escenario de vergüenza para los profesionales de la comunicación. Un escenario sancionado por las audiencias que se organizan o bien por el tribalismo político o bien por su aceptación (en clave activa o pasiva) de la grosería y el abaratamiento de personas e ideas. Es en este mapa mediático en el que la violencia simbólica hacia la mujer parece dolorosamente confirmar los derroteros violentos de la cultura contemporánea puertorriqueña.

Es así porque no sólo en Puerto Rico sino en gran parte del mundo, la contemporaneidad se organiza, se interpreta y se comunica desde las gramáticas mediáticas reduccionistas que anclan en el antagonismo pero no para reconocerlo y negociarlo sino para espectacularizarlo. De ahí que el episodio de La Pájara nos sitúe en terrenos inminentemente políticos, en el debate del rol si se quiere ontológico del antagonismo en la práctica de lo público. Acudo a Chantal Mouffe y sus reflexiones en liberalismo, en tanto pretende evadir y superar el antagonismo, y, al desplazamiento del antagonismo en agonismo

como un modo relacional e incluyente de establecer, como diría Derrida, la diferencia. En su crítica a la renovación liberal que propone Jürgen Habermas a través de la racionalidad comunicativa y la reformulación de la esfera pública por medio de los consensos procesales, Mouffe se vale de las propuestas de Carl Schmitt (El concepto de lo político).

El liberalismo y sus productos (los derechos humanos, la democracia representativa, las libertades de expresión y los más recientes como la cultura de paz) constituyen, si nos adscribimos a la argumentación de Schmitt, en negación de lo político, de la conflictividad que es precisamente su condición de posibilidad.

Para Mouffe, siguiendo a Schmitt, todo enfoque democrático tiene que comenzar por reconocer la presencia indeleble del antagonismo en la práctica social. Lo que se juega, sin embargo, es la capacidad para movernos hacia la distensión de las tendencias a la exclusión, a la negación del otro que subyace a toda relación antagónica, a toda relación de diferencia entendida como una relación excluyente amigo-enemigo.

La alternativa que ha desarrollado Mouffe desde hace varios años es lo que denomina “pluralismo agonista”. Agón, siguiendo el antiguo término griego se refiere a una celebración pública de juegos o a una competencia verbal entre dos actores en el teatro griego.¹² El agonismo es un enfoque anti-esencialista. En el agonismo, la aceptación del otro no consiste en limitarse a tolerar las diferencias sino en celebrarlas positivamente, puesto que reconoce que, sin alteridad ni otredad, no es posible afirmar identidad alguna.

También es un pluralismo que valora la diversidad y las discrepancias y que reconoce en ellas justamente la condición que posibilita una vida democrática.

Dicho pluralismo se basa en el reconocimiento

12 Conferencia impartida por Chantal Mouffe dentro del seminario Globalización y diferenciación cultural, 19 y 20 de marzo, Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona/Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona, 1999.

de la multiplicidad en uno mismo y de las posiciones contradictorias que conlleva dicha multiplicidad. Advierte Mouffe: Sólo cuando reconozcamos esta dimensión de «lo político» y comprendamos que la «política» consiste en domesticar la hostilidad e intentar distender el antagonismo potencial que existe en las relaciones humanas, podremos plantearnos la cuestión fundamental de la política democrática. Esta cuestión, con el permiso de los racionalistas, no es cómo llegar a un consenso racional alcanzado sin exclusiones o, en otras palabras, no es cómo establecer un «nosotros» que no tenga el correspondiente «ellos». Esto es imposible porque no puede existir un «nosotros» sin un «ellos». Lo que se está planteando es cómo establecer esta distinción «nosotros/ellos» de modo que sea compatible con la democracia pluralista.

Las gramáticas mediáticas reduccionistas a las que he aludido utilizando como ejemplo el caso de Miss Universo, convierten el antagonismo no en posibilidad democrática y reconocimiento de lo plural como constitutivo de lo social sino en dispositivo para la guerra, manifestación apoteósica de la relación amigo-enemigo. De ahí que la espectacularización del antagonismo, antes que responder a una apertura democrática y plural (como reclaman muchos de los comunicólogos radiales) persigue obliterar un polo de lo diferente y legitimar la violencia como única forma ontológica del antagonismo.

Es momento de plantearnos, como materia urgente, la conversión del antagonismo en agonismo, el desplazamiento de la relación amigo-enemigo en la de ustedes-ellos, una estructura de la diferencia pero que posibilita lo plural ya que se reconoce la legitimidad del otro y la ocupación común de un campo simbólico. Mouffe recuerda en su reflexión a Freud, especialmente al Freud de *El malestar en la cultura* cuando, desde el psicoanálisis, quien plantea una especie de inserción libidinal para que la pulsión de muerte pueda ser desarmada. La teoría del caos nos ha enseñado que la

indeterminación subyace al pretendido orden real.

Es ya conocido el relato metafórico del aleteo de una mariposa en el desierto asiático que causa un huracán en los trópicos. Una frase lanzada con desparpajo a las ondas radiales un viernes (“La Pájara”) puede tener efectos no deseados e imperdonables en unas cotas de violencia hacia la mujer que alcanzan ya niveles insostenibles y en enrarecer más los escenarios de producción simbólica y las prácticas de socialidad organizadas desde el referente de la guerra. Si bien las gramáticas mediáticas son poderosas no son omnipotentes ni invulnerables. Los temidos ratings y los miedos de los anunciantes, debidamente activados por audiencias que reivindican un espacio público plural y tolerante, pueden ser factores de cambio.

Así mismo, una disminución en los decibeles de la violencia mediática puede generarse por un efecto emulador de prácticas políticas alternas, en los mismos medios, en comunidades, en instituciones como la Universidad, por ejemplo, que dejando a un lado la espectacularización de la diferencia, conviertan antagonismos mórbidos en agonismos movilizados desde el ámbito insistentemente humano de lo libidinal.

Si observamos lo ocurrido en el Perú, y sin usar necesariamente todas las categorías ni criterios de Samayoa, y teniendo en cuenta las diferencias contextuales, podríamos aseverar que la situación de violencia producida durante los años 80 y comienzos de los 90, habría producido una marcada deshumanización de nuestra comunidad.

Si unos años atrás resultaba aberrante la publicación de primeras planas de diarios o revistas donde aparecían fotos de muertos o heridos ensangrentados, ahora esto ha pasado a ser algo tan común que ya ni siquiera se le toma la mínima atención. Cuanto más nos exponemos a la violencia, ciertamente nos resulta menos desagradable.

En lo que se refiere a la muerte del personaje por violencia mediática, la candidata a la Presidencia de la República Lourdes Flores Nano expresó a un medio de comunicación que no le guardaba rencor a Jaime Bayly por la difusión de audios de conversaciones telefónicas privadas cuyos polémicos comentarios sobre su candidatura a la Municipalidad de Lima le **llegó costó la elección**. “No le tengo ningún ánimo de revancha pero sí me gustaría saber qué lo motivó y si hubo algo detrás”, indicó la ex aspirante al sillón municipal de Lima durante una entrevista en el programa de TV “No culpes a la noche”. “Yo quisiera saber qué llevó a este periodista inteligente, interesante, en un tiempo a dedicar 60 programas monote máticamente de manera obsesiva. Primero a decir cosas que no eran verdad, y segundo, a prenderse de mí”, indicó la lideresa del Partido Popular Cristiano (PPC). Recordó que su comando de campaña durante la elección municipal del 2010 tomó la decisión de no acudir al programa de Bayly para aclarar el controvertido audio porque tenían “el derecho de no entrar en un terreno tan desagradable, falso de verdad, necio, monotemático periodística mente salvo algún objetivo político”.

“Diario El Comercio

16 Set 2010

Jaime Bayly reveló audio en que Lourdes Flores afirma que la Alcaldía de Lima “le importa un comino”

La aspirante a la Alcaldía de Lima por PPC-UN sostuvo una charla con Xavier Barrón, en la que cuestionó los resultados de la última encuesta de Apoyo que la ubicó en segundo lugar

Un audio difundido esta noche en el programa “El Francotirador” dio a conocer una conversación entre Lourdes Flores y el ex parlamentario pepecista Xavier Barrón, en el que la aspirante edil manifiesta que esta elección “es lo que menos le importa en su vida” o “le importa un comino”.

Según el periodista Jaime Bayly, la charla entre Flores Nano y Barrón se produjo apenas ambos conocieron los resultados de la última encuesta

de la empresa Ipsos-Apoyo, el domingo último, que ubicaron a Susana Villarán (Fuerza Social) en el primer lugar de la intención de voto.

“No se puede aceptar esto, les tiro esta porquería. **A mí qué me importa la alcaldía**, es lo que menos me importó en mi vida.

Pero no pues, esta manipulación es grosera”, refiere Lourdes Flores en los registros vertidos por “El Francotirador”.

“**Métanse la alcaldía al pote**. A mí qué me importan. Lo que sí me saca de mis casillas es saber lo que me están haciendo y tener que quedarme callada, gracias a quién, por qué”, agrega.

“MAÑANA RENUNCIO A ESTA CANDIDATURA”.

Todavía más enfadada, Flores Nano advierte que tal situación provocará su inminente alejamiento de la contienda edil.

En ese sentido refiere: “Nunca me ha importado menos una elección que esta. Pero una porquería no se la voy a aguantar a nadie otra vez, eso si no... Ya estoy vieja para que me hagan imbecilidades, no, no. Me importa un comino esta elección, mañana renuncio a esta candidatura, me interesa una porquería las elecciones estas, no me interesa en lo mínimo”. La aspirante al sillón municipal acota en el audio: “Es que la próxima semana es 28, la siguiente es 26 y esta es 23.

Es que esto ya está escrito. A ella la van a ir subiendo de dos en dos y a mí me van bajando de dos en dos, con lo cual vamos a terminar 26 a 23, tres días antes, para una final de película y coj...”.

BARRÓN: “SE PUEDEN MOVER LAS CIFRAS”

En otro momento del diálogo, Flores Nano le manifiesta a Barrón su deseo por sostener una charla con Alfredo Torres, presidente de la referida casa encuestadora, tras comprobar que los sondeos le fueron adversos.

A ello, Barrón responde que si se concretaba el encuentro con Torres “podían mover las cifras estadísticas” a fin de que favorezcan a la

representante del PPC-UN.”

Asimismo, el Diario El Comercio publicó el 13 Jul 2010 lo siguiente

“Jaime Bayly criticó a Lourdes Flores y Álex Kouri en su primer programa electoral

El ‘Francotirador’ consideró que por “decencia” la candidata de Unidad Nacional debe explicar cuánto le pagó César Cataño por ser su abogada. En el caso de Kouri cuestionó su pasado montesinista.

Jaime Bayly dedicó los primeros minutos de su programa de TV “El Francotirador” a criticar el pasado de los candidatos con mayor proyección al sillón metropolitano, Lourdes Flores y Álex Kouri.

En el caso de la lideresa del PPC cuestionó su relación con el dueño de Peruvian Airlines, César Cataño, y le exigió declarar cuánto dinero recibió por ser su abogado.

“Así como hemos exigido explicaciones a Kouri en el tema del peaje, Lourdes debe responder si César Cataño le dio plata para financiar su campaña presidencial en el 2006 y para ser la presidenta simbólica de su aerolínea (Peruvian Airlines)”, consideró Bayly.

Bayly recordó que César Cataño, a quien Lourdes Flores defendió en su condición de abogada, fue investigado por los presuntos ilícitos de “narcotráfico, lavado de dinero y de cambiarse la identidad en pleno proceso judicial”, por lo cual solicitó a la aspirante al municipio de Lima que en “un acto de decencia explique cuánto dinero recibió”.

“Aquí no vale decir que no tienes porque dar explicaciones sobre ese tema. Así como a Kouri le pedimos cuentas claras contigo también lo hacemos”, expresó el ‘Francotirador’ dirigiéndose a la pepecista.

CRÍTICAS A KOURI

En tanto, calificó de pintoresco que Álex Kouri enfile su artillería contra quien será su principal rival en los comicios ediles de octubre próximo, sindicándola de haber sido la abogada del dueño de un burdel.

“Tengo un gran respeto por las prostitutas y los burdeles. El gran burdel era el de Montesinos al cual tú (Kouri) ibas hasta tres veces al día”, increpó Bayly, quien le recordó su cuestionada gestión como alcalde del Callao en el peaje de la avenida Faucett.

Pese a la expectativa generada por el primer programa de “El francotirador” de corte electoral, este no tuvo a ningún invitado. Jaime Bayly se dedicó a comentar las últimas declaraciones de los candidatos a la Alcaldía de Lima y se espera que en el horario de lunes a viernes se presenten los aspirantes a los comicios municipales y regionales de octubre y los presidenciales de 2011. “

¿La culpa la tienen los directivos que programan la violencia en la televisión o quién es el responsable?

El entorno social y la existencia real de violencia cotidiana, la falta de contexto explicativo que sería especialmente pertinente para los espectadores jóvenes, la gana de lucro fácil que supone la divulgación de programas de contenido violento y la ausencia de reglas suficientes para ubicar y acotar la transmisión de esos mensajes son elementos que, sumados, contribuyeron a que la violencia ya existente en el entorno social se exacerbe en su programación mediática.

La culpa, después de todo, no es sólo de los medios. Pero ellos, en ese proceso de propagación de imágenes, no son precisamente inocentes. Sin embargo, los directivos de las cadenas de televisión son muy hábiles a la hora de explotar nuestra sensación de que la televisión es una especie de pegamento cultural que nos aglutina como sociedad.

En una entrevista de TV Guía, Judy Price, Vicepresidente de programación infantil de la S expuso que “ningún niño podía ser el único de su grupo que no vea los power rangers”. Tal afirmación puso de relieve uno de los objetivos fundamentales de la publicidad en los medios de comunicación.

Además de hacer que las cosas parezcan conocidas y deseables, los medios deben crear la sensación de que existe una necesidad social. “Ningún niño puede ser el único de su grupo que no vea los power rangers” implica que si a un niño se le impide participar de esta experiencia, al mismo tiempo e le estará impidiendo tomar parte en la vida social de su grupo.

Esta manipulación de los directivos de la industria del espectáculo es preocupante pero reveladora. Los ejecutivos de los medios de comunicación exigen que los padres de responsabilicen más por sus hijos a la hora de ver televisión.

Pero, los productores de películas y programas de televisión no pueden obviar su responsabilidad y esperar que sean los padres, gobierno y otros los que ejerzan el control de las emisiones.

El argumento de que se le da a la gente lo que quiere ver no es válido en una sociedad consciente y moderna. No es realista esperar que los padres controlen completamente lo que los niños ven en una sociedad en la que cada casa tiene múltiples aparatos de televisión, videos, etc. Y en la que los progenitores trabajan.

Pero, los padres también tienen su cuota de responsabilidad, ya que en los últimos tiempos los padres han dejado de lado a sus hijos para dejarlos al cuidado de entidades terceras como la televisión, que educa a sus hijos a la vez que los entretiene. Pero el niño no tiene a su lado a nadie que le haga comentarios críticos acerca de las imágenes que ve en la televisión. Tampoco se salvan los políticos que suelen considerar que a mayor telebasura y violencia habrá mayor audiencia, por ello deberían fomentar la educación crítica y organizar consejos formados por personas intelectuales que fueran capaz de analizar los contenidos televisivos y que dieran las recomendaciones pertinentes. Se puede entender que existen tres responsables: los políticos, los padres de los niños que los dejan al cuidado del televisor y la industria (directores, programadores, publicistas) que su mayor objetivo es lucrarse a costa de imponer

una programación con contenidos lascivos y sin control. Por otra parte, las escuelas universidades deberían orientar a los alumnos acerca de las consecuencias que trae consigo la visualización de imágenes de violencia.

Definición de términos

Violencia mediática: Cuando los medios de comunicación magnifican o manipulan la noticia creando una violencia directa y estructural contra políticos y la sociedad.

Violencia simbólica: Tiene lugar cuando en una relación de dominación, el dominado o dominada sólo dispone, para pensar la relación con el dominado pensarse así mismo(a) respecto a los recursos simbólicos que comparte con el dominador, de tal forma que al relación de dominación aparezca como natural para el dominado.

Poder simbólico: Según Pierre Bourdieu, es un aspecto de la mayoría de las diversas formas de poder que se despliegan cotidianamente en la vida social y que pocas veces se manifiesta como fuerza física. Es un poder invisible que no es reconocido como tal, sino como algo legítimo y que presupone cierta aquiescencia por parte de quienes están sometidos a él.

Penalización: Imponer una multa sanción o castigo a alguien que infringe una norma, regla o ley.

Personaje político: Personaje es la persona que se distingue en al vida política por alguna característica o capacidad singular Ej el ex Presidente Alberto Fujimori Fujimori, la candidata a la presidencia Lourdes Flores Nano, etc.

Persona política: Es aquella que es elegida o nombrada como representante del pueblo en el mantenimiento, gestión y administración de los recursos públicos. Dicho ordenamiento considera que un político debe velar por el interés general de los ciudadanos y mantenerse dentro de una ética profesional de servicio al

pueblo y no hacia si mismo.

Imagen no verbal: las señales claves que emanan de nuestro cuerpo pueden durar un segundo o durar una eternidad en la mente de la gente que los rodea.

Medios de comunicación: Don los instrumentos mediante los cuales se informa y se comunica de forma masiva. Es la manera de cómo las personas, los miembros de una sociedad o de una comunidad se enteran de lo que sucede a su alrededor a nivel económico, político, social, entre otros. Los medios de comunicación vienen a ser la representación física de la comunicación en nuestro mundo, es decir, son el canal mediante el cual la información se obtiene, se procesa y finalmente se expresa y se comunica.

Conclusiones

En tanto la investigación sobre la violencia mediática continúa tratando de dar respuestas al problema que ayuden a articular políticas preventivas más eficaces, creo inaplazable prestar atención a otras influencias más o menos importantes que habitualmente se ignoran. Sólo a modo de pistas para una reflexión coherente señalaré las tres que me parecen más destacables:

1. La transmisión de los valores morales y de los principios básicos del bien y del mal topa en este fin de siglo con la estructura nunca antes conocida de la familia urbana moderna. Antigüamente esa transmisión se hacía de manera casi automática, porque el niño crecía cobijado en el seno de una familia muy amplia, donde no solamente había padre y/o madre, sino que también solían haber varios hermanos, además de abuelos, primos y demás parientes. Pero ese modelo de familia no está logrando sobrevivir en los tiempos modernos. Ahora la familia se ha reducido en extremo: uno o dos hijos, padre y madre trabajando fuera del hogar y,

por lo tanto, teniendo que dejar a sus hijos al cuidado, primero, de guarderías y, después, de colegios con horarios que normalmente se amplían con actividades extra-escolares por la tarde, hasta que por fin alguien acude a recogerles para llevarles a casa. Por no hablar del aumento progresivo de divorcios que ha transformado a muchas familias en monoparentales, es decir, familias compuestas por una madre o padre con un solo hijo.

2. No solamente los medios de comunicación, sino también la mayoría de los discursos políticos coinciden en transmitir a la población un mensaje machacón y demoledor que puede resumirse en que el éxito en esta vida pasa inevitablemente por ser competitivos y por ser los mejores, al precio que sea y a costa de quien sea.
3. La falta de control sobre el discurso machista que se está vendiendo desde la publicidad. Ahora no solamente se vende la imagen del hombre como la imagen del macho, del fuerte, del que no expresa sentimientos: que no ríe, que no llora, que ya ni siquiera habla, que sólo actúa, sino que se ha empezado a vender la misma imagen machista, pero aplicada ahora a la mujer. La mujer que viste cazadora negra de cuero y que es durísima. La mujer que dice “Busco a Jack”, sea Jack una colonia o un hombre, ¡qué más da!, y lo quiero ya. No importa lo que cueste conseguirlo.
4. En la transmisión de esos modelos culturales y los valores morales que en ellos subyacen nadie está reparando; nadie los está analizando; nadie está advirtiendo sobre la influencia negativa que sin duda ejercen en el desarrollo de la personalidad social de los niños. La violencia que se ve en la televisión no es la única causante de los males de este mundo. Reducirla, limitarla, es una idea excelente -e incluso urgente-, pero si no atendemos a otras influencias

y a otros contenidos aparentemente más inocentes no lograremos entender con detenimiento el problema y seguiremos condenados a seguir siendo una sociedad que mira atónita las imágenes del televisor que nos muestran la última masacre sin sentido.

Recomendaciones

- A decir de la comunicadora Rosa García¹³ los políticos deben seguir respetando la libertad de expresión sin fomentar ninguna censura, aunque si deberían censurar algunas imágenes por ser muy violentas y en las que no se recibe el castigo y en las que se puede herir los sentimientos de los telespectadores, tal como se hizo durante el gobierno del General Velasco Alvarado, en el que existió la Dirección General de Moral Pública encargada de fiscalizar este tipo de censura.
- Se debería impulsar la creación de algún Consejo presidido por personas intelectuales encargadas de analizar los contenidos de cada programa, velando por la calidad, contenido y la moral ética que se visualiza en cada programa.
- Debe imponerse fuertes multas y/o sanciones penales a quienes incumplan las normas, es decir, que pongan programas violentos o sexuales en una franja horaria tildada para los niños o poner imágenes violentas que hieran la sensibilidad de los telespectadores. Porque se tratare de una multa baja, fácil, la pagan y repiten la acción y si la sanción es benigna (no hay prisión) de igual modo reinciden en la acción transgresora.
- Las instituciones dedicadas a la enseñanza (colegios, institutos, universidades),

deberían promover un espíritu crítico acerca de los programas televisivos, impulsando más la lectura.

- A través de la Fiscalía o de la Defensoría del Pueblo se debería potenciar la labor de vigilancia de los productos que los medios de comunicación ofrecen a los menores para su consumo.

Bibliografía

CHOMSKY NOAM, Dieterich, Heinz, Los vencedores, Joaquín Mortiz, México, 1996.

DE LOS REYES, Aurelio, Cine y sociedad en México (1896 a 1930), UNAM-Cineteca, México, 1981

GOMIS, L. Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente. Barcelona, Paidós, 1991

GONZÁLEZ, Mauricio, La última llamada, Edamex, México, 1981.

HACKER, Frederick J., Crusaders, criminals and crazies, Norton, USA, 1976.

HUESMANN, L.R. Television violence and aggression: The causal effect remains en *Developmental Psychology*, 28, 1973, pp. 617-620

LORENZ, K. Sobre la agresión. El pretendido mal. México, Siglo XXI, 1971

Mc LUHAN, Mashall, The medium is the message, Penguin books, UK, 1967.

MEYSSAN Thierry, La terrible impostura, El Ateneo, Buenos Aires, 2002.

MUSSEN, Paul y ROSENZWEIG, Mark R., *Psychology. An introduction*, D.C., heath and company, USA, 1977.

13 GARCIA, Rosa, la violencia en la televisión, España En <http://html.rincondelvago.com/violencia-en-television.html>

Teresa de Jesús Seijas Rengifo

QUESADA, Montserrat, L'última parada. Reportaje ganador del Premi Actual'95 concedido por la Corporación Catalana de Radio y Televisión sobre la vida en un centro educativo de reclusión de menores peligrosos.

QUESADA, Montserrat (1999): Violencia mediática y reacción social. Revista Latina de Comunicación Social, 13. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/139quesada.htm>

RIVIÈRE, M. La fascinación de la violencia en los medios de comunicación en 'Prevençió. Quaderns d'estudis i documentació', 11, septiembre 1994, pp. 5-12

ROGLÁN, J. La libertad de información previene la violencia en 'Prevençió. Quaderns d'estudis i documentació', 11, Set 1994, pp. 13-21

RUIZ HARREL, Rafael, Criminalidad y mal gobierno, Sansores & Aljure, México, 1998.

SANMARTÍN, J. (Ed.). Violencia, televisión y cine. Barcelona, Ariel, 1998, p.17

SCHILLER, HERBERT I., The mind managers, Beacon press Boston, USA, 1974.

SCHRAMM, W., J. LYLE, Jack y PARKER, E., Televisión para los niños. Barcelona: Hispano-Europea, 1965.