

VII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología
XXII Jornadas de Investigación XI Encuentro de Investigadores en Psicología del
MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos
Aires, 2015.

La influencia de los medios de comunicación en la construcción de realidad. El estereotipo del delincuente.

Urios, Romina Ailín.

Cita:

Urios, Romina Ailín (2015). *La influencia de los medios de comunicación en la construcción de realidad. El estereotipo del delincuente. VII Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XXII Jornadas de Investigación XI Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-015/553>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE REALIDAD. EL ESTEREOTIPO DEL DELINCUENTE

Urios, Romina Ailín

Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata. Argentina

RESUMEN

El presente trabajo parte de una investigación bibliográfica realizada en el marco de la cursada de la Maestría en Comunicación y Criminología de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la UNLP. En la misma, se intenta abordar la compleja relación entre los medios masivos de comunicación como usinas ideológicas y la generación y reproducción del estereotipo del delincuente y los efectos subjetivos que esta operación produce en todos los sujetos involucrados (quien porta el estereotipo, quien consume los medios de comunicación, la víctima, etc.). El marco teórico consultado tiene que ver con diversos libros, textos, materiales y artículos relacionados con los medios de comunicación, la generación de estereotipos e impactos subjetivos. Materiales comprendidos en el entrecruzamiento entre el derecho, la comunicación y la psicología. La principal hipótesis que guía este trabajo -que por breve no logra concluir en forma taxativa sino que propone nuevas indagaciones- es que los medios masivos de comunicación construyen realidad, y en lo que respecta al tema de la delincuencia, propone y difunde el estereotipo del criminal, sujetos que luego serán social y penalmente criminalizados, dando por resultado una asunción de rol que lleva a la profecía autocumplida.

Palabras clave

Estereotipo, Medios masivos de comunicación, Delincuente, Subjetividad

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF THE MEDIA IN THE CONSTRUCTION OF REALITY. THE OFFENDER'S STEREOTYPE

This paper stems from a bibliographic research in the framework of the "Maestría en Comunicación y Criminología de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social" class at the National University of La Plata. The class tries to approach the complex relationship between the media as source of ideologies and the generation and reproduction of the delinquent stereotype and its effects on all the subjects involved (those who are stereotyped, those who consume the media productions, the victim, etc.) The consulted framework has to do with books, articles and material related to media, the generation of stereotypes and subjective changes. Also the material involves crosslinking between law, communication and psychology. The main hypothesis that guides this paper is that media builds reality and proposes and disseminates criminal stereotypes. These subjects will be penal and socially criminalized, resulting in the assumption of a role that leads to a self-fulfilling prophecy.

Key words

Stereotype, Mass media, Criminal, Subjectivity

PRIMERAS APROXIMACIONES.

Berger y Luckman en su "La construcción social de la realidad", describen la necesidad y la particularidad de la socialización primaria, la secundaria y la resocialización.

Por otro lado Sigmund Freud plantea que el ser humano llega a la vida "demasiado pronto" y postula el concepto de "prematuration" con el que sostiene que el ser humano nace antes de terminar de constituirse biológicamente; mientras el desarrollo de los animales se da en el estado fetal, el niño termina de desarrollarse una vez que se encuentra en el mundo exterior -externo al seno materno-. Es esto lo que hace que se necesite para la supervivencia en los primeros momentos de la vida del sostén, cuidado y fundamentalmente -otra gran diferencia con los animales- afecto de otro, sólo con recibir alimento, no alcanza, sin el afecto, el cachorro humano muere.

Es por esto que se puede llegar a la conclusión de que, a diferencia de los animales, los seres humanos estamos socio-bio-psicológicamente determinados, ya que el sustrato biológico es necesario pero no suficiente para la supervivencia.

Somos, pues, seres sociales, contruidos por -a la vez que constructores de- lo social, enmarcados en un contexto socio-histórico que nos delimita y nos determina y del cual también somos productores.

EL PAPEL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CONSTRUCCIÓN DE SUBJETIVIDAD.

Los medios de comunicación, históricamente han ocupado un rol fundamental en la construcción social de la realidad. Desde sus orígenes, con los primeros trovadores y gaceteros, lo que se comunicaba era una de las "versiones" de lo que acontecía. Siempre el sesgo estuvo en intentar transmitir "La verdad", pero todos sabemos que "LA" verdad no existe sino que siempre tenemos verdades parciales y particulares, verdades subjetivas, en las que se cuela la ideología.

En aquel tiempo, importaba intentar transmitir "la verdad" y se encontraba en manos -voces- de unos pocos. En la actualidad, con el avance de la tecnología y la informática, se accede cada vez más a una mayor cantidad de modos de informarnos, de comunicarnos y, del mismo modo, de des-informarnos. Tomando a Foucault, podemos decir que todas las sociedades necesitan y construyen verdades. El autor sitúa a la verdad en el orden del discurso y sostiene que un discurso con poder es capaz de construir verdad.

Esto último se hace evidente en la actualidad, donde la multiplicidad de medios y la velocidad con la que la información se transmite, hace que muchas veces no todo lo que circula en los diferentes medios sea fidedigno o veraz. Pero si la información es transmitida por un medio reconocido y la sociedad considera que puede ser verdad, puede instituirse como tal.

Si retomamos lo que plantean Berger y Luckman, tenemos en cuenta la importancia que le otorga Freud a lo social y la influencia que los medios de comunicación tienen en la actualidad en nues-

tras vidas, se puede arribar a algunas conclusiones que permiten abordar en forma crítica el modo en que los medios masivos de comunicación construyen conceptos, sentidos sociales y, en última instancia, imaginarios y realidad.

LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN COMO “USINAS IDEOLÓGICAS”.

En estos últimos años, como producto de los cambios sociales y culturales, las modificaciones en los tiempos individuales, el desarrollo de las profesiones y las especializaciones, la búsqueda del exitismo cuyo empuje privilegiado es la necesidad de tener para ser; la familia o grupo de crianza ha delegado gran parte del tiempo destinado a la socialización primaria a los medios de comunicación. Es decir, una parte importante del día los niños se encuentran frente a la televisión, en la computadora o utilizando algún tipo de aparato electrónico.

Mar de Foncuberta sostiene que se pueden analizar cuatro aspectos referidos a las funciones que cumplen en la actualidad los medios masivos de comunicación en nuestras sociedades: la dimensión socializadora (que es la que se mencionara en el párrafo anterior), como espacio de ejercicio de la ciudadanía, como agente educativo (en tanto selección de los contenidos que se van a transmitir y difundir), y tiene un protagonismo importante en la gestión del ocio de las personas (en esto juega un papel importante la programación y los horarios en los que se ubican ciertos programas en la grilla, qué series y ficciones son las que acompañan, por ejemplo, los momentos de las comidas).

Zaffaroni plantea en “En busca de las penas perdidas”, que los medios masivos de comunicación son usinas ideológicas del estado y segmentos del sistema penal. En ese texto da un ejemplo muy característico respecto a las series de televisión y la ideología implícitas en ellas y cómo esto entra en nuestros hogares casi “inocentemente”.

En “La cuestión criminal” dedicará varios apartados a trabajar lo que ha formalizado bajo la nominación de “criminología mediática”, donde despliega sus teorizaciones respecto a la incidencia de los medios masivos de comunicación en la conformación y distribución del estereotipo de criminal y sostiene que los sujetos con los que nos cruzamos habitualmente por las calles y en el trabajo, tiene la visión de lo criminal y de los criminales, que construyen, producen y difunden los medios de comunicación. A esto es a lo que llama “Criminología mediática”.

Hace especial hincapié en diferenciar lo que es el “discurso” de los medios, del “mensaje”. Dado que la televisión es la que mayormente se encarga de esta selección de una porción de la población que porta el estereotipo del criminalizado, se debe hablar de “mensaje”, dado que lo que se difunden son imágenes, con todo el poder que esto tiene (no es lo mismo la descripción oral que se pueda hacer desde un discurso y que requiere de la imaginación del sujeto que lo oye para armar esa imagen y construir el estereotipo, que ver la imagen e identificarla en el cotidiano, en este segundo caso, no se requiere mayor esfuerzo por parte de quien recibe esas imágenes, es lo que Bourdieu planteaba respecto a que la televisión es lo opuesto a la capacidad de pensar...). La imagen nos refiere necesariamente a una cosa concreta, de ahí el valor de lo visual, la repetición de una noticia y al mismo tiempo por detrás la repetición de las imágenes que acompañan a ese informe.

Es importante también rescatar que lo que se hace sobre esa imagen y la información que se tiene sobre el hecho, es una construcción, se construye la noticia y se utiliza la imagen como soporte. Mar de Foncuberta sostiene que vivimos en sociedades que son cada vez más complejas y fragmentadas que no pueden vivir al margen de la imagen, estamos siempre rodeados de ellas, se im-

primen en nuestras retinas y nos acompañan todo el día.

Es así que podemos decir que la “criminología mediática” lo que hace es crear una realidad -una entre muchas posibles- y presentarla como “la” realidad, donde aparecen enfrentadas las “personas decentes” con el grupo de “criminales” los cuales son identificados por el estereotipo que permite sostener esa distinción.

Para que esta diferenciación se sostenga en el tiempo y resulte creíble, no queda otra opción más que “inflar” las características negativas de quien porta el estereotipo sobre la base del peligrosismo y es allí donde el concepto de peligro se une al de seguridad, reduciendo a la inseguridad solamente a situaciones que tienen que ver con la violencia del robo.

Este modo de vender las noticias sobre la inseguridad y de introducirse en nuestras casas -en las casas de todos- es la condición de posibilidad de la justificación del sentido común de las ejecuciones sin proceso, de los muertos por gatillo fácil, de los “linchamientos”. Y esto ocurre porque, como plantea Foucault, en toda sociedad el discurso está seleccionado, controlado y redistribuido; se hace necesaria la construcción de un discurso con rituales, normas y consecuencias, esto es lo que configura poderes.

El estereotipo no sólo tiene que ver con aquellas características físicas que un sujeto porta y que lo hace susceptible de ser captado por el sistema penal en tanto asunción de un rol previamente asignado, sino que se sostiene en una premisa biologicista, dado que mientras porte el estereotipo -a lo largo de toda la vida si no cambia el chivo emisario de la sociedad- el sujeto seguirá siendo peligroso, por lo que cualquier intento de respeto de sus garantías procesales será tomado por la sociedad como una aberración de la justicia que falla en detrimento de la “sociedad” -porque quienes portan el estereotipo no son considerados “gente como uno”, sino que son excluidos y marginados-.

A quienes portan el estereotipo, hay que dejarlos siempre encerrados, y por el mayor tiempo posible, porque son incorregibles.

Ahora bien, ¿qué pasa con todos aquellos otros delitos que no son objeto de mayor atención por parte de los medios de comunicación y que sin embargo afectan a una porción más grande de la sociedad y por un tiempo más prolongado? Hago referencia en este caso a los delitos de cuello blanco, estafas, desfalcos.

Es por esta construcción que realizan los medios de comunicación, que se caracteriza por la deformación de la realidad, en donde se enfrentan dos bandos, los buenos y los malos, que se llega a la certeza de que el único modo de hacer algo con los conflictos tiene que ver con la punición y la violencia. Esta construcción es posible en tanto pensemos a los medios como mediadores, como actores políticos, sociales, culturales y económicos.

Si pensamos en la programación que en la actualidad hay en la televisión, en la que lo que priman son los noticieros y dentro de ellos lo que se llaman las “noticias rojas”, de policiales, puede afirmarse que las personas están sobre-expuestas a un discurso peligrosista, que lo que hace es apuntar al miedo.

Los medios son actores activos de transformaciones sociales, toman una porción parcializada de la realidad y generan verdades a partir de sus propios intereses ideológicos y, de este modo, construyen percepciones en la sociedad. Se trata de la construcción, selección y jerarquización de la información en tanto los medios son quienes legitiman la palabra de unos por sobre la de otros, se selecciona qué se difunde y qué se oculta, en forma intencional.

Pero lo que vuelve al sistema más perverso es que lo que se hace, como se planteaba previamente, es generar en la población la sensación de inseguridad ligada a los delitos contra la propiedad, la integridad física y la vida.

Concomitantemente con esta reproducción de noticias que apuntan a aterrar a la población, es que aparece esa construcción del estereotipo de quien es el “encargado” de sembrar ese miedo, es decir, el estereotipo del delincuente. Este “enemigo interno”, no puede dejar de ser nombrado, descripto, etiquetado, porque es de quien hay que cuidarse, a quien hay que temer y denunciar.

Como correlato, se puede también situar que aparece otro estereotipo, que es igualmente desubjetivante, y que tiene que ver con la víctima. La persona que ha sufrido un ilícito aparece una y otra vez en los medios contando la situación que le ha tocado atravesar, fijando a ese sujeto en su posición de víctima que lo único que puede hacer es exigir justicia, pero esa justicia que se exige muchas veces no tiene que ver con lo que se encuentra tipificado en el código, sino que se pide una retribución que sabemos de antemano que no es posible, dado que los castigos, penas o condenas nunca son equitativas con el daño sufrido. Esta “víctima” de delito que presta su imagen y su discurso a los medios en la construcción de esa noticia, puede generar -y habitualmente lo hace- empatía en quien se encuentra mirando la televisión, una identificación que lo que hace es perpetuar el estereotipo del delincuente. Una vez pasado el tiempo en que esa noticia es “vendible y rentable”, la víctima es olvidada por los medios que antes la convocaban, dejándola sola con su padecimiento.

El “paseo” de las víctimas por los medios de comunicación genera el efecto de “onda expansiva” que en tiempos eleccionarios se traduce en propuestas, por parte de los políticos, de mayor seguridad, de lucha contra la inseguridad. Una y otra vez vemos repetirse ese mismo circuito. De este modo, se puede sostener que el poder punitivo realiza su selección de acuerdo con los reclamos de la criminología mediática.

Todas las sociedades, históricamente, se han creado un estereotipo de delincuente. En la actualidad, es el del joven o menor de edad, de barrios carenciados, con ciertos rasgos físicos que se exacerban en la transmisión del estereotipo como por ejemplo ser morocho, cierto modo de vestir, como el usar viseras, piercings, tatuajes, homologando pobreza con peligrosidad.

Lo interesante de todo esto es que, quien porta este estereotipo, que es reproducido una y otra vez por los medios de comunicación, difícilmente si va a buscar un empleo, lo consiga -no podría asegurar siquiera el que le abran la puerta de un local-. Entramos así en un circuito que se puede describir de la siguiente manera: un sujeto porta el estereotipo, no le dan trabajo por portarlo -no por sus condiciones aptas o no aptas para desempeñarse en esa tarea-, se frustra una y otra vez en esa búsqueda, necesita el trabajo para poder vivir, no lo consigue, tiene mayores posibilidades de delinquir para poder conseguir los medios de subsistencia. Vemos, de este modo, cómo la exclusión de ese sujeto de lo social lo empuja a cumplir con un rol previamente impuesto para su estereotipo. Es el caso de la profecía autocumplida que lleva a los MMC a confirmar su hipótesis del peligrosismo y continuar con la reproducción.

Como correlato, la sociedad comienza a solicitar penas más duras, baja en la edad de imputabilidad, ejerciendo presión que, en ocasiones, termina modificando las legislaciones -pensemos en las Leyes Blumberg-. Es por esto que los medios de comunicación pueden considerarse segmentos del sistema penal, porque luego con esas leyes todos somos regulados, además de que ese “empuje” a la asunción de un rol previamente establecido y reproducido por los MMC es lo que hace al sujeto susceptible de ser captado por el sistema penal, lo que Zaffaroni llama la “vulnerabilidad socio-penal”. Nada dicen los medios respecto a que dentro de la “seguridad” debe encontrarse comprendido no sólo el no ser víctima de delitos contra

la propiedad, la integridad física y la vida, sino también el completo acceso a derechos que posibilite una situación de equidad.

SOBRE LA NECESIDAD DEL CONTRADISCURSO.

Estas grandes usinas Ideológicas, que están cada vez más arraigadas en nuestro cotidiano, digitan gran parte de nuestro tiempo y conforman nuestra realidad, nuestros imaginarios, allí radica su poder. Volvamos a unos párrafos más arriba, cuando planteábamos que los niños pasan gran parte de su tiempo en contacto con estos medios y se encuentran en etapa de conformación de su psiquismo y de su subjetividad: ¿Cómo hacer luego para de-construir esos imaginarios que se han moldeado en etapas tan tempranas? ¿Cómo revertir los efectos en la subjetividad de la población y, sobre todo, de ciertos sectores que han sido seleccionados por los medios de comunicación como los futuros criminalizados?

Si tenemos en cuenta lo que plantea Foucault de la compleja malla en donde un pequeño cambio en un extremo genera un movimiento en toda la trama, podemos pensar que para generar una modificación que llegue hasta todos los extremos, se hace necesario que el cambio sea lo suficientemente fuerte como para que llegue a toda la estructura. De lo contrario, la modificación no será ni total ni duradera.

¿Alcanza con apagar el televisor, no usar la computadora, no conectarse a internet? Claramente no, porque con ese acto lo que se consigue es dejar de mirar, pero la ideología sigue transmitiéndose y reproduciéndose mientras haya un aparato encendido. En este punto, considero interesante el planteo de Julián Assange, quien sostiene que es en los medios mismos donde debe librarse la batalla.

Mar de Foncuberta sostiene que el lector-televidente actual ya no confía tanto en los medios, y esto puede ser un aliciente para pensar el cambio.

La democratización de los medios de comunicación que propone la Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual (LSCA), permitirá, con su completa implementación, dar el puntapié inicial para el cambio. De todos nosotros dependerá llevarlo a la práctica y sostenerlo, luchando para que no se convierta en una reproducción más. Es decir que el modo privilegiado para poder generar y sostener un contradiscurso en materia de criminología, tiene que ver con fortalecer al Estado. En esto será primordial fomentar el fortalecimiento de los lazos, pero lazos sociales que sean más estables y que tiendan a la inclusión y que permita la desestigmatización del diferente, del pobre, del marginado. El otro no es más que un semejante vulnerable.

Si el Estado y la población en general -como parte integrante del Estado- logran tomar conciencia de la corresponsabilidad implícita en el haber dejado avanzar el proceso de vulnerabilidad de los sujetos de sectores marginales y comprendieran que la seguridad también tiene que ver con tener el mayor acceso posible a los derechos, sería más sencillo poder vislumbrar que el otro no es mi enemigo, sino un semejante que no ha tenido las mismas posibilidades. Ya ha quedado probado -y se ha desarrollado en este artículo- que la estigmatización, la exclusión que ésta conlleva y el castigo violento no se aproximan en lo más mínimo a una solución de la criminalidad, sino que más bien pareciera ocurrir todo lo contrario.

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA

- AA.VV. (2007) Periodismo de calidad: debates y desafíos. Buenos Aires. FO-PEA, La Crujía.
- Berger y Luckman. (2008) La construcción social de la realidad. Buenos Aires. Amorrortu Editores.
- Blázquez, V.; Ghea, M. E.; Viale, P. (2009) El valor de las palabras ¿A qué se refiere el concepto de construcción, selección y jerarquización de la información? Ficha de cátedra Taller de Análisis de la Información. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, La Plata.
- Bourdieu, P. (1997) Sobre la televisión. Buenos Aires. Editorial Anagrama.
- Castells, M. (2009) Comunicación, poder y contrapoder en la sociedad en red. Los medios y la política. Revista Telos.
- De Foncuberta, M.; Borrat, H. (2006) Periódicos: sistemas complejos, narradores en interacción. Buenos Aires. Editorial La Crujía.
- Elíades, A. (2012) El derecho de rectificación o respuesta en la jurisprudencia de la Corte Suprema de Justicia de la Nación. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. La Plata.
- Foucault, M. (2008) El orden del discurso. Buenos Aires. Fabula Tusquets Editores.
- Freud, S. (2007) Obras Completas. Buenos Aires. Amorrortu Ediciones.
- Ghea, E.; Viale, P. (2010) Más allá de lo que publican los medios de comunicación. Ficha de cátedra Taller de Análisis de la Información. Facultad de Periodismo y Comunicación Social. La Plata.
- Senado y cámara de diputados de la nación Argentina. (2012) Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual.
- Spitz, R. (1965) El primer año de vida del niño. Buenos Aires. Fondo de cultura económica.
- Zaffaroni, R. (2010) La cuestión criminal. Buenos Aires. Editorial Planeta.
- Zaffaroni, R. (1998) En busca de las penas perdidas. Buenos Aires. Editorial Temis.