

Ricardo Vicente López

*La inseguridad
es una paranoia
construida
por los medios*

El miedo como instrumento
de dominación de los pueblos

Cuadernos de reflexión:

La política opresora y los medios concentrados

Una primera aproximación

Partiendo de esta frase del Ministro de la Corte Suprema Eugenio Zaffaroni¹ voy a abordar el tema de la *inseguridad social* y proponer un análisis que contemple las diferentes facetas del tema, lo que nos impondrá diversas ópticas que nos ayuden a comprender mejor, y con mayor claridad todas las perspectivas que presenta. Ya el enunciado del título contiene una afirmación fuerte expuesta a contrapelo de las ideas del sentido común dominante. Nos está señalando un primer problema. Además no lo plantea ofreciendo una opinión personal, sino como el resultado de una investigación desarrollada por el equipo del Instituto de Investigaciones de la Corte Suprema de la Nación.

Para encuadrar este trabajo me parece necesario formular alguna definición aceptable sobre la inseguridad social: es aquella sensación que nos hace considerar expuestos o indefensos ante el peligro generado por robos, hurtos, asesinatos, violaciones, etc. Una tarea necesaria será diferenciar como causas los hechos delictivos y el *relato de estos hechos*. En el relato de los hechos, podemos distinguir que no siempre las fuentes son fidedignas, ni confiables. No debe escaparse, entonces, en este análisis esas dos dimensiones: 1.- es innegable la existencia de una realidad objetiva; 2.- el hombre es un testigo y un generador de impresiones y expresiones subjetivas, a partir de las cuales expresa su versión según su propia concepción de la realidad o sus propios intereses. Distinguir entre la realidad objetiva y la registración subjetiva no es una tarea sencilla, pero no debe ser dejada de lado.

Agreguemos un poco de historia para iluminar mejor el cuadro que se nos presenta. Debemos distinguir la inseguridad de la vida primitiva en un marco natural con la presencia de depredadores. La especie humana encontró una solución a su desprotección y vulnerabilidad personal viviendo en comunidades, con lo cual suplió su impotencia física con la ayuda mutua, fenómeno demostrado por la investigación científica. La herencia animal ha dotado a las especies vivientes de una capacidad de alerta para el logro de su supervivencia, capacidad heredada por los primeros hombres y permanente hasta hoy como modo de protección.

Por lo tanto, las sensaciones de seguridad e inseguridad son propias de todo ser humano, estamos estructurados por ellas y son las que nos ayudan a tomar decisiones: movernos o a quedarnos quietos, comenzar un proyecto o no. Sin embargo el hombre anhela la seguridad, ya que cuando se siente inseguro no actúa, y llega a paralizarse.

Debemos destacar un punto de la historia que produjo una revolución en la estructura social, al tiempo que desorganizaba las formas anteriores, tradicionales: la *Revolución industrial* del siglo XVIII. Los grandes cambios sociales, consecuencia de los cambios técnicos en los métodos de producción, generaron aglomeraciones urbanas nuevas, migraciones del campo a la ciudad. La sociedad comenzó a dividirse en clases sociales, estratos que diferencian y/o encasillan, incluyen y excluyen. Justamente la miseria extrema que allí comienza, desconocida en las poblaciones rurales, es un factor clave a la hora de hablar de inseguridad. Una parte nada despreciable de los delitos, de acuerdo a investigaciones serias, se producen

¹ Eugenio Raúl Zaffaroni (1940) - Se graduó de abogado y escribano en la Universidad de Buenos Aires (1962) revalidado por la Universidad Nacional de Asunción (Paraguay, 2003) y es Doctor en Ciencia Jurídicas y Sociales por la Universidad del Litoral (1964). Es profesor titular y Director del Departamento de Derecho Penal y Criminología de la Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires. Fue becario de la OEA en México y de la Max Planck Stiftung en Alemania. Con posterioridad fue Director General del Instituto Latinoamericano de prevención del delito de las Naciones Unidas (ILANUD), San José, Costa Rica. Doctor "honoris causa" por varias universidades internacionales.

como consecuencia de carencias generales, educativas, sanitarias. La necesidad desesperada por saciar esas carencias conducen a delinquir y muchas veces a la violencia.

Debemos preguntarnos cómo se va hoy formando en el *ciudadano de a pie* la sensación de inseguridad. Esto se desprende en los datos que ofrecen investigaciones internacionales comparadas que muestran que la relación entre los índices reales de inseguridad y el registro subjetivo que de ellos hace el público no mantiene una correlación directa: países con índice más altos muestran una percepción muy baja, y se puede presentar lo contrario. Una investigación publicada en el blog www.taringa.net/posts/info se afirma:

Existen dos formas de caer en la sensación de inseguridad. Por un lado tenemos a aquellos que interpretan los hechos y legan esta interpretación convirtiéndola en relato (por el hecho mismo de relatarlo o con el fin de informarnos) y una segunda interpretación, que entra en juego solo cuando somos protagonistas de un hecho de inseguridad, cuando podemos apreciarlo de cerca. Generalmente los medios de comunicación, que teóricamente tienen la finalidad de mantenernos informados sobre los hechos que ocurren dentro del territorio argentino y en el mundo (por el simple hecho de que el ciudadano no es un ser omnipresente), buscan establecer verdades, aquellos discursos que se ajustan a sus intereses económicos y/o empresariales.

La presencia de los medios

El peso de los medios de comunicación sobre la conciencia colectiva no es un tema novedoso, sobre el cual se ha escrito una abundante cantidad de publicaciones². De toda esa bibliografía, notas periodísticas, etc., se puede extraer buena información acerca de cómo funciona el mundo informático. Es bueno aclarar que un noticiero, radial o televisivo, o un medio gráfico de gran aceptación, pone una especial atención en aquello que mayor repercusión tiene en el público al que se dirige. Siendo una empresa comercial, como ya nos advirtió un investigador de la talla de Umberto Eco³ (1932), en un libro muy leído en su momento, *Apocalípticos e integrados* (1965), que demostró, como primera hipótesis de su investigación sobre los grandes medios: son en primer lugar una “empresa comercial”. De esta definición se desprende el objetivo fundamental: la obtención del lucro y esto se logra conservando como anunciantes a compañías importantes que publicitan sus productos en los espacios reservados que esos medios poderosos presentan.

Por lo tanto, siendo esto una regla básica, se puede entender que la información es la mercancía que se ofrece en ese mercado, por tal razón debe ser tratada de acuerdo a las normas imperantes: atraer la atención de su público. Todos los medios de comunicación están reglados por estos principios. El modo de presentar la calidad, el formato, la cantidad de veces su producto, presentando cierto tipo de noticias con regularidad, educa, moldea al lector, a la audiencia o a la teleplatea generando *formas de entender la realidad*, equivale a decir: construirla. La ciencia de la comunicación ha denominado a este modo de comunicar: *mediatización*. Se entiende por ello la transformación a que se someten *los hechos* al pasar por el cedazo de los medios. Detectar cuáles temas generan mayor impacto impone abundar sobre ellos: un ejemplo claro es la chismografía de la farándula, entre otros.

² Sugiero para mayor detalle la lectura de un trabajo mío publicado en www.reflexion-politica.com.ar, titulado *El control de la opinión pública*.

³ Es un escritor y filósofo italiano, experto en semiótica. Se doctoró en Filosofía y Letras en la Universidad de Turín, fue Profesor en las universidades de Turín y Florencia y de Milán, Profesor de Comunicación Visual en la de Florencia, ocupa la cátedra de Semiótica en la Universidad de Bolonia. En febrero de 2001 creó la Escuela Superior de Estudios Humanísticos, iniciativa académica solo para licenciados de alto nivel destinada a difundir la cultura universal.

La relación que se entabla entre productor y consumidor de la información va promoviendo una espiralización, casi adictiva, por la cual cuanto más se ofrece más se demanda. Si hacemos un ejercicio comparativo sobre el tipo de información de los programas sobre *chismes del espectáculo* de décadas atrás y los actuales comprobaremos que hoy hay una mayor cantidad y van compitiendo en las minuciosidades que se ofrecen sobre las vidas privadas de la gente de ese mundo; tendremos así una idea más clara de lo afirmado. El resultado es la construcción de lo que se denomina el *interés general del público* que no es más que el resultado del acondicionamiento de sus gustos y preferencias. Dentro de este proceso temas como el de la inseguridad ha adquirido una mayor relevancia. Como ya quedó dicho: no se inventan los hechos informados, lo que los convierte en la sensación de inseguridad, es el tratamiento que de ella se hace: los modos de presentarlos y repetirlos a lo largo del día.

Por esta razón quien consume un medio de comunicación determinado se apega a la interpretación que éste genera en él, convirtiéndose el medio en el que satisface su necesidad de *saber* qué es lo que está pasando. Los medios concentrados han ocupado el centro de la escena, produciendo una suerte de afición a cierto tipo de informaciones, ellos alimentan la necesidad que pareciera natural en el *ciudadano de a pie* de mantenerse informados y lo hacen cotidianamente, convirtiéndose en dependiente de esa información, que muchas veces no es de fiar. Se puede parafrasear un viejo refrán: “Dime quien te informa y te diré cómo piensas”.

No es difícil de comprender que de este modo el medio genera climas psicosociales. Necesita de los mismos para lograr el apego de un público que cree lo que el medio afirma. En una sociedad de masas (tema también muy estudiado cuyo origen puede colocarse en el siglo XVIII con su Revolución industrial) el *ciudadano de a pie* carente de un pensamiento crítico repite la información del medio. Son formas de hábitos adquiridos por seres que no están en condiciones de deconstruir y construir nuevamente la información para comprenderla críticamente. Décadas atrás se decía que si estrujábamos un diario como *Crónica* chorreaba sangre. Mientras los llamados “medios serios” adoptaban una actitud más prudente. Hoy el estilo crónica ha colonizado la información pública.

Una vez creados este tipo de hábitos, con la ayuda de la incorporación de la televisión como medio insustituible, más la creación de canales de 24 hs. de noticias, cosa impensable unas décadas atrás, es necesario rellenar esos espacios con una repetición hartante, pero no inocente. No sólo sucede con los delitos a lo largo del día. Siguiendo los comentarios de los programas de deportes durante la semana se puede verificar el conjunto de tonterías que se dicen para cubrir tal cantidad de horas de radio y televisión. En el caso de la información de delitos o accidentes esto se multiplica y se dramatiza. Se produce así la sensación, muy bien estudiada y practicada, de la existencia de altos índices de este tipo de hechos, que son desmentidos por la investigación de la Corte Suprema. Creo que empieza así a quedar más clara la afirmación del Ministro de la Corte que está en el título de estas notas.

Como resultado de este tipo de técnicas informativas, nuestra sociedad ha estado cayendo en una suerte de paranoia colectiva. Esto se traduce en el hecho de *sentirse perseguido*, de *mirar hacia atrás varias veces* mientras caminan por una calle oscura. Esta sensación es un legado que los medios poderosos internacionales elaboran sin escrúpulos de ninguna naturaleza. En la sociedad del capitalismo salvaje el lucro es el principal objetivo, excluyente de cualquier otro, en empresas de las dimensiones que han adquirido los dedicados a la comunicación. Son ellos quienes fijan las políticas a implementar en el mercado comercial.

Reglas inviolables del juego de la competencia entre empresas. Lo que se ha aprendido en este negocio es que la *inseguridad vende*.

Es necesario educar al consumidor informático en el ejercicio de una mirada crítica, para permitir un filtro que no acepte sin más la mercancía que se le ofrece. No intento decir que esto sea sencillo y de rápida solución, lo señalo como una necesidad. Sin embargo, mucho se ha avanzado sobre la ingenua credulidad de ese público. Además el tema tiene ya su historia que fue abriendo brechas en la confianza colectiva. A comienzos de la década del cuarenta aparece una frase enunciada por Orson Welles⁴ (1915-1985) en su gran película *El ciudadano*: “Los medios de información no dicen la verdad”. No debe entenderse esto como un rechazo a la información mediatizada, la *sociedad de masas* no ha encontrado otro modo de seguir los acontecimientos en un mundo globalizado. Lo que se puede esperar es una actitud más analítica que ponga en cuestión todo lo que recibe y lo confronte con otras fuentes informativas. Hoy internet es un camino de acceso hacia *la prensa digital alternativa*.

Acá debo incorporar un concepto derivado de la inteligencia militar: la *desinformación*. El uso coloquial le otorgó a este vocablo una acepción ingenua que la convierte en sinónimo de *no estar informado*. Sobre este concepto nos dice Wikipedia:

La desinformación es la acción y efecto de procurar en los sujetos el desconocimiento o ignorancia y evitar la circulación o divulgación del conocimiento de datos, argumentos, noticias o información que no sea favorable a quien desea desinformar. Habitualmente se da en los medios de comunicación, pero estos no son los únicos medios por los cuales se puede dar una desinformación. Puede darse en países o sectas religiosas que tienen lecturas prohibidas, gobiernos que no aceptan medios de oposición o extranjeros, naciones en guerra que ocultan información.

El periodista español Pascual Serrano, creador de una página digital, *rebelión.org*, nos advierte:

La mayoría de los ciudadanos considera que, después de leer la prensa o ver los telediarios, está informada de la actualidad internacional. Sin embargo, la realidad dista mucho de ser la imagen unívoca ofrecida por los medios.

En un libro reciente, cuyo título es *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*, que lleva ya ocho ediciones, ofrece una incisiva investigación mediante la cual desentraña el funcionamiento de los grandes medios de masas para hacernos comprender que la *desinformación* es una constante:

Lo que creemos que está sucediendo en el mundo es sólo una falsa composición al servicio de unos intereses que van, poco a poco, conformando la opinión pública.

La obra, además, propone técnicas y hábitos de lectura para fomentar una nueva actitud, independiente, ante la información, y promover así una ciudadanía resistente a la manipulación.

La instrumentación del miedo

El miedo colectivo presenta diversas aristas para analizarlo. Es un tema altamente complejo pero que no debe ser apartado en un estudio como el presente. Ya quedó dicho que el miedo tiene un aporte importante en la configuración de la sensación de inseguridad social. También debemos recordar lo afirmado sobre los cambios sociales que ha producido la sociedad industrial de masas. Este tipo de sentimiento agudiza la

⁴ Director, productor, guionista y actor de cine estadounidense. Su película *El ciudadano* (1941) representó la vida de un magnate de la prensa estadounidense, William Randolph Hearst, quien manejaba y manipulaba la información pública según sus intereses.

sensibilidad y distorsiona la percepción de los riesgos reales. Esto se ha prestado a una cierta manipulación. Pero comencemos por entender mejor cómo funciona el miedo.

En un muy interesante artículo reciente que lleva por título *¿Dónde guardamos nuestros temores cotidianos?*, el Profesor de la Universidad Ramon Llull (Barcelona), Jorge L. Tizón, Doctor en Medicina por la Universidad de Barcelona, psicoanalista, psiquiatra y neurólogo, especializado en atención primaria, sostiene:

El miedo se ha convertido en uno de los sentimientos dominantes en la sociedad actual. Tanto el temor que nace de las circunstancias colectivas (calamidades climatológicas, guerras o crisis económicas galopantes) como el que surge de nuestro interior, especialmente del cerebro (fobia, ansiedad, terror, angustia, pánico, incertidumbre). Además, la creciente influencia de los medios de comunicación de masas sobre nuestra conducta provoca que los temores queden multiplicados y nos aparezcan más terribles de lo que en realidad son.

Sus análisis van penetrando, de manera rigurosa pero comprensible para el *ciudadano de a pie* lector, la naturaleza y el poder del miedo. Su intención es pedagógica. Sitúa cada uno de los temores en su contexto justo, ofreciendo un modo de descubrir cómo aparecen nuestros miedos y trata de explicarnos cómo manejarlos en nuestra vida cotidiana. El conocimiento, la detección de su origen, y nuestra capacidad de control sobre ellos pueden hacerle perder vigor. Se logra, en casos necesarios, atenuarlos o neutralizarlos por terapias y enfoques basados en la inteligencia emocional. Con bisturí preciso, el doctor Tizón describe y pone las bases para que cada persona pueda vivir sin miedo.

Es autor de un libro, también de reciente publicación, *El poder del miedo*, en el que se extiende en el tratamiento de este tema. Allí reflexiona sobre algunos aspectos del tema que han ido apareciendo en estas páginas: *la creciente influencia de los medios de comunicación en nuestra conducta*. Gracias a ellos, dice «los temores se multiplican y aparecen más terribles de lo que en realidad son». Ante la sencilla pregunta: ¿Qué es el miedo?, responde:

Es una de las emociones humanas más básicas, preprogramada desde el nacimiento. Como el resto de las emociones, el miedo nos acompaña durante toda la vida, forma parte de nuestra constitución y de nuestra dotación genética como especie. No podemos eliminarlo, pero sí aprender a soportarlo o a enfrentarnos a él. Nadie sobreviviría sin miedo. Estaría muerto. Si no tuviéramos miedo a ser atropellados por un coche, o un autobús no duraríamos en una gran ciudad. Hay un tipo de miedo fundamental para preservar al individuo y a la especie.

Avanza en sus explicaciones sobre cuáles son las causas que originan el miedo:

Existen los miedos específicos (o fundamentales) como el miedo a la oscuridad, a las alturas, o a la soledad. Por otro lado, los miedos personales, que se desarrollan en el ámbito de la familia y de los grupos sociales, que, siendo la permanencia de los anteriores y presidido por el miedo a tener miedo, pueden degenerar en patologías o fobias. Y por último, los que tienen que ver con la cultura y la sociedad, como el miedo al terrorismo, a la impopularidad, a pasar desapercibidos, a la dependencia, el paro, la pobreza, la soledad, la caída de los sistemas de pensiones, sanitarios, de enseñanza.

El Profesor Tizón se refiere a algunas teorías, en particular las que aparecen en el comienzo de la Modernidad (Europa, siglo XVII), que le atribuyen al miedo el origen de lo que se ha denominado la *sociedad política organizada*:

La teoría dominante del contrato social, de Hobbes⁵, afirma que nos unimos en sociedad precisamente por el miedo. Y que el miedo es el cohesionador social fundamental. El estado debe ser el gran Leviatán⁶, el monstruo más poderoso, que impida los atentados contra el orden establecido. Es una teoría dominante, pero no la única. También nos juntamos por otras emociones, como el deseo de conocimiento, de obtener placer, alegría. No solo nos unimos para evitar la soledad, sino porque nos gusta conversar, compartir.

Si bien el miedo es un componente de nuestra psiquis, necesario para la sobrevivencia, no por ello debe ser pensado como un componente muy importante de nuestra conducta sociopolítica. Por otra parte la evidencia científica ha desmentido con creces los fundamentos de las teorías de los “pensadores contractualistas”⁷ que sostenían una hipótesis como la mencionada. El hombre (*sapiens-sapiens*) habita el planeta desde hace unos doscientos mil años, en una primera etapa muy comunitaria, con grandes muestras de ayuda mutua⁸. La hipótesis del salvaje originario ha quedado desmentida.

En el siglo XX hemos sido testigos y protagonistas de la manipulación del miedo para el control del conflicto social emergente, resultado de las diferencias sociales y de la injusta distribución de la riqueza. Por ello continúa diciendo:

El miedo a perder la seguridad económica, provoca situaciones de gran alteración social, de profunda manipulación de las conciencias y voluntades. Es un miedo omnipresente que dificulta nuestro desarrollo social e individual. Pero no siempre somos conscientes de que es así. El miedo es una forma de conocimiento, pero tiene sus limitaciones. En referencia al ejemplo anterior, el miedo a perder el trabajo difícilmente hará que trabajaremos mejor: trabajaremos y nos esforzaremos más, pero para trabajar mejor hará falta que se impliquen otras emociones. Sin embargo, cuando es excesivo limita nuestro pensamiento, nuestra capacidad de captar el mundo, la naturaleza, las relaciones sociales, el placer o el conocimiento.

La utilización política del miedo se ha convertido en una pieza fundamental del modelo estadounidense de control social. Su historia ha mostrado que a partir de su independencia del Imperio Británico (siglo XVIII) siempre se utilizó la imagen de un enemigo peligroso como instrumento de cohesión social. Aparecía justificado por una población muy heterogénea de origen extranjero diverso (los primeros enemigos fueron los internos: los habitantes originarios; los segundos fueron externos y variados: comunismo, nazismo, terrorismo, etc.). Los estudios e investigaciones sobre el control social han aportado un arsenal de técnicas hoy en plena utilización:

Históricamente el miedo lo han utilizado tiranos, conquistadores, demagogos. Hoy aparece en formas más sutiles. Actualmente existen métodos más sofisticados de difundirlo, como la publicidad, el marketing, y los medios de comunicación masivos, convirtiéndolo en arma de destrucción masiva. Los gobiernos intentan controlar esos medios porque conocen su poder; el poder de controlar a sus

⁵ Thomas Hobbes (1588-1679) fue un filósofo inglés cuya obra *Leviatán* (1651) influyó mucho en el desarrollo de la filosofía política occidental. Es el teórico por excelencia del absolutismo político.

⁶ Es una bestia marina del Antiguo Testamento. El término ha sido reutilizado en numerosas ocasiones como sinónimo de gran monstruo o criatura. Es el título del libro de Hobbes sobre el contrato social y la creación de un estado ideal - la *Commonwealth*. Es una justificación política a la necesidad de un Estado poderoso para gobernar y someter el conflicto social.

⁷ El contractualismo (derivado de contrato) es una corriente moderna de filosofía política y del derecho, que piensa el origen de la sociedad y del Estado como un contrato original entre humanos, por el cual se acepta una limitación de las libertades a cambio de leyes que garanticen la perpetuación y ciertas ventajas del cuerpo social (propiedad privada).

⁸ Sugiero consultar sobre el tema mi trabajo *El hombre originario* publicado en la página http://ricardovicentelopez.com.ar/?page_id=2.

ciudadanos. Si el miedo a perder el empleo nos llega a dominar, este dará lugar a pensamientos aterradores y a una predisposición contraria al cambio, a la sorpresa.

Nos vamos aproximando a una comprensión más abarcadora y, al mismo tiempo, más profunda del tema. Sus múltiples manifestaciones, su manipulación, sus posibles modos de defenderse de ello, etc. El problema del mundo moderno en este tipo de fenómenos es el resultado de la destrucción de los lazos fraternales de la sociedad tradicional. El hombre se ha encontrado desamparado en una especie de jungla tecnológica, en la cual el consumo, sustituto de la búsqueda de paz y bienestar, se compra en el mercado. Sus mercancías nos constituyen como consumidores quedando en un segundo plano nuestra condición de ciudadanos libres. La pérdida de esa libertad surge justificada por los *grandes riesgos* que aparecen en esta sociedad global. La cantidad de “enemigos” *obliga a las medidas de seguridad* que van apareciendo en la necesidad de una vida social protegida: cárceles de lujo, como los barrios cerrados o los edificios con seguridad policial, como protección de la inseguridad que se percibe en un mundo abierto al exterior.

El tema en la mirada de los investigadores

Para aportar una mirada diferente sobre el tema, y seguir enriqueciendo la investigación con aportes de los mejores especialistas en la materia, voy a convocar al *Director de estudios sobre Criminología y Profesor de Terrorismo y Sociedad Moderna y Criminología Cultural* de la *Escuela de Política Social, Sociología e Investigación Social de la Universidad de Kent* (Reino Unido), Keith Hayward. Entre sus obras más importantes se encuentran *Cultural Criminology: An Invitation* (2008), *Framing Crime: Cultural Criminology and the Image* (2008) y *City Limits: Crime, Consumer Culture and the Urban Experience* (2004). Además, publicó artículos sobre delito juvenil, cultura popular, fanatismo y la modificación del crimen, entre otros. Su presencia en la Argentina se debe a una invitación realizada por el Proyecto de la Secretaría de Ciencia y Técnica (UBA) “La cultura de la inseguridad y sus efectos sociales”, del Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG).

Los comentarios acerca de sus actividades y sus análisis, son aportados por sus entrevistadoras, Natalia Aruguete⁹ y Bárbara Schijman¹⁰, quienes nos informan:

Su trabajo aborda los modos en que las dinámicas culturales se articulan con las prácticas del delito y su control en la sociedad contemporánea. Su aporte al estudio del crimen y su prevención apunta a entender cómo se construye el discurso mediático y político detrás del mismo y propone, en cambio, contemplar para su comprensión variables culturales, sociales y económicas que generan que ciertos fenómenos tomen características singulares en distintas sociedades.

Todos estos detalles profesionales nos permiten comprender que quien va a discurrir sobre el tema tiene los necesarios antecedentes serios como para hablar con fundamento, en un tema en el cual la información disponible en el espacio público bordea la charlatanería. La presentación nos habla del sesgo académico que presenta. En sus publicaciones, a contrapelo de las tendencias dominantes en la materia, encarna una corriente más sociológica, según sus entrevistadoras:

⁹ Magíster en Sociología Económica por IDAES-UNSAM, Doctora en Ciencias Sociales por la Universidad Nacional de Quilmes e investigadora del CONICET.

¹⁰ Directora del departamento de Lingüística del Centro de Investigaciones en Antropología Filosófica y Cultural (Conicet) y Profesora de Análisis de los lenguajes de los medios de comunicación (UBA).

Impulsor de la “criminología cultural”, Keith Hayward critica las corrientes teóricas dominantes, que giran en torno de la policía, las cárceles, la vigilancia y las cámaras. Analiza cómo las dinámicas culturales se articulan con las prácticas del delito y su control. Y en ese marco, advierte, los medios juegan un papel fundamental. Las “soluciones” se importan de experiencias extranjeras y se proponen sin analizar las características de cada caso. El ejemplo paradigmático que ofrece es *las revueltas londinenses y las llamadas “pandillas”*.

Ofrece una de toma de posición en el tema de la inseguridad social, y las “soluciones mágicas” que ofrecen los medios dominantes. Debemos repensar lo sucedido en nuestras campañas electorales en las cuales han aparecido como un lamentable latiguillo. Ello genera opinión en la gente que va acumulando una especial sensibilidad por la acomodación que esos mismos medios producen. Temas como la baja de imputabilidad para el delito de los menores, o el aumento de las penas tienen una triste historia en nuestro país, fundamentalmente tras la campaña realizada en el 2004 por el falso ingeniero Juan Carlos Blumberg. La paranoia desatada empujó a una parte importante de la dirigencia política a asumir ese discurso y presionar con modificaciones legales. Todas ellas ya habían fracasado en los países de donde se extrajeron, sin analizar esas experiencias, tal como afirma el Profesor Hayward. Ante estos modos de intentar resolver, critica:

Es que sólo promueve la justicia criminal. Y creo que el mundo necesita menos de justicia criminal y más de justicia social. Esta idea se contrapone a la organización de formas de justicia penal y a la criminología que las respalda. Se trata de un reto a esas posiciones, que, a menudo, tienen muy poco que ver con la justicia en la forma en que yo la percibo. Es en ese sentido que la criminología cultural se opone a las corrientes teóricas dominantes: la criminología institucional establecida gira en torno de la policía, las cárceles, la vigilancia, las cámaras, el control.

Es necesario desarmar el juego perverso que utiliza la existencia del delito para crear la necesidad de su eliminación, como si esto fuera posible, como no lo ha sido en la abultada experiencia internacional disponible. Desde la información de los medios nacionales, a la que se le suma una campaña sistemática de Hollywood y de las productoras de series de los países centrales, que demuestran que el delito se puede combatir con un éxito asombroso, se contrapone la incapacidad de las fuerzas de seguridad locales. Esto queda grabado en la conciencia colectiva y hace más imperioso una solución inmediata. Como una muestra del ocultamiento de datos e informaciones quiero citar al investigador estadounidense Jeremy Rifkin¹¹ (1943), quien sostiene a mediados de los noventa:

Recientes estudios han mostrado una clara correlación entre el crecimiento del desempleo y de los crímenes violentos. En el estudio de Merva y Fowles los investigadores encontraron que, en los Estados Unidos, un crecimiento de un 1% en el desempleo se traduce en un crecimiento del 6,7% en los homicidios, de un 3,4% en los crímenes violentos y de un 2,4% en los crímenes contra la propiedad. Justo a las puertas de la nueva aldea global de base tecnológica encontraremos un creciente número de seres desesperados y sin futuro, muchos de los cuales se verán abocados a entrar en una vida de crimen, colaborando de esta forma a la creación de una vasta subcultura criminal. La nueva cultura “fuera de la ley” está empezando a plantear una seria e importante

¹¹ Sociólogo, economista, escritor, asesor político y activista estadounidense. Investiga el impacto de los cambios científicos y tecnológicos en la economía, la fuerza de trabajo, la sociedad y el medio ambiente. Uno de sus libros de más éxito y reconocimiento es *El fin del trabajo*, de 1995.

amenaza para la capacidad de los gobiernos a la hora de mantener el orden y de garantizar la necesaria seguridad a sus ciudadanos.

El Profesor Hayward, dos décadas después, sigue sosteniendo esta línea investigativa respecto de las causas de la inseguridad social:

La gente, los sociólogos o criminólogos renuncian a la tarea de buscar las causas que derivan en la ocurrencia de delitos, los fundamentos culturales, sociales y económicos que se esconden detrás de ellos, o aquellas cuestiones que hacen que la delincuencia sea diferente en distintos lugares. La cuestión es tratar de entender las causas del delito en individuos y grupos, y explicar por qué sus niveles son diferentes en diversos lugares, culturas, países y ciudades. Estos son los objetivos originales de la criminología como disciplina. Y creo que en las últimas dos décadas hemos visto que se ha renunciado a ello.

Recurro a otra fuente académica seria, para que no queden dudas de las concordancias en las investigaciones y las causas señaladas en este tan debatido tema en nuestra sociedad. Me refiero al Doctor Lester C. Thurow¹² quien ya en los mismos noventa presagiaba:

Nadie puede saber exactamente qué sucederá en nuestra sociedad si la desigualdad continúa en aumento y una gran mayoría de nuestras familias experimentan una caída de los salarios reales. Pero justo es suponer que si el capitalismo no ofrece salarios reales crecientes para una mayoría de sus participantes, en un período en que la economía se está expandiendo, no mantendrá durante largo tiempo la adhesión de la mayor parte de la población. Del mismo modo, si el proceso político democrático no puede remediar lo que está generando esta realidad capitalista, con el tiempo también se habrá desacreditado. Un gran grupo de votantes con una hostilidad cambiante, que no obtiene beneficio del sistema económico y no cree que el gobierno se preocupe, no es una receta para el éxito político ni económico.

Volviendo al Profesor Hayward podemos encontrar una posible respuesta respecto de los porqués se encuentran tal disparidades respecto de un tema tan candente como el que estamos investigando, que está en la preocupación de los más importantes países del mundo desarrollado.

Muchos piensan que es demasiado complicado o no están interesados en estas diferencias culturales. Lo que les interesa es controlar el crimen y aceptar el hecho de que tengamos que adjudicar grandes presupuestos para hacer frente a los altos índices de delincuencia, sosteniendo que es parte del vivir en una sociedad capitalista. Esa es la posición oficial, desde la cual se dice: “¿Qué vamos a hacer? Vamos a controlarlo usando técnicas de vigilancia y prisiones pobladas, ampliando los presupuestos destinados a la prisión, la militarización de la policía, mediante técnicas dirigidas a controlar la situación”.

Los medios educan al ciudadano de a pie

Una extraña combinación de negocios, corrupción y manejos políticos van apareciendo en los modos en que emergen expuestas las informaciones que llegan a un sector importante de los *ciudadanos de a pie*. La noticia con datos duros (como dicen los periodistas aludiendo a cifras, índices, estadísticas, etc.) ofrece una variada gama de modos de ser presentada. Allí comienzan los intentos de manipulación que ha adquirido hoy ribetes muy sutiles. Operaciones de un mismo cariz se muestran en algunos *programas de investigación* en

¹² Economista estadounidense político, recibió un doctorado en Economía de la Universidad de Harvard, Decano de la Sloan School of Management del Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT).

los canales de televisión respecto a *modus operandi* de la policía, estilos y métodos en las cárceles. Al respecto afirma el profesor Hayward:

Estos programas son conducidos ideológicamente. Entonces, lo que quieren mostrar es lo peligrosa que es la cárcel o lo deshumanizada que es la gente que las habita. Muchos se niegan a escuchar interpretaciones o explicaciones de manos de expertos porque creen que entienden la situación. En el Reino Unido, por lo menos, cantidades de famosos hablan sobre los problemas de la delincuencia, acerca de “volver a instaurar la pena de muerte”. Creen que pueden guiarnos y dar pautas sobre castigos penales. Y esto es muy frustrante. Por lo que uno de nuestros objetivos es desacreditar estereotipos, desafiar esta narrativa mono-ideológica de los medios de comunicación. No es que me interesen sólo los medios, pero la realidad es que los medios son muy importantes, porque cambiar la comprensión de la gente implica atender el modo en que el crimen y su castigo se retratan en los medios de comunicación. Es necesario elaborar historias que desafíen la norma y, más importante aún, poner de relieve la hipocresía que existe en los medios de comunicación. El delito vende. Así es que de un lado aparecen estas narrativas que demonizan al delincuente y las percepciones de la derecha, y del otro están los medios que utilizan el delito para vender sus productos.

Las dos últimas décadas revelan medios de comunicación que funcionan más sofisticadamente, logrando ocultar los múltiples negocios que rondan esta problemática. Una investigación acerca de la proliferación de agencias de seguridad privada, la venta de tecnología del más variado tipo: desde cámaras de seguridad hasta botones antipánico, negocios inmobiliarios en torno a la construcción de “barrios seguros”, etc., nos permitiría apreciar las dimensiones que ha adquirido y el dinero que está en juego. Comenta el Profesor:

El pánico moral resulta bueno para los negocios. Así, lo que se hace es crear miedo y luego sacar provecho de eso. Por consiguiente, emergen grandes delitos y se benefician de vuelta del pánico moral en un proceso cíclico al modo de una escalera de caracol que parece hacer referencia a uno y otro constantemente. Hay cientos de reality shows policiales muy populares en televisión que encarnan siempre una misma posición ideológica. Nunca hablan sobre políticas o la situación del delito, sino que se refieren a un particular delito callejero. Entonces, antes teníamos el famoso pánico moral causado por la delincuencia callejera, todavía lo tenemos, pero lo que se estudia ahora es el tipo de miedo que el delito genera en la imaginación. Se filma la captura de un individuo, luego estos videos se utilizan como técnicas de promoción para conseguir más fondos para la policía, obtener herramientas de formación y crear nuevos cuerpos policiales. La gente mira programas como SWAT, un show que muestra a una policía altamente militarizada, existente en varias ciudades de los Estados Unidos, y entonces siente el temor que provoca el pánico moral. Luego demanda este tipo de fuerzas policiales militarizadas en su ciudad.

El tema del crimen y el delito se ha politizado, sobre todo en los países centrales y, como consecuencia se importa a nuestro país el análisis de la problemática en los términos que ya se han expuesto. No significa esto que el delito no exista y que éste ha ido aumentando en la misma medida en que se fueron deteriorando las políticas sociales y la cada vez más injusta distribución de la riqueza a partir de la dictadura cívico-militar. Como ya vimos en la opinión de importantes investigadores, esto es innegable. El tema que estamos intentando dilucidar es la relación real entre los índices de ese delito y el modo de impacto con que se los comunica. En tiempos electorales en aquellos países resurgen cada vez con más fuerza en las agendas. Aparecen los discursos con frases como “necesitamos más policías”, “tenemos que ser duros”. Se podría decir parafraseando la famosa frase de las películas: “Cualquier parecido con los hechos de nuestra vida real en Argentina es mera coincidencia”.

Gracias al aporte de las investigaciones de los estudiosos que he consultado, hemos podido leer y pensar la tesis alrededor de la cual gira todo este estudio. Todo ello nos ha permitido un proceso de diversas aproximaciones. En mi opinión, hemos logrado encuadrar el tema de la *inseguridad social* dentro de un marco teórico, con las respectivas conclusiones de las investigaciones realizadas. Agregó, ahora, estos dos párrafos del profesor Hayward en los cuales se extiende para darle un primer cierre:

Muchos de los que delinquen no son capaces de descifrar el modo en que el capitalismo los está explotando porque no cuentan con educación o tienen una mala escolarización. No son capaces de manifestarse si no es a través de la protesta violenta. Lo que resulta interesante es que evidencian sus sentimientos en el mercado, llevándose los artículos que quieren: zapatillas, ropa deportiva, televisores de pantalla plana, etc. A la vez, muchos de los sentimientos que el capitalismo trata de engendrar entre los más jóvenes para hacerlos consumir pueden también utilizarse para explicar por qué provocaron los disturbios. Si se piensa en el consumismo, lo que se requiere de los jóvenes, especialmente, es una demanda constante por tener más, una demanda insaciable. La idea del consumismo está diseñada para que se diga: “lo voy a tener ahora, en realidad no puedo afrontar su costo, pero lo voy a conseguir”. Esta especie de suspensión de la racionalidad normal, las prácticas irracionales, y la excitación consumista y demandante generan excitación y estimulación. En cierto modo, algunos de los rasgos que mostraron los disturbios fueron sentimientos o emociones similares: gente impulsiva, actuando por fuera del proceso de toma de decisiones, sin ser conscientes de que estaban siendo captados por las cámaras. Muchos pueden lidiar con esto y controlar la situación con eficacia. No obstante, algunas personas, y muy a menudo las más pobres dentro la sociedad, reciben la mayoría de los mensajes.

Esta afirmación corre el ángulo del delito, lo coloca como una de las consecuencias de una cultura que incita a consumir: en ella aparece una víctima que los medios convierte en un delincuente. Martillar la conciencia de los que están marginados mostrándole todo lo que podrían tener, pero a lo que no pueden acceder por estar arrinconados por ese mismo mercado que no les permite la entrada, es la expresión más perversa de este juego publicitario.

Algunos estudios realizados en los Estados Unidos sugieren que las personas más vulnerables de los barrios más pobres son quienes están más expuestas a los avisos publicitarios, porque están mirando televisión todo el tiempo, no leen libros ni van al colegio, constantemente reciben el bombardeo de mensajes publicitarios. Incluso, los habitantes de algunos barrios pobres de los Estados Unidos ni siquiera pueden firmar o escribir su nombre, aunque conocen marcas muy exclusivas como Armani o Gucci, porque son bombardeados seis horas al día con promociones o publicidades. Son los más expuestos a la lógica que marca la cultura del consumo. No siempre, pero muy a menudo, fueron quienes estuvieron involucrados en los disturbios en Londres; con frecuencia, eso estuvo vinculado con lo que yo denomino la “mercantilización de la violencia” o el “marketing de la transgresión”.

La palabra del papa Francisco le da un cierre profundo a todo lo dicho hasta acá e ilumina con su sabiduría evangélica lo más hondo y estructural del problema. Ha escrito en el apartado N° 59 de su Exhortación Evangelii gaudium que lleva como título: *No a la inequidad que genera violencia*:

Hoy en muchas partes se reclama mayor seguridad. Pero hasta que no se reviertan la exclusión y la inequidad dentro de una sociedad y entre los distintos pueblos será imposible erradicar la violencia. Cuando la sociedad –local, nacional o mundial– abandona en la periferia una parte de sí misma, no habrá programas políticos ni recursos policiales o de inteligencia que puedan asegurar indefinidamente la tranquilidad. Esto no sucede solamente porque la inequidad provoca la reacción violenta de los excluidos del sistema, sino porque el sistema social y económico es injusto en su raíz.

El papel de la publicidad

Propongo ahora detenernos en el análisis de un tema del que se puede tener alguna información, pero sobre el cual no hay una conciencia clara en el *ciudadano de a pie*: las implicancias últimas, las que desnudan la perversión de los manejos en la utilización de ciertas técnicas comunicacionales. El siglo XX nos acostumbró a ver en la publicidad un modo de acercar a un público necesitado de información las novedades que se iban presentando en el mercado. El escritor mejicano Arturo Pizá (1969) sintetiza en un párrafo el contenido del concepto:

La propaganda puede descubrir o encubrir, puede ser confiable o tendenciosa, seria o cínica, racional o emocional. Su fin último es convencer, pero a diferencia de la publicidad que ataca nuestros hábitos de consumo y autoestima, la propaganda compra la totalidad de la conciencia al reafirmar o cambiar nuestra ideología, nuestra identidad. Herramienta o arma, como se quiera, este elemento inevitable de la cultura de masas puede transformar lo inmutable o justificar lo inaceptable... puede atender un problema social o puede defender una teoría que se llevó la vida de más de 55 millones de personas. Difícilmente Adolfo Hitler se hubiera encumbrado de la forma en que lo hizo, sin una maquinaria propagandística bien orquestada. El enano austriaco sabía que tan importante como la campaña de terror desarrollada por Himmler, era la de convencimiento fomentada por Goebbels.

El párrafo es lo suficientemente claro como para merecer algún comentario. Sin embargo, adolece de un defecto que intento poner en evidencia: atribuir al nazismo los peores manejos de la propaganda abre un camino para decir que también puede haber usos *sanos, inocentes, necesarios*. Por lo cual debemos decir que la experiencia terrible de ese régimen no debe empañar una utilización profesional de esta disciplina. Sin embargo, en tiempos de un *capitalismo salvaje* no se puede pensar con ingenuidad. Para acercarnos al pensamiento y a las investigaciones de los mejores exponentes del arte publicitario, desde una actitud de denuncia crítica debemos pensar en Vance Packard¹³ (1914-1996) quien publicó *The Hidden Persuaders* (Los persuasores ocultos - 1957) que fue traducido como *Las formas ocultas de la propaganda*. En la presentación nos informa:

Este libro intenta explorar un campo nuevo, extraño y más bien exótico de la vida norteamericana. Trata de los esfuerzos que, en gran escala y a menudo con éxito impresionante, se realizan para canalizar nuestras decisiones en tanto que compradores. Apuntando a la manipulación de nuestros procesos mentales, mediante el uso de conocimientos extraídos de la psiquiatría y de las ciencias sociales. Los procedimientos suelen aplicarse en un plano que escapa a nuestra conciencia, de modo tal que las incitaciones son frecuentemente y en cierto sentido "ocultos". De lo cual resulta que a muchos de nosotros se nos influye y se nos manipula en mayor medida de lo que nos damos cuenta, en lo que se refiere a las pautas de nuestra vida diaria. Algunas manipulaciones ensayadas son sencillamente divertidas; otras, turbadoras, en especial si se las considera como anticipadoras de lo que se nos depara en escala más intensa y efectiva, pues equipos de hombres de ciencia han suministrado ya instrumentos pavorosos

Pues bien, de esto se trata, y el modo engañoso de presentar la propaganda como una simple técnica de comunicación efectiva oculta todo lo que se ha movido por detrás, como denuncia Packard: estudios de

¹³ Sociólogo estadounidense. Estudió en la Pennsylvania State University. Posteriormente estudió periodismo obteniendo una maestría en la Universidad de Columbia. Autor de numerosos trabajos sociológicos en los que analiza con espíritu crítico y a veces mordaz aspectos tan importantes de la sociedad contemporánea como la búsqueda del éxito y el prestigio social (Los artífices del derroche, 1960).

científicos sociales, investigadores, profesionales y académicos de alto nivel, para el logro de un mensaje que logre su objetivo sin poner en evidencia sus intenciones últimas.

En su libro este investigador explora la conducta de los consumidores, investigación motivacional y otras técnicas psicológicas, incluyendo la psicología profunda y tácticas subliminales para manipular las expectativas y provocar el deseo de los productos, sobre todo en EEUU en la época de la posguerra. El libro hace extensiva sus investigaciones dentro del campo de la política donde también encuentra aplicaciones de esas técnicas a la manipulación de la promoción de políticos con fines electorales.

El modelo “americano”

Los treinta años posteriores a final de la Segunda Guerra Mundial, esos que los franceses en los setenta denominaron “los treinta años gloriosos” (1945-1975), que correspondieron a la etapa de la “guerra fría”. En ella se había acordado una especie *status quo* para mantener una aparente paz, sostenida por un reparto del mundo entre las dos potencias que habían dividido el mundo: Estados Unidos y la Unión soviética. A pesar de ello no se ocultaba la tensión reinante entre los dos bloques. Lo interesante para nuestra investigación es la idea que se fue desplegando en Occidente, aceptada con bastante ingenuidad, de un *capitalismo bueno*, con *rostro humano*, con un *Estado distribuidor* de los bienes producidos que garantizaba los servicios sociales para todos.

Esta etapa creó la sensación de que habíamos entrado en un largo periodo de convivencia entre modelos contrapuestos, capitalismo y socialismo, que adormeció los estudios críticos sobre modelos sociales, políticos y económicos. Fueron años en que Hollywood nos convenció de que el *gran país del Norte* era el modelo deseado hacia el que debíamos tender todos. Por tal razón, la actitud crítica no tuvo mucha prensa, salvo algunas expresiones de las izquierdas con muy poca repercusión. Aquí debemos detenernos en el análisis de estos años.

La contraofensiva de la derecha internacional de fines de la década del setenta, expresó con sus dos expresiones políticas: Margaret Thatcher en el Reino Unido y Ronald Reagan en EEUU, que la primavera había terminado. Esta reacción de las posiciones más recalcitrantes en lo político y en lo económico, demostraron todo lo que se ocultaba en esos *aparentes años gloriosos*: la necesidad de mantener un standard de vida aceptable para las clases medias y bajas por miedo a la *expansión del socialismo*. Entonces quedó más clara la enorme capacidad propagandística del capitalismo que “vendió” un modelo paradisíaco que no era tal. Esa misma capacidad se puso al servicio de la ofensiva neoliberal para convencer de la necesidad de una reestructuración del Estado, de las empresas, para “ajustar” el “excesivo gasto social” que se lo expuso como la causa de los problemas de los países de la periferia. Aunque después de los noventa también les llegó el turno a los países centrales.

En esta breve descripción de la segunda mitad del siglo XX estoy tratando de mostrar dos cosas. La capacidad de las técnicas propagandísticas en los manejos de la conciencia colectiva¹⁴, a la que ahora quiero agregar la utilización del miedo como instrumento de control.

Este tema no es nuevo, ya en el siglo XVII Thomas Hobbes¹⁵ (1588-1679) le había asignado al miedo un papel positivo y creador. Sostenía que el origen de la sociedad política, dicho de otro modo, el origen de

¹⁴ Sugiero consultar sobre el tema mi trabajo *El control de la opinión pública* publicado en la página http://ricardovicentelopez.com.ar/?page_id=2

la civilización y de la vida ordenada por la ley, era el resultado del miedo que es, en su opinión, lo que mueve a los seres humanos a someterse a la autoridad de un Estado.

En el libro *La doctrina de shock* de Naomi Klein¹⁶ (1970), ha demostrado que el desmantelamiento del Estado de bienestar, que impuso el neoliberalismo, ha necesitado apoyarse en sucesos dramáticos y desastrosos para avanzar en las reformas propuestas. Necesitó generar miedo y desconcierto en la población, para evitar lo que hubiera sido una seria resistencia popular. Sostiene que no se trata de algo casual, sino que “responde a una estrategia deliberada de los neoconservadores”. Afirma que Milton Friedman (1912-2006) era consciente de que:

Sus propuestas son necesariamente impopulares en una sociedad “contaminada” por ideales socialistas, por ello ha argumentado en más de una ocasión sobre la necesidad de aprovechar aquellos momentos en los que la población está en estado de shock, para llevar a cabo reformas liberalizadoras de gran calado.

En síntesis: la afirmación del Ministro de la Corte Suprema Eugenio Zaffaroni, que utilicé como título de estas notas, queda demostrada por la experiencia política de las últimas décadas del siglo XX. Lo que pudo aparecer como una exageración no es más que las respuestas a las que apelan los sectores dominantes para imponer sus privilegios.

La enseñanza de la sabiduría

El refrán que propongo como título de esta nota reza, por lo menos desde el siglo XV, de ese modo. La página www.elcastellano.org comenta al respecto: “La idea del refrán es que debemos aprender de los males que sufren los demás para no caer en los mismos errores y sufrir idénticas consecuencias”. Puede significar que cuando ves que algo acontece a tu alrededor también te puede pasar, por lo que debés estar preparado para tratar de evitarlo. También puede entenderse como una advertencia, ya más pesimista, de prepararse lo mejor posible ablandando la barba para cuando, lo que se presenta como un castigo sea más soportable. Es, sin duda, una vieja enseñanza de la *sabiduría popular*, aunque este concepto haya caído en desuso por imperio del lenguaje mediático.

Estar atento a lo que le sucede al vecino, metáfora que alude a las experiencias ajenas de todo tipo, es una manera de aprender a cuidarse como persona y como pueblo. Otro refrán español nos enseña: “La experiencia en propia carne cuesta cara y llega tarde” que apunta en la misma línea. Cuando afirmo que esas enseñanzas de la sabiduría se han ido perdiendo tengo en ante mis ojos el panorama de la situación europea, ya mencionada en otras notas, que hubieran aprendido mucho de la experiencia de Latinoamérica y, sin embargo, recorren las mismas huellas que nos llevaron a una situación desesperante, tal como se repite allá. ¿Cómo entender que no se hayan visto o se hayan olvidado unas enseñanzas tan sencillas? Nada menos que el gran físico Albert Einstein nos enseñaba: “Si buscas resultados distintos, no hagas siempre lo mismo. No podemos resolver problemas pensando de la misma manera que cuando los creamos”.

Toda esta introducción tiene la intención de insistir ante el *ciudadano de a pie* la importancia de este tipo de reflexiones: *aprender de la experiencia ajena*. Estando alerta sobre un tema que ha sido sometido a

¹⁵ Fue un filósofo inglés cuya obra *Leviatán* (1651) influyó de manera importante en el desarrollo de la filosofía política occidental. Es el teórico por excelencia del absolutismo político.

¹⁶ Periodista, escritora e investigadora canadiense de gran influencia en el movimiento antiglobalización y el socialismo democrático.

los más perversos comentarios con el objetivo de desviar la posibilidad de una comprensión seria y profunda. Para ello voy a utilizar unos comentarios que ha presentado Nayar López Castellanos¹⁷ al analizar un reciente libro: *Terrorismo Mediático. La construcción social del miedo en México*, cuyo autor Carlos Fazio¹⁸ aborda esta cuestión. Es otro modo de retomar las notas precedentes: *La inseguridad es una paranoia construida por los medios*¹⁹, que escribí a propósito de la publicación de un estudio realizado por la Corte Suprema sobre este tan agitado tema. La utilización de este problema social, que ha ido creciendo globalmente como consecuencia del abismo que se profundiza entre los pocos ricos y los muchos pobres, que no es más que el resultado de la pésima distribución de riquezas de la que hace gala el *capitalismo salvaje*. Relación que se oculta con mucho celo en los medios masivos.

Nos comenta López Castellanos, y propongo leerlo como un ejercicio de lo enunciado:

En su nueva obra contribuye a desentrañar la actual realidad de nuestro país a partir de dos ejes centrales. Por un lado, establece un hilo conductor en torno al pasado reciente de México y, por otro, visibiliza los mecanismos que instrumentan el Estado y los grupos dominantes para mantener el poder a través de un control mediático sobre la sociedad. El concepto de terrorismo mediático -que utiliza Fazio- está relacionado con *un entramado de estrategias políticas, económicas, sociales y psicológicas que buscan crear realidades ficticias, miedos colectivos y convertir mentiras en verdades que permitan manipular a la sociedad de acuerdo al conflicto y al enemigo en cuestión*. Si partimos de la idea de que para el poder todo sujeto que considere una amenaza a sus intereses, se concibe como una guerra, entonces el terrorismo mediático parte de esa premisa.

Nos propone, a continuación, la lectura de una cita del libro de López Castellanos, como denuncia de las estrategias utilizadas:

La guerra psicológica utiliza una caracterización simplista y maniquea (bueno/malo, negro/blanco) para describir al enemigo. El propagandista debe utilizar las palabras claves capaces de estigmatizar al contrario y de activar reacciones populares. En realidad, de lo que se trata, al utilizar el mito de la guerra, es de satanizar al adversario, arrancarle todo viso de humanidad y cosificarlo, de tal modo que eliminarlo no equivalga a cometer un asesinato.

Como parte de este arte perverso, Fazio explica cómo debe entenderse el concepto de información desde el espacio radioeléctrico:

Informar es proponerle al espectador asistir al acontecimiento mediático como happening. No hay causas. No hay actores. No hay contexto. No hay memoria. No existe la historia. La realidad ahora se ve como un espectáculo. Las leyes del espectáculo mandan sobre las exigencias y el rigor de la información.

Si bien este es un libro de gran utilidad para el análisis político de la situación mexicana de las dos últimas décadas, Fazio nos propone leerlo como una investigación que puede hacer extensivas sus

¹⁷ Politólogo mexicano, latinoamericanista, Doctor en Ciencia Política. Profesor Investigador del Centro de Estudios Latinoamericanos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y Profesor Investigador de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM).

¹⁸ Escritor, catedrático y periodista uruguayo-mexicano, es uno de los analistas independientes más reconocidos en temáticas geopolíticas, de seguridad y militares, así como religioso-políticas. Profesor de la UACM y la UNAM, es también articulista del periódico *La Jornada* y autor de varios libros.

¹⁹ Publicadas en la página http://ricardovicentelopez.com.ar/?page_id=2

conclusiones a escenarios diversos, allí radica su capacidad pedagógica. Más aún, cuando analiza las fuentes en las que se sumerge esta investigación:

Constituye un trabajo de periodismo de investigación, en el que los acontecimientos políticos nacionales son interpretados críticamente con base en el análisis de las estrategias contrainsurgentes de los militares estadounidenses, particularmente después de los atentados del 11 de septiembre. Uno de los elementos claves de estas estrategias es el papel asignado a los grandes medios de comunicación, y a la tergiversación de la realidad como arma de guerra. El autor logra una lúcida descripción de los acontecimientos más polémicos que se han dado en los últimos 15 años en nuestro país [México], esto es, justo aquellos que descubren y revelan los mecanismos del poder, y colocan en entredicho la ética de la política, explicando por qué cada vez más la ciudadanía no confía en los políticos y en las instituciones.

Es muy interesante leer y pensar las categorías que propone el autor del libro como una explicación de lo que significa la *guerra psicológica*, los distintos tipos de propaganda (blanca, gris o negra) y su puesta en práctica por Estados Unidos en las guerras de Irak y Afganistán:

La propaganda blanca, señala, es aquella que se difunde y se reconoce por la fuente o por sus representantes oficiales; es una actividad abierta, franca, en la que el emisor no oculta su identidad; la propaganda gris es anónima. Es decir, no es identificable por su fuente (no lleva firma alguna) y queda librada a la imaginación del público. Y la propaganda negra, es aquella que aduce otra fuente y no la verdadera; esconde su origen detrás de nombres ficticios, o bien, material falso se atribuye a fuentes reales. Esta última es la utilizada en las operaciones clandestinas de los servicios de inteligencia para buscar desinformar al enemigo y se utiliza generalmente a través de filtraciones.

Fazio llama la atención sobre las estrategias propagandísticas y mediáticas que el autor denuncia, que Estados Unidos ha utilizado en la historia reciente, para justificar su intervención en los casos de Irak, Afganistán y Libia, entre otros. Y subraya, para reflexión de ese público general que consume información de medios masivos (lo que yo denomino el *ciudadano de a pie*), las evidencias que confirman que el gobierno estadounidense es la principal matriz del *terrorismo mediático*. Aporta como ejemplo de ello, tras repasar los recientes conflictos bélicos en los que Washington ha estado involucrado, que haya sido aceptado públicamente lo que llamaron “errores de inteligencia” que llevaron *erróneamente* a la agresión e invasión de Irak. Recurre a una cita del libro:

El 14 de diciembre de 2005, Bush reconoció y asumió toda la responsabilidad por los ‘errores de inteligencia’ en torno al presunto arsenal nuclear iraquí. El 6 de abril de 2007, un informe desclasificado del Pentágono descartó los supuestos nexos entre Saddam Hussein y la red Al Qaeda, otro de los argumentos utilizados por la administración Bush para invadir Irak. El 16 de septiembre de 2007, al darse a conocer adelantos del libro de memorias del ex presidente de la Reserva Federal, Alan Greenspan, *La edad de la turbulencia: aventuras en un nuevo mundo*, quedó ratificado lo que todo el mundo sabía: que ‘la guerra en Irak fue por petróleo’.

Palabras finales

La obra, *Terrorismo Mediático*, ofrece al lector, comenta Fazio, la teoría y los datos empíricos para entender la construcción social del miedo en México. El caudal de información relativo a las estrategias puestas en práctica para conservar intactas las estructuras del poder político y económico nacional y transnacional, no difieren de las prácticas mediáticas dentro del mundo globalizado, como se desprende de una simple lectura. Se trata, en síntesis, escribe López Castellanos, de generar *miedo al cambio*, a las

alternativas, a las *variadas formas de lucha* de la sociedad, introyectando en la conciencia colectiva la incapacidad del sujeto anárquico como ineficaz para organizarse. También adoctrinar dentro de ese imaginario lo “peligroso” del cambio, de allí la opción necesaria por lo ya conocido, no perfecto, pero sin riesgos. Cabe recordar acá la sentencia de Margaret Thatcher: «No hay alternativas». Leamos la cita del libro comentado:

Los tres ejes claves en esa construcción del miedo, como caballos de Troya para militarizar al nuevo Estado autoritario e imponer la tolerancia cero de la doctrina Giuliani, son el terrorismo y el ‘eje del mal’ (Cuba y Venezuela incluidas), el populismo radical (Hugo Chávez, Evo Morales, Andrés Manuel López Obrador) y el crimen organizado. Ante esos enemigos míticos, imaginarios, impredecibles, utilizados como distractores (que en algunos casos existen, pero son potenciados por los medios de difusión masiva como propagandistas de la ‘razón de Estado’ para imponer leyes más duras y recortar las garantías constitucionales e individuales), el modelo que busca imponer el sistema de dominación en el seno de nuestros países es la ‘mano dura’: la militarización de las policías y la policialización de las Fuerzas Armadas (Ejército y Marina)”.

En el estudio del uso de los medios, Fazio encuentra en su comentario la carencia de ética en la política. Esto se revela en México en un proceso de degradación de las instituciones, en un presidencialismo exacerbado y una clara sumisión de los poderes Legislativo y Judicial a los abusos del poder. Todo ello sostenido por la enraizada práctica de la corrupción. El Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) es sólo un simulacro para responder a la demanda ciudadana de transparencia, la mentira como política de Estado y el terrorismo mediático como herramienta de los poderes fácticos. Si recordamos lo sucedido en la década pasada en Argentina con el *sentimiento de paranoia*, creado por el falso ingeniero Juan Carlos Blumberg, podemos encontrar una apelación a estos mismos argumentos.

Como columna vertebral del terrorismo mediático que existe en México, López Castellanos revela las alianzas entre políticos, oligarcas y los propietarios de los medios de comunicación masiva, principalmente los dos monopolios televisivos: Televisa y TV Azteca, no muy distinto al escenario nuestro. Como ejemplo de ello, y, agrego yo una advertencia a lo que se nos propone como alternativa, lo expone en la siguiente cita:

El modelo plutocrático generó una nueva ‘clase política’, depredadora y mafiosa, conformada por individuos amorales que amasaron fortunas ilegales gracias a sus nexos con el gran capital y otros que operan de manera circense como capataces de los dueños del dinero y se arrodillan y juran lealtad ante el diktat del dios Pluto²⁰. Eso fue, ni más ni menos, el llamado Pacto de Chapultepec, suscrito en el alcázar del castillo el 29 de septiembre de 2005. Los empresarios, sus aliados políticos y los propagandistas (Televisa, TV Azteca, cadenas radiales, la prensa escrita, la jerarquía católica, actores, futbolistas, sindicalistas, rectores e intelectuales de derecha tipo Enrique Krauze), pusieron en práctica un vasto proyecto de guerra psicológica e ingeniería social para manufacturar un consenso (Celebremos México), que terminaría por agitar aún más la lucha de clases contra los trabajadores y el pueblo.

Justo esta alianza de elites, afirma el autor, fue la protagonista central de la guerra sucia utilizada para revertir las tendencias en la intención del voto del candidato de la izquierda e impedir que López Obrador ganara en las elecciones presidenciales del 2006.

El texto comentado es una incitación a la reflexión en el campo del análisis de los dinámicos y cambiantes comportamientos electorales y sus particularidades frente a otras experiencias de la región

²⁰ En la mitología griega, Pluto (en griego antiguo ‘riqueza’) es su personificación y en este sentido, es también un dios de la agricultura, relacionado a la cosecha como abundancia. Según el comediógrafo Aristófanes, fue cegado por Zeus para que fuera capaz de distribuir sus obsequios sin prejuicios.

latinoamericana. De igual forma, desentraña el manejo de los datos, y la gran diferencia entre la información en los medios concentrados y los datos de fuentes independientes frente a los mismos hechos.

Ante el *terrorismo mediático*, Carlos Fazio deja el reto de pensar las alternativas no sólo en el propio ámbito de las comunicaciones, sino también en las que puedan generarse desde la educación y la cultura y, por supuesto, desde una nueva forma de concebir y ejercer el poder y la política.