



instituto ciudadano de estudios sobre la inseguridad a.c.

Estudio sobre medios de comunicación y percepción de inseguridad pública

El negocio de la sangre¹

La protesta social más importante en el México de este siglo ocurrió el 27 de junio de 2004. Sus resortes emocionales fueron el miedo y el hartazgo causados por la inseguridad pública y la ineficacia de las autoridades para remediarla.

En aquella soleada mañana de domingo se escuchó el silencio de cientos de miles de personas que, vestidas de blanco, con sus voces acalladas caminaron las calles del Distrito Federal –y en algunas otras ciudades más-- para protestar frente a la impunidad y exigir al gobierno que hiciera valer el respeto a uno de los más elementales derechos humanos.

“¡Ya basta!” fue el grito que podía escucharse desde el paso silencioso de quienes desfilaron en un recorrido que fue del Ángel de la Independencia hasta el Zócalo donde al filo de las 13 horas se entonaría el Himno Nacional.

La convocatoria de aquella manifestación fue tal que las crónicas recuerdan como la retaguardia de la marcha apenas partía cuando el reloj de la Catedral marcaba la hora acordada para empezar a cantar el himno.

Los medios registraron puntuales la marcha. Hubo coberturas y enlaces en vivo por parte de las televisoras y estaciones de radio; al día siguiente, el lunes 28, los notas principales de los diarios y los noticieros ocuparon amplios espacios para destacar la magnitud de aquel legítimo reclamo social.

¹ Ensayo elaborado por Marco Levario Turcott.

La convocatoria realizada por varias organizaciones civiles, el 2 de junio, tuvo una multitudinaria respuesta por parte de diferentes sectores sociales que, aun con visiones políticas e ideológicas encontradas, coincidieron para expresar su desesperación y desasosiego, y para exigir soluciones efectivas al problema de la inseguridad, particularmente el del secuestro.

La mega marcha tuvo como contexto previo algunos crímenes dramáticos que conmovieron la atención pública y obtuvieron especial seguimiento de los medios.

El primero de ellos ocurrió el 17 de mayo cuando fueron secuestrados los hermanos Vicente y Sebastián Gutiérrez Moreno, jóvenes empresarios propietarios de varias agencias automovilísticas. La familia Gutiérrez Moreno decidió no acudir a las autoridades y, en cambio, contrató a una compañía para que negociara con los delincuentes. Sin embargo, pese a un pago de cinco millones de pesos para el rescate, ambos fueron asesinados y arrojados a un basurero donde se encontraron sus cuerpos después de ocho días de haber sido secuestrados.

El segundo episodio delictivo que por esas fechas ocupó varios espacios mediáticos fue la brutal agresión de la que fue objeto Lizbeth Salinas, funcionaria del IFAI que el 19 de marzo fue asaltada y ultrajada después de haber abordado un taxi a la salida del instituto. La saña de este crimen —que derivó en la muerte de la joven de 26 años— incrementó la indignación de la sociedad.

(Otro violento caso que tuvo lugar por aquellas fechas fue el asesinato de una estudiante de secundaria a mano de un compañero, quien accidentalmente le disparó en la cabeza durante una clase.)

La convocatoria y organizaciones civiles convocantes fueron descalificadas por Andrés Manuel López Obrador, entonces jefe de gobierno capitalino, quien se dedicó a denostarlas e incluirlas como parte de un complot en su contra orquestado por la derecha y los medios, a quienes acusó de dar un tratamiento amarillista a las notas policíacas.

El 8 de junio, Alejandro Encinas, quien entonces fungía como secretario de Gobierno del DF, acusó a “la ultraderecha (que) busca montarse en protestas legítimas contra el secuestro sólo para golpear a la administración de Andrés Manuel López Obrador (...) Es una campaña orquestada por el PAN, el grupo Yunque y algunas televisoras que se han sumando, particularmente Televisa”.

Un día después, durante su conferencia de prensa matutina, López Obrador respaldó las afirmaciones de Encinas. “Como es lógico, respaldo al Secretario de Gobierno, pero no quiero polemizar”.

Durante los días siguientes, el otrora jefe de gobierno capitalino volvió a descalificar la mega marcha del 27 de junio. “Tenemos dos situaciones, por un lado es esta realidad que nosotros estamos constando en la estadística, en la única que hay, insisto, y por otro lado está la percepción (...) Lo que sí quiero es dejar de manifiesto qué es lo que está sucediendo y cómo estamos nosotros viendo las cosas y no estoy acostumbrado al servilismo, qué significa eso, que no estoy acostumbrado a irme con la corriente sin tener fundamento, claro que respeto mucho a quien opina distinto, pero yo voy a defender siempre mi punto de vista, no me gusta mentir, no me gusta, para agradecer y que me aplaudan, tener que decir una mentira, entonces prefiero llamar a las cosas por su nombre”.

“Pero también vamos a aclarar que los que convocan son de la organización El Yunque, sin duda, y vinculados al Partido Acción Nacional y se me hace hasta una deshonestidad intelectual, cómo es posible que estén enfocando todo el cuestionamiento, toda la crítica al gobierno de la ciudad, si en el caso, en particular de los secuestros es una responsabilidad”ⁱ.

La verdad es que ni los medios ni la derecha habrían podido manipular a todos los manifestantes que ese 27 de junio salieron a expresar una preocupación real, sustentada en la percepción de que la inseguridad pública se incrementa ante la mirada incapaz de las autoridades. Pero también es cierto que la mega marcha no puede explicarse sin la difusión e impulso que recibió por parte de los medios.

Tan sólo hay que decir que según la encuesta que Parametría (agosto 2004) realizó después de la marcha, el 77% de los mexicanos sabían de ella. Es impensable un conocimiento tan alto sin el concurso de los medios.

Esa encuesta señala también que la discusión pública que sostuvo el jefe de gobierno capitalino con algunos organizadores y con los medios de comunicación partía de un mal cálculo político. Dicho de otra forma, Andrés Manuel López Obrador se generó una equivocada percepción respecto a la posible influencia que habrían tenido en la ciudadanía los organizadores y los medios en el sentido de promover una mala imagen de su gobierno con esa manifestación que colmó las calles aquel domingo de junio.

Parametría concluyó que el 44 % de los mexicanos respondió que la marcha protestaba contra todas las autoridades y no contra una en particular. Sólo un 12% consideró que fue en contra del gobierno de la ciudad de México, mientras que un 11% contestó había sido contra el gobierno federal.

Es motivo de este ensayo revisar algunos de los vértices en los que medios, percepción de inseguridad e incidencia delictiva se encuentran, más allá del ya sabido debate sobre si los medios por sí mismos –particularmente la televisión--

pueden generar violencia, pues hasta ahora no existe algún estudio que pruebe esta hipótesis.

No obstante lo anterior es innegable también la responsabilidad que guardan los medios en la cobertura que hacen de la información policíaca: la forma cómo tratan el tema y el tipo de delitos que ocupan su agenda son un factor que influencia la percepción social de inseguridad pública.

El negocio de la sangre

Los medios no generan violencia, la inseguridad si genera negocio. Diversas investigaciones académicas e incluso planteamientos periodísticos bien sustentados han pretendido dibujar con mayor nitidez, los bordes opacos de aquellas hipótesis que relacionan a los medios de comunicación con la generación de violencia y con la percepción de inseguridad en la esfera social, explorado argumentos y contra argumentos.

Un estudioso del tema en nuestro país es el periodista Marco Lara Klahr, quien desde hace años analiza mediante diversos ángulos la complejidad de esas hipótesis y junto con el Instituto para la Seguridad y la Democracia, AC (INSYDE), ahora propone trascender de aquél discurso empírico que tiende a dar por hecho que los medios generan violencia a partir de exponerla en imágenes, de contarla, de recrearla o incluso, de inventarla y mediante engaños hacerla pasar como retrato del mundo cotidiano cuando solo es producto de un montaje teatral o literario. Lara Klahr analiza algunas de esas interrogantes junto con el Instituto a través de tres líneas que son: la percepción ciudadana, los derechos humanos y la mirada informativa.

Como él, muchos periodistas y académicos se preguntan, primero, si generan o no violencia los medios y segundo, si generan o no la percepción de violencia o inseguridad. Al respecto, rastrea la inercia de ésta discusión y considera que cuando menos desde la perspectiva de la primer pregunta, la inquietud llegó a principios del siglo XX con el arribo de la televisión a los hábitos mediáticos de la sociedad, pero que no hay estudio en el mundo donde se pruebe o vincule directamente que un contenido violento expuesto en los medios de comunicación es generador de violencia. Los medios no generan violencia por si mismos, pero si generan escenarios y percepción de violencia como veremos más adelante.

La corriente del periodismo de paz impulsada desde 1961 por Johan Galtung ha estudiado esto, llegando a la conclusión de que los medios estimulan escenarios de violencia en la percepción social, y una de las razones es porque solo hay voz

e imagen en ellos para las posiciones más radicales, no para las intermedias, disolviéndose así los grises en un visor blanco y negro que fija condiciones para atender y difundir una noticia. Solo son susceptibles de cobertura los extremos en la propuesta de Galtung, por múltiples factores culturales, políticos, sociales y desde luego, comerciales.

Si no hay muertos no hay nota. El retrato informativo enfoca al blanco o al negro y deja fuera de cuadro el resto. Así, acorde al periodismo de paz, se legitima a los actores radicales y se les convierte en personajes de una historia que omite y condena al exilio de la ausencia los diálogos intermedios, los lleva a la inexistencia en el discurso mediático. Los grises no son actores. No salen en esa foto. No venden. No existen en las coberturas.

Otro aspecto que explora ésta corriente en relación con la violencia en los medios es la crítica al periodista omiso que no hace las preguntas adecuadas ante el poder muchas veces por cobardía, y entonces informa solo la visión sesgada de una parte, convirtiendo su práctica periodística en una rutina de difusión al servicio voluntario o involuntario de una sola voz, en éste caso la del poder.

Así por ejemplo en Colombia, el proyecto Antonio Nariño que patrocina la fundación Nuevo Periodismo de Gabriel García Márquez, instrumenta un observatorio de medios local a partir del cual se mide el manejo de contenidos en los medios impresos de aquél país. El observatorio Nariño ha encontrado por ejemplo, que en las coberturas periodísticas sobre el conflicto de la guerrilla colombiana, la mayoría de las notas publicadas tienen solo la fuente oficial como referencia. Son pocas en las que se incluyen voces distintas o complementarias a la del gobierno.

En otras palabras, la presentación de información relacionada con violencia o inseguridad pasa por una serie de filtros antes de circular en los medios, y no puede entenderse la dimensión e impacto del fondo en esos contenidos sin valorar la forma en que son presentados, por lo que el otro discurso empírico que asegura: "los medios solo reflejan la realidad", en el mejor de los casos podría ajustarse a "la realidad es insumo que luego de superar un cúmulo de factores que la procesan se difunde en los medios".

Para los medios impresos y electrónicos de México, muchas veces la forma está supeditada a la obtención de audiencias, por lo que las noticias se convierten en show que entretiene y gana espectadores valiéndose incluso de inventar sucesos solo por atender ese elemento comercial, aunque muchas veces también el show montado atiende al llamado de las estrategias de imagen que promueven para si mismos los grupos del poder, particularmente los del poder político. Esta situación

incide en la percepción de los consumidores de noticias en tanto que, por un lado, la inseguridad no se difunde solo porque exista o aumente en las calles, sino en tanto venda y capte audiencia, por lo que la proliferación de ese tipo de informaciones no es proporcional a la proliferación de ese tipo de eventos. Por otro lado, en tanto a las fuentes únicas les convenga montar una dramatización en la que engañando a los consumidores de noticias, se les presente como hecho real lo que en realidad es un montaje armado vinculado a una estrategia de imagen que por ejemplo busque mostrar como la policía combate eficientemente a los secuestradores, y así, la percepción se alimenta de invenciones o en el menor de los casos de verdades dramatizadas.

En los medios, la cobertura sensacionalista de sucesos que tienen que ver con la sangre, la inseguridad y la violencia son parte de lo que agrupamos cotidianamente como periodismo de nota roja.

Según María del Carmen Ruiz Castañeda ese tipo de periodismo surgió con la llegada de los españoles en los cabildos de las plazas, donde se difundían las noticias del consejo en lo que ahora es la ciudad de México.

"A principios de 1526, el Cabildo informó del castigo impuesto a alborotadores ebrios que habían ofendido 'la preeminencia de la Santa Inquisición', por lo que se ejecutó a 43 personas y se castigó a cientos más, con juicios cuyos resultados eran colocados en las puertas de las iglesias a manera de edicto. Estos edictos tenían un 'sello rojo', símbolo de la autoridad eclesiástica, y que dio origen al término 'noticia roja', que era como se conocían aquellas comunicaciones dirigidas a los fieles para dar razón del delito en contra de la fe o las buenas costumbres.

Fue el tribunal de la Santa Inquisición, que duró doscientos noventa y seis años (1517-1813), el que inicialmente popularizó este término, que con el tiempo se generalizó a la difusión de hechos vinculados a la justicia o derramamiento de sangre".ⁱⁱ

Para los medios impresos de nuestro país la etiqueta de la nota roja es negativa, pues remite a múltiples ejemplos de un periodismo vejatorio. Es una etiqueta bautizada en México acorde a Lara Klahr, quien a su vez ubica la lógica de la nota roja como reproducción de usos y costumbres del modelo inquisitorial, retomado por la prensa industrial.

Así se integró como parte del comportamiento de los medios la tradición del santo oficio que presentaba públicamente a los reos, exhibiendo sus conductas como parte de una condena que promovía el escarnio con instrumentos de tortura diseñados para identificar la falta y explícitos en el castigo, logrando así la consecuente inhibición de actos similares por parte de los espectadores.

En este sentido, la evolución industrial de los medios si retoma tradiciones culturales pero ahora no las utiliza como sermón moral, sino como estrategia de venta para conseguir anunciantes, a quienes los medios les ofrecen tener el mayor número de lectores, televidentes y radioescuchas, y entre otros, un elemento que capta la atención de esos potenciales consumidores es la nota roja.

Sobre ésta situación el especialista en modelos comparados de reforma policial democrática y presidente fundador del INSYDE, Ernesto López Portillo, considera que "desde principios de los 90 y hasta la fecha, el delito, la violencia y el temor han formado parte de la temática central de la agenda pública. Ello ha significado que buena parte de las imágenes y palabras producidas y reproducidas a través de los medios den paso a lo que podríamos llamar un crecimiento exponencial de la agenda mediática de la inseguridad".ⁱⁱⁱ

Desde ese marco, López Portillo se refiere a las condicionantes que llevan ese tipo de noticias tanto a las primeras planas como a los cotizados tiempos aire de los medios electrónicos.

"Desde una mirada seria, es insostenible un argumento que defienda que un agente social que produce dinero produciendo noticias pueda estar, de manera alguna al margen de la compleja urdidumbre de intereses políticos, sociales y económicos propios de cualquier conglomerado moderno. El delito, la violencia y el temor son fenómenos cuya rentabilidad mediática está probada".^{iv}

Y si, basta una mirada a la circulación pagada de aquellos diarios que dedican más nota roja en sus portadas e interiores para concluir que son precisamente esos los que más venden. Por ejemplo, según datos oficiales de la secretaría de gobernación, dos publicaciones de ese tipo como lo son el diario La Prensa y el periódico vespertino El Gráfico, tienen un promedio de circulación pagada muy superior al de los periódicos que no tienden a llenar sus portadas con nota roja.

En el caso de La Prensa se venden 244, 693 ejemplares, mientras que El Gráfico vende 225, 469, cifras que contrastan claramente con periódicos como El Universal (152, 786), Reforma (145, 650), La Jornada (107, 291), Crónica (43, 020), Milenio Diario (26, 110) o Diario Monitor (9, 350). (Todo esto, claro está, según los datos de los funcionarios de cada medio.)

La televisión mexicana por su parte, en coincidencia con lo que López Portillo señala, tuvo un boom de emisiones dedicadas a la nota roja a mediados de los 90, lo que generó controversias públicas importantes, particularmente por las producciones de Federico Wilkins que primero realizó en Televisión Azteca, con Ciudad Desnuda y luego en Televisa con Fuera de la Ley. Ambos espacios salieron del aire en 1997 después de una serie de críticas de analistas,

empresarios y agrupaciones civiles, pero especialmente, por la presión pública y política que al respecto implicó la recomendación del entonces presidente Ernesto Zedillo.

El 6 de junio de 1996, en el marco del informe anual que ofrecía el entonces ombudsman nacional, Jorge Madrazo Cuellar, Zedillo declaró: “La sociedad mexicana debe apelar a la conciencia y a la responsabilidad de los medios de comunicación masiva, para que encuentren las vías idóneas para un uso positivo y autorregulado que evite seguir alentando la cultura de la violencia”.

Apenas un par de meses después, el 25 de Agosto, Jacobo Zabludovsky entrevistó al Presidente y este refrendó su llamado a las televisoras para que mediante la autorregulación consideraran retirar esas emisiones: “Estoy esperando la respuesta a ese llamado que hice”, dijo Zedillo a Zabludovsky.

La opinión presidencial fue el empujón efectivo para que tuvieran finalmente eco las críticas de empresarios (anunciantes) como Roberto Sertvitje de grupo Bimbo y el presidente de la Asociación Nacional de Padres de Familia, Francisco González Garza.

A partir de la protesta varios de esos empresarios críticos de los rentables programas de nota roja impulsaron la agrupación A favor de lo Mejor en los Medios, a través de la cual, desde aquellos años, amagan con retirar publicidad de aquellos espacios cuyos contenidos, a juicio del colectivo, no sean de lo mejor en los medios.

Ese episodio del 97 no terminó con los ánimos rojos de las televisoras, quienes poco tiempo después volvieron a poner al aire los mismos programas pero con nombres distintos. Fuera de la Ley se convirtió en Duro y Directo mientras que Ciudad Desnuda en Metrópolis. Los conductores eran los mismos y los formatos similares, aunque ligeramente más mesurados en la cobertura de noticias policíacas. ¿cómo renunciar a tan buen negocio?

Y es que la tendencia de rentabilidad para ese tipo de emisiones en aquellos años 90 estaba más que probada, situación que además de los programas arriba mencionados, se reflejó con producciones como A través del video, Primer impacto, Cereso rojo y A sangre fría incluidas en la programación de Televisa, así como Expediente 13/22:30, Historias de la calle y Cámara y Delito en la de Televisión Azteca.

Así lo advierte un reportaje de Carlos Puig y Rodrigo Vera publicado en la revista Proceso el 2 de septiembre de 1996: “El éxito de los programas de nota roja ha sido tal, que Televisa ya tiene una Vicepresidencia de Asuntos Policíacos, cuyo

titular es Ignacio Lagunes. Según una encuesta de IBOPE, los programas de nota roja, de noviembre de 1995 a Abril de este año, han elevado considerablemente sus ratings. Por ejemplo, A través del video aumentó de 19 a 25.9; Primer Impacto, de 8.6 a 10.8; Expediente 13/22:30, de 7.6 a 8.9”.^v

Como ya hemos dicho, el negocio es filtro y este tipo de informaciones difundidas en los medios no son retrato textual de la realidad, muchas veces son recreaciones motivadas por el interés comercial pero también por el político.

Un caso paradigmático de esos montajes que se construyen con la agenda política y comercial de las empresas de comunicación es lo sucedido en el programa de nota roja *Metrópolis*, el cual se transmitía por Televisión Azteca en el año 2000, retomando la fórmula de *Ciudad Desnuda*. Los días 29 y 30 de junio de ese año *Metrópolis* difundió “imágenes exclusivas” de cómo 2 sujetos asaltaban a una joven de 20 años mientras hablaba en una caseta telefónica de la ciudad de México.

Apenas una semana después de esa “exclusiva” las autoridades capitalinas reconocieron y detuvieron a uno de los dos sujetos que habían aparecido en el video transmitido por la televisora.

La farsa se vino abajo. Un empleado de Azteca, José Contreras Lee, había convencido a su hermana, a su hermano y a un amigo para simular el asalto a cambio de 200 pesos a cada uno.

Así lo comentó el académico Fernando Mejía Barquera en las páginas de la revista etcétera: “La joven supuestamente asaltada dijo que a su hermano, José Contreras Lee, ‘le piden en su trabajo que grave cosas que parezcan reales para transmitirlos en televisión como si fueran hechos reales’. Y el hermano de Contreras Lee, también participante en el engaño, fue más allá: ‘Nos explicó que con la grabación TV Azteca ganaría fama y la procuraduría del DF se desprestigiaría al demostrarse su ineficacia’. Al conocer estas declaraciones la televisora del Ajusco se dijo engañada por Contreras y presentó una denuncia penal en contra de éste, al que calificó de ‘trabajador eventual’ que, de inmediato, fue despedido”.^{vi}

La gran mayoría de esos programas de nota roja ya no están al aire más por baja en su rentabilidad económica que por las famosas críticas y recomendaciones presidenciales.

Sin embargo, en el 2006 los noticieros televisivos siguen pendientes de procurar espacios para aquella información que motive a los espectadores a sumarse como puntos de rating.

Un ejemplo reciente se dio el 2 de marzo de este año, cuando un joven estudiante de Monterrey, Diego Santoy Riveroll, asesinó a puñaladas a los niños de 7 y 3 años de edad Eric y María Fernanda Peña Coss, hermanos de su ex novia Erica, a quien le produjo serias heridas con un arma punzo cortante. El tema inundó los contenidos de los medios nacionales, pero solo 4 días después del lamentable suceso, Diego fue detenido en Oaxaca. El 3 de Abril de 2006 se le dictó auto de formal prisión por el cargo de homicidio.

En los medios se siguió dando una importante cobertura varias semanas después de cometido el crimen y a pesar de que el asesino confeso ya había sido capturado y encarcelado. La noticia entonces se construyó a partir de cualquier cosa.

Se difundieron documentos con las declaraciones de los testigos e inculpados, cartas personales y todo tipo de dato que por ley la procuraduría estatal debió reservar en tanto no causara estado la investigación.

Se crearon sitios de Internet que llamaban a defender a Diego, se ubicaron cuando menos 12 entre los que destacaba la creación de un club de fans de jovencitas que lo consideraban muy guapo. Mientras tanto, en Televisa se entrevistaba a estudiantes que aunque no conocían a Erica asistían a la misma institución académica que ella en Monterrey, hecho que le pareció al consorcio de Chapultepec tan periodísticamente relevante que recabó sus opiniones respecto a la muerte de los menores, para que luego pudieran mandarle a través de las cámaras un mensaje solidario a su compañera de escuela que no conocían. Ninguno de esos elementos aportó algo que cambiara la noticia inicial, el hecho central: un joven asesinó a los hermanos de su ex pareja sentimental y está siendo procesado por las instituciones competentes.

La presencia de ese tema, en tantos espacios y por tanto tiempo en los medios masivos, no refleja una escalada de crímenes similares ni en Monterrey ni en la república mexicana, como lo muestran las estadísticas de delitos denunciados y las encuestas victimológicas, no obstante, sin esa cobertura no puede entenderse el hecho de que, aunque el caso Santoy es un tipo de crimen inusual en el estado de Nuevo León, varios regimontanos salieron a las calles en una marcha donde el reclamo era detener la violencia expresada en ese lamentable acontecimiento de interés mediático bajo la consigna "Ya basta".

La madre de los niños asesinados, Teresa Coss, participa habitualmente en el canal 12 local de grupo multimedios en Monterrey, desde donde se convocó y se hizo una importante difusión de la manifestación.

A decir del periodista Carlos Loret, quien en su noticiario nacional Primero Noticias ha dedicado varios minutos al asunto, la razón por la cual el tema se agenda en pantalla es porque "el público" tiene un gran interés en él, así lo muestran los registros de audiencia, dice.

Es decir, no se requieren espacios informativos dedicados especialmente a la nota roja para atender ese tipo de sucesos, en cualquier noticiario puede darse cobertura siempre y cuando la rentable audiencia se interese. Lo que implica más tiempo aire pero no necesariamente incremento de esos eventos en sí.

Percepción, audiencia y crimen

“Las autoridades dicen que el asunto de la delincuencia está bajando, ¿por qué será que usted y yo pensamos lo contrario?”, pregunta el conductor con escéptica indignación antes de dar paso a una nota que da cuenta de las increíbles “cifras alegres” que el gobierno capitalino ofrece sobre los índices de delincuencia.

La nota que esa noche del 31 de mayo de 2004 presenta el noticiero de Javier Alatorre dura poco menos de tres minutos en los que recoge las opiniones de varios entrevistados. Todos coinciden: la inseguridad pública va en aumento y no hay quien la detenga.

Pero la realidad parece ser distinta a juzgar por las cifras que estadísticas oficiales (Ver Tabla 1) y encuestas victimológicas ofrecen.

Los bajos índices de denuncia y una elevada cifra negra^{vii}, no permiten considerar a las cifras oficiales como parámetros confiables para evaluar el estado de la inseguridad en México. (En países industrializados, las estadísticas oficiales sobre criminalidad representan una tercera parte de los delitos cometidos; en nuestro país los números de las autoridades significan menos de una sexta parte.)

En este contexto, las encuestas victimológicas tienen una gran importancia. En México, durante los últimos años, el Instituto Ciudadano de Estudios Sobre la Inseguridad (ICESI) ha diseñado y coordinado varios estudios demoscópicos sobre el tema. El último de éstos, fue la Tercera Encuesta Nacional Sobre Inseguridad (ENSI-3), cuyo levantamiento estuvo a cargo del INEGI, con una muestra probabilística de 65 mil 957 viviendas en la República Mexicana, durante el periodo de tiempo comprendido entre el 14 de febrero y el 13 de marzo de 2005 (la encuesta tiene como periodo de referencia el año 2004).

La ENSI-3, como encuesta victimológica, es “el único instrumento que puede resolver el eterno dilema de si está subiendo o bajando el número de delitos que se comete o sólo están subiendo o bajando las tasas de denuncia. Sin la solución

de este problema es imposible precisar tendencias y, sin ello, es imposible prever y en consecuencia prevenir”.

En sus conclusiones, la ENSI-3 advierte que “lo reducido de los índices oficiales no se debe tanto a que la población no denuncie los delitos que sufre, como a las trabas y dificultades que imponen las procuradurías para aceptar una denuncia o ratificar una querrela. A esto ha de sumarse un conjunto creciente de modificaciones que les imponen sus estadísticas para reducirlas antes de conocer”.

Un dato contundente que muestra la utilidad de este tipo de estudios demoscópicos es el hecho de que, según la propia ENSI-3, sólo 23% de los delitos son denunciados (más de la mitad de las víctimas no lo hace por desconfianza y porque cree que es una pérdida de tiempo), y únicamente en un 20% se inicia una averiguación previa. En el último eslabón de la cadena de impunidad se encuentra un tímido 7% de presuntos delincuentes detenidos. Y así, se cierra un círculo vicioso en el que el grave problema de la impunidad^{viii} incrementa el temor a ser víctima de un delito.

Sin embargo los datos de la ENSI-3 muestran que no hay una relación directa entre la incidencia delictiva y la percepción de inseguridad pública.

El ejemplo más claro es el caso del Distrito Federal donde se registran 19 mil 663 delitos por cada 100 mil habitantes^{ix}, es decir menos del 20% de la población fue víctima de un delito; pero 86% de los capitalinos se siente inseguro. Mientras que a nivel nacional, la incidencia delictiva asciende a 11 mil 246 delitos por cada 100 mil habitantes y en promedio más de la mitad de la población (54%) se siente insegura en la entidad en que vive.

Pero “la percepción de inseguridad –advierte la ENSI-3-- no tiene como única fuente la experiencia personal de victimización”. Los medios son uno de los factores que provocan dicha percepción.

Como se ha escrito en estas páginas, los medios no generan violencia por sí mismos, pero ésta sí es un buen negocio para sus pantallas y titulares que le dedican amplios espacios creando lo que Francesc Barata denomina “olas mediáticas de criminalidad, es decir, cuando los medios de comunicación coinciden en tratar un hecho delictivo de forma uniforme, abundante y alarmista. Cuando hay una sobrecarga informativa. Son olas artificiales porque su dimensión informativa no tiene una relación equilibrada con el problema referido. Estas olas mediáticas confieren a los acontecimientos una dimensión pública que no tenían, y lo que resulta más preocupante: su imagen mediática acaba funcionando en términos de acción social como la imagen real del delito”^x.

Los medios no crean el delito ni el crimen, pero pueden ser determinantes en la percepción que se tiene de éste. Barata, catedrático de la Universidad Ramón Llull en Barcelona, añade: “aunque las olas mediáticas sean experiencias mentales acaban siendo reales porque son reales las consecuencias que producen”^{xi}.

De tal manera que las informaciones dedicadas a la llamada nota roja terminan por ejercer una fuerte incidencia “en la formación de los temores ciudadanos, los sentimientos de inseguridad. Las olas mediáticas hacen presente el peligro y acrecientan la sensación de miedo. Se proyectan sobre una sociedad asediada por el temor a la delincuencia. Inciden sobre todo en las capas medias que se sienten como las víctimas propiciatorias”^{xii}.

Así puede verse cada vez que la televisión retoma los temas de seguridad pública en sus espacios, los transforma en un espectáculo que exagera el drama y la tragedia con imágenes y testimonios emotivos que se alejan de la comprensión del problema de la inseguridad y el respeto a víctimas y presuntos culpables; además de que los delitos que son agenda para los medios no son los que, tanto en estadísticas oficiales como en encuestas victimológicas, ocupan los primeros lugares de incidencia.

Homicidios y secuestros son los crímenes que más espacio reciben en los noticieros; pero también son paradójicamente de los ilícitos con más bajos porcentajes de incidencia.

Por ejemplo, en el caso de los secuestros, según cifras de la ENSI-3 durante 2004 significaron un 0.5% del total de los delitos cometidos. Por su parte, la Comisión de Derechos Humanos de la Asamblea Legislativa del DF informa que de 2000 a 2005 fueron denunciados 947 secuestros en los que se cuentan 41 víctimas asesinadas.

Mientras que fue el robo el tipo de ilícito que tuvo mayor incidencia al ocupar el 73% del total de la delincuencia. Según la Procuraduría General de Justicia del DF, en 2004 diariamente se cometieron en promedio más de 55 robos a transeúnte (El promedio diario de robo a transporte fue de 17.10; el robo de vehículos, 85.37; el robo a casa habitación, 18.98, y el robo a negocio, 35.8.)

Cuando una información policíaca se convierte en la nota principal de los medios, éstos han desplegado coberturas especiales, espectaculares y desmesuradas que buscan conmover a la audiencia con discursos emotivos antes que apelar a la razón que debiera privar en situaciones de crisis.

Un ejemplo es el ya mencionado caso Santoy Riveroll, cuya captura fue transmitida en vivo la mañana del 7 de marzo por Multimedios Televisión, TV Azteca Noroeste y Televisa Monterrey, que desplegaron helicópteros, unidades móviles, reporteros y conductores quienes seguían paso a paso el convoy que trasladaría al joven hasta el Ministerio Público. “Llega homicida a Monterrey” se podía leer en las leyendas que acompañaban a las imágenes. Como ya se mencionó la conmoción provocada por este caso derivó en una marcha contra la violencia en aquella entidad.

La mega marcha ciudadana del 27 de junio fue producto de un legítimo y explicable sentimiento de hartazgo y desasosiego por parte de la sociedad. No hay argumento que descalifique las demandas que motivaron esa manifestación, pese al contexto de descalificaciones que la antecedió.

En aquella ocasión los medios registraron la magnitud de la marcha, no inventaron el reclamo social ante la zozobra, y apoyaron la convocatoria realizada por los organizadores.

Un monitoreo de las notas sobre inseguridad en los dos principales informativos – Hechos y El Noticiero--, durante dos meses antes de la mega marcha y hasta una semana después de ésta, muestra la forma en que las televisoras incrementaron la cobertura noticiosa sobre el tema. (Ver Tabla 2)

La mayor parte de las notas mostradas por los noticieros televisivos se refirieron a secuestros y asesinatos, como los de los hermanos Gutiérrez Moreno, secuestrados el 17 de mayo y asesinados aun cuando los familiares pagaron el rescate, así como la brutal agresión que dos días después sufrió Lizbeth Salinas, funcionaria del IFAI.

Los índices de delictivos que la PGJDF entregaba durante aquellos meses registraron un incremento al pasar de 442.97 delitos diarios denunciados en mayo a 450.70 en junio; no obstante este incremento se presentó, principalmente, en ilícitos como el robo a negocio y de vehículos. (Ver Tabla 3)

Según las cifras de la ENSI-3, en 2004 el 85% de los mexicanos consideró que la comisión de delitos siguió igual (45%) o incrementaron (40%). Sólo un 12% opinó que éstos disminuyeron.

Esta tendencia de un desfase entre los índices delictivos y la percepción de inseguridad es mundial. En Gran Bretaña, el 64.5% de la información relacionada con temas de seguridad pública en los diez diarios más importantes se refiere a sucesos violentos (nota roja), mientras que según las cifras de las autoridades este tipo de delitos sólo representan el 6% de los ilícitos^{xiii}.

En el caso español, un monitoreo indica que “mientras en las noticias de prensa los sucesos con mayor presencia cuantitativa son los homicidios y asesinatos, que representan cerca de un tercio del total de noticias sobre delincuencia, según las estadísticas policiales estos delitos alcanzan tan sólo el 0.06% de los hechos conocidos”.^{xiv}

Tina Rosenberg, editorialista de The New York Times, describe el fenómeno en su ensayo "Si sangra, encabeza las noticias"^{xv}, y asegura que en Estados Unidos "el 30 por ciento de los reportajes televisivos tratan de crimen y suele destacárseles, apareciendo muy temprano en el programa, y el 70 por ciento de los reportajes al inicio del noticiero tienen que ver con dicho tema. Así, aun cuando el índice delictivo está bajando en Estados Unidos, los contenidos sobre crimen van en aumento".

Y añade que “Los noticieros locales de Nueva York, a su vez, muestran hasta crímenes cometidos en Australia, si son lo suficientemente sensacionales. Tales prácticas han generado el dicho de *if it bleeds, it leads* –‘si sangra, encabeza las noticias--’”.

Rosenberg refiere otro ejemplo, el canadiense: “ (...) donde, como en otros países, la gran mayoría de los homicidios --83 %-- son cometidos por familiares o conocidos y, sin embargo, casi todos los que cubre la televisión son callejeros. ¿Por qué? porque la gente se encuentra aterrorizada, fascinada, obsesionada por el crimen callejero, y se imagina, ‘podría haber sido yo’”.

Los medios pueden contribuir a incrementar la percepción de inseguridad y crear realidades mediáticas que no se corresponden con los hechos sucedidos fuera de las pantallas y líneas ágata.

Durante la década de los 70, los diarios neoyorkinos publicaron una serie de informaciones respecto a una supuesta ola de crímenes contra ancianos; las notas publicadas sobre el tema se incrementaron, lo que derivó en que las autoridades hicieran más severo el castigo a crímenes perpetrados en contra de este sector de la población. Sin embargo, nunca existió tal problema de seguridad pública pues el número de asesinatos de ancianos no sólo no había aumentado, sino que disminuyó en dicho periodo.^{xvi}

Pero la responsabilidad de los medios no se agota en la selección de crímenes excepcionales que forman parte de sus contenidos.

A mediados del siglo XVII, el ilustrado Cesare de Beccaria condenó en su obra el secreto del proceso inquisitorial que tiempo después llegaría a su fin. El

joven milanés pugnaba porque fueran públicos los jueces, las pruebas del delito y el acto judicial, para que se “imponga un freno a la fuerza de las pasiones”.^{xvii}

Más de dos siglos después, han sido muchas las pasiones que la publicidad de esta información ha provocado, particularmente en los medios quienes han encontrado una gran rentabilidad económica en crímenes y procesos penales.

Pero en la feroz carrera por conseguir la primicia, la información exclusiva que derive en los niveles de audiencia más altos, han quedado atropellados varios derechos: el de las víctimas, que al ver expuesta su intimidad padecen por segunda ocasión la violencia del crimen, y la de los acusados que desde el primer momento son señalados culpables, con un estigma imposible de borrar.

En la reciente historia mexicana hay algunos casos emblemáticos que ejemplifican estos vicios: el asesinato de la familia Narezo Loyola (el 15 de noviembre de 2002) cuya honorabilidad se puso en entredicho cuando diferentes medios inventaron supuestos vínculos con el narcotráfico.

Un segundo ejemplo es el del ex edil de Atizapán, Antonio Domínguez, quien en 2002 fue encarcelado por el homicidio de la regidora María de los Ángeles Tamés. En diciembre pasado, Domínguez fue exonerado de todos los cargos por un juez federal. Los medios que habían dado por hecho las acusaciones en contra de Domínguez en amplios espacios, apenas si repararon en su inocencia.

Los medios no sólo contribuyen a formar percepción en cuanto a la inseguridad pública --a través del tipo de coberturas que realizan y los delitos que forman parte de su agenda--, también pueden determinar culpables al constituir un tribunal paralelo.

El jurista Luigi Ferrajoli ha escrito al respecto que los medios asumen “la antigua función infame del derecho penal premoderno, cuando la pena era pública y el proceso secreto. Sólo que la picota ha sido sustituida por la exhibición pública del acusado en las primeras páginas de los periódicos o en el televisor; y no como consecuencia de la condena, sino de la acusación, cuando todavía es un presunto inocente”.^{xviii}

El montaje de la percepción

En sus consideraciones finales, la ENSI-3 se refiere a uno de los aspectos centrales de la relación que fincan los medios con la inseguridad. “No hay una correlación entre la proporción de quienes se declararon víctima de un crimen y la de aquellos que dicen sentirse inseguros. El punto es de gran importancia práctica ya que revela que la percepción pública de la seguridad no sólo depende de un

control adecuado de la delincuencia, sino que exige medidas de otra índole destinadas, sobre todo, a orientar a los medios y ofrecerle un mejor servicio a quienes han sufrido un delito”.

El manejo de la información policíaca suele carecer de explicaciones, contextos, análisis de las causas de fondo que provocan la comisión de un delito. Los medios suelen privilegiar la narración –aun con tintes amarillistas— sobre la reflexión del problema.

Por su parte, las autoridades contribuyen a simplificar el asunto con acciones efectistas y de alta rentabilidad política, como el montaje que la Agencia Federal de Investigación (AFI) realizó el pasado 9 de diciembre. Un día después de haber capturado a una banda de secuestradores, la dependencia recreó su captura para las cámaras de televisión.

Los medios han construido una forma diferente de percibir el delito. No son ellos quienes crean el temor e interés por los temas criminales pero sí se aprovechan de éstos como de una mercancía rentable.

El filósofo francés Régis Debray escribió alguna vez “Si existe una religión civil y democrática, los medios son su clero. Y como clero, tienen sus propios tribunales, su derecho canónico y gozan del privilegio del fuero eclesiástico. Sin embargo, el poder mediático acostumbra a repartir lecciones de moralidad, mientras su propia actitud adolece de un déficit evidente de normas éticas”. Es preciso que la responsabilidad anime la acción de los medios para que cumplan su función social y estén a la altura que la ciudadanía necesita en tiempos aciagos en los que el miedo puede convertirse en la peor amenaza

Tabla 1. Índice delictivo diario en el DF

	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	Diciembre 2005
promedio diario	190.72	261.16	401.73	461.70	465.43	441.62	437.72	328.77	297.04	282.05	277.83	256.50	237.91
variación %		36.93	53.83	14.93	0.81	-5.12	-0.88	-24.89	-9.65	-5.05	-1.50	-7.68	-7.25

Fuente: PGJDF

Tabla 2. Monitoreo de noticieros Mayo y Junio 2004

Programa	Notas diarias en mayo 2004*	Notas diarias sobre inseguridad en mayo de 2004*	Notas diarias en junio 2004*	Notas diarias sobre inseguridad en junio 2004*
Hechos (TV Azteca)	22.3	3.4	24.7	7.8
El Noticiero (Televisa)	26.6	1.4	28.5	8.4

Fuente: Elaboración propia. *Promedio.

Tabla 3. Principales delitos cometidos en el DF (Variación)

Delito	Mayo 2004	Junio 2004
--------	-----------	------------

Robo a transeúnte	56.58	56.90
Robo a transporte	17.71	18.10
Robo de vehículo	83.29	87.43
Robo a casa habitación	19.48	18.93
Robo a negocio	6.13	13.02
Lesiones dolosas	42.52	36.40
Violación	3.55	3.37
Homicidio doloso	2	2.10

Fuente: Elaboración propia con datos de la PGJDF.

ⁱ Conferencia de prensa del Jefe de Gobierno del DF, Andrés Manuel López Obrador, 18 de junio 2004.

ⁱⁱ Rodríguez Álvarez, Mónica, "La producción de la nota roja en Guadalajara", en *Précis*, Revista Universidad de Guadalajara, núm. 22, Guadalajara, Invierno 2001 - 2004.

ⁱⁱⁱ López Portillo, Ernesto, Reflexiones sobre la construcción de realidades, en: *Violencia y Medios*. INSYDE-CIDE, México, 2004. p 22.

^{iv} Op.Cit. p 23.

^v Puig, Carlos y Vera, Rodrigo, "La petición de Zedillo de suprimir los programas de nota roja en televisión, desestimada", en: *Proceso* núm. 1035. México, 2 de septiembre de 1996.

^{vi} Mejía Barquera, Fernando, "Mentiras Verosímiles", en: *etcétera* No 389. México, 13 de Julio de 2000

^{vii} La cifra negra se compone por delitos no denunciados; aquellos que no dan lugar a una averiguación previa a pesar de haber sido denunciados; ilícitos que fueron sufridos en un solo incidente pero se registran en una sola averiguación previa, y los delitos que por deficiencia del sistema estadístico oficial no quedan registrados.

^{viii} Otra cifra de la ENSI-3 señala que a nivel nacional el 88% de los delitos no quedan registrados en la estadística oficial.

^{ix} El DF ocupa el segundo lugar en incidencia delictiva, después de Baja California que registra 20 mil 720 delitos por cada 100 mil habitantes; Quintana Roo y el Estado de México continúan la lista, mientras que Chiapas es la entidad con menor incidencia delictiva en el país, con menos de dos mil delitos por 100 mil habitantes.

^x Barata, Francesc, "Criminalidad, alarma social y medios de comunicación", en *Criminalia*, Año LXXI, No. 2, Mayo-Agosto 2005, pp.153-154

^{xi} Barata, Francesc, op. cit.

^{xii} Ídem.

^{xiii} Susana Soto, "La influencia de los medios en la percepción social de la delincuencia", *Revista electrónica de Ciencia Penal y Criminología*, núm. 07-09, 2005.



**Estudio sobre medios de comunicación y
percepción de inseguridad pública:
El negocio de la sangre**

^{xiv} Ídem.

^{xv} Tomado de *Violencia y medios*, Marco Lara Klahr y Ernesto López Prtillo Vargas (coords.), Insyde/ Cide, México, 2004.

^{xvi} Ídem.

^{xvii} Citado por Francesc Barata, op. cit., p. 152

^{xviii} Citado por Francesc Barata, op. cit., p 162