Unidad 10

- Los escenarios tradicionales de la investigación.

Los escenarios tradicionales de la investigación

*“Apenas expresamos algo lo
empobrecemos singularmente.
Creemos que nos hemos sumergido en
las profundidades de los abismos y
cuando tornamos a la superficie la
gota de agua que pende de la pálida
punta de nuestros dedos ya no se
parece al mar de que procede.
Creemos que hemos descubierto en
una gruta maravillosos tesoros y
cuando volvemos a la luz del día sólo
traemos con nosotros piedras falsas y
trozos de vidrio; y sin embargo en las
tinieblas relumbra aún, inmutable, el
tesoro.”*

MAETERLINCK

El itinerario tradicional de la investigación sobre violencia, medios y comunicación ha demarcado cierta territorialidad conceptual, desde donde se suelen señalar con impecable precisión los temas, escenarios y protagonistas que deben ser objeto investigable de la problemática en cuestión. Tal demarcación teórica ha dado lugar al nacimiento y desarrollo de no pocas seguridades en la reflexión. Por un lado, están las que comprenden la *violencia* sólo por sus actos manifiestos de criminalidad o delincuencia, y la *comunicación* como un esquema susceptible de ser medido a través de la relación causa-efecto, o como un proceso reducido al estudio de unos *emisores*, unos *canales* y unos *mensajes* que adquieren relevancia en la medida en que se hallan cruzados por ciertas prácticas profesionales –como el periodismo y la industria cultural– que forman parte de lo social. Y del otro lado, se encuentran aquellas seguridades, gracias a las cuales, los *medios de comunicación colectiva* son asumidos como instituciones apéndice –extensión de otras cosas– que tienen como función, o la trasmisión “inocente” de lo que sucede allá afuera, o el control y la reproducción ideológica “manipuladora” del orden social imperante.

Partir del itinerario tradicional que ha servido de piso teórico al debate que aquí nos ocupa, significa entonces adentrarnos en tres territorios definidos. El primero, es aquel donde predomina el estudio de los *efectos* que la comunicación causa en la mente de la masa que diariamente se expone a los contenidos de los mensajes que los medios proporcionan. El segundo, tiene que ver con la lectura ideológica que desde una sociología crítica y una semiología estructuralista se ha propuesto para la investigación sobre los medios, sus mensajes y la sociedad. Mientras que el tercero, corresponde al terreno de la *ética* y su relación con la profesión periodística en el tratamiento informativo de situaciones consideradas de violencia.

Anotando que si se habla de *escenarios tradicionales* no implica que estemos hablando siempre del pasado, de cuestionamientos que ya no son, o de visiones superadas. Y si lo que a continuación sigue es un inventario inacabado de algunos lugares teóricos y modelos metodológicos que han cimentado muchas de nuestras verdades terminadas, es porque lo consideramos pertinente a la hora de rastrear otras huellas que creíamos plenamente confirmadas.

1

El reino de los efectos: Lo que el debate hegemónico deja mirar

Pensada desde una teoría de los efectos, la reflexión sobre violencia, medios y comunicación ha edificado sus presupuestos conceptuales en torno a tres hechos primordiales:

1. Los medios de masas como paradigma de la comunicación.
2. La comunicación como un asunto de transmisión y persuasión.
3. La violencia como un problema que se explica gracias a ciertas teorías criminológicas y del delito, en las cuales ésta supone lo que es agresivo en el individuo, lo “desviado” de la normatividad social y el resultado de aquellos actos que se pueden cuantificar.

La búsqueda, en tal sentido, parece no admitir cuestionamientos: se trata de averiguar –científicamente– los efectos que los mensajes violentos de los medios de comunicación causan en los receptores. O lo que es lo mismo, la incidencia que los contenidos de los mensajes tienen en el aumento o disminución de las tasas de criminalidad, agresividad o delincuencia social.

LUGAR TEÓRICO DE LA REFLEXIÓN

El lugar teórico desde donde se levanta esta reflexión es el que abraza las corrientes estadounidenses de la investigación en comunicación. Por un lado, está la psicología conductista que aboga por mirarlo todo a través del lente *estímulo/respuesta*. Y por el otro, una sociología funcionalista que se anotó el triunfo de simplificar los procesos de comunicación al estudio de unas funciones –para alcanzar determinados fines– unos emisores, unos canales, unos mensajes y unas audiencias sensibles de ser afectadas y, por tanto, *modificadas*.¹

¹Para una mayor contextualización en el tema, véase: Miguel de Moragas, (ed.), *Sociología de la comunicación de masas*, vols. I y II, Gustavo Gili, Barcelona, 1985.

Mauro, Wolf, *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y perspectivas*, Ediciones Paidós, Barcelona, 1987.

Es ahí donde la investigación sobre los efectos de la violencia encuentra su contexto, ya que en verdad no nació como la única preocupación de las corrientes mencionadas, sino como un elemento unido a otros campos de interés que iniciaron su desarrollo teórico en los Estados Unidos en la década de los veinte, logrando su máximo furor en la mitad de la centuria. Y esos campos fueron los que tuvieron que ver directamente con las necesidades de los gobiernos en turno de “homogeneizar las masas en torno al consenso que implicaba el proceso bélico”, con los deseos de los políticos por conocer la influencia que sobre la población habían tenido sus campañas “mass-mediatisadas” y con las ansias de los “industriales y comerciantes por incrementar la eficacia de la publicidad”.²

Necesidades y deseos que dieron auge a una manera muy particular de hacer ciencia. Es lo que Luis Ramiro Beltrán ha llamado *ciencias al servicio del ajuste social*, “orientadas a estudiar la conformidad con las necesidades, metas, valores y normas prevalentes del orden social establecido, de tal manera que ayudaran al sistema dirigente a lograr la normalidad y evitar los comportamientos desviados”.³ Y lo desviado aquí señala la disfunción social, con lo que estudiar, por ejemplo, los efectos de los mensajes de los media y sus influencias en las conductas agresivas y violentas, significa hacer primar en el análisis las repercusiones de los aparatos de masas y la pasiva particularidad de los individuos, quedando por fuera cualquier cuestionamiento a los procesos sociales como espacios articuladores de conflictos y contradicciones más allá de lo *individual-desviado*.

Sobre este lugar teórico fue entonces que se construyó el armazón científico de una teoría de los efectos, de una opinión pública, unas funciones de la comunicación de masas y de una filosofía liberal de las informaciones en las sociedades democráticas. Y si se han presentado fisuras, tanto conceptuales como metodológicas, entre ambas corrientes de la investigación —la psicologista y la sociologista— la cuestión capital que las dota de significado no ha sufrido interpección alguna: Comunicar es, en todo caso, *persuadir*. Y persuadir es buscar efectos.

A título de inventario

Ciertamente, la lista de las investigaciones que buscan encontrar la clave sobre los efectos causados por los *estímulos comunicativos* en determinado público, particularmente por los mensajes que contienen estímulos de agresividad, criminalidad y delincuencia, es bastante amplia. No en vano, el de los efectos continúa para muchos como el modelo que más y mejores seguridades brinda a los investigadores.

Alimentado por estudios que han obtenido su carta de presentación gracias a la interdependencia entre un conductismo preocupado por los receptores (psicología de los receptores) y un funcionalismo atento al análisis de los medios de masas (sociología de la comunicación), el debate sobre los efectos tiende a gravitar en torno a dos momentos fundamentales: *Los efectos negativos* (dañinos) y *Los efectos positivos* (benéficos). Mientras que en un tercer momento, parece ganar

² Jesús, Martín Barbero, *Comunicación masiva: discurso y poder*, Época, Quito, 1978, págs. 21-22.

³ Luis Ramiro, Beltrán, “Premisas, objetos y métodos foráneos en la investigación sobre comunicación en América Latina”, en *Sociología de la comunicación de masas*, vol. I, Escuelas y Teorías, pág. 86.

cada vez más pista otro no menos importante, el de *los efectos acumulativos* (algo así como los negativos pero a largo plazo).

La televisión y, en segundo puesto la prensa, se han constituido en los objetos predilectos para iniciar –y terminar– dicho análisis. Aquí los efectos, sea cuales fueren, nombran el lugar desde el cual se alistan para influir en la masa. Ese lugar es el contenido del mensaje. El mismo que para la relación *violencia-comunicación* adquiere resonancia conceptual en tanto está ocupado por lo violento, sea ésta una violencia escenificada en la ficción o en el drama (películas y dramatizaciones en las que hay muertos, balas, peleas, secuestros, bombas, crímenes, violaciones, etc.), o sea, una violencia referida a sucesos noticiosos que hablan de lo real y de lo que la profesión periodística se encarga de cubrir (asesinatos, confrontaciones bélicas, actos terroristas, delincuencia común, etcétera. Acercarnos a los momentos de la reflexión mencionados, implica transitar el siguiente itinerario en la investigación.

ENFOQUE DE LOS EFECTOS NEGATIVOS

Teoría de los efectos generalizados

Nacida de una inspiración netamente conductista, la teoría de los efectos generalizados es la que con mayor énfasis ha señalado una relación causal entre los medios de comunicación y la violencia. La hipótesis que aglutina esta manera de ver las cosas se podría resumir de la siguiente manera: *A una mayor violencia en los contenidos de los mensajes de los medios, corresponde una mayor violencia en la sociedad.* Lo uno, pues, es directamente proporcional a lo otro. La causa sería los mensajes con contenidos de violencia y el efecto, las conductas agresivas y delincuenciales que éstos despiertan en la población en general.

LAS BASES DE LA CAUSALIDAD

En realidad, se trata de un enfoque que encontró su marco de referencia en los dos modelos teóricos de más alto vuelo y funcionalidad entre sí. Uno: *La teoría hipodérmica*, según la cual “cada individuo es un átomo aislado que reacciona por separado a las órdenes y sugerencias de los medios de comunicación”.⁴ El otro: *La hipótesis de los efectos en cadena*, basada en el presupuesto de que “cualquier noticia (y en general cualquier mensaje) difundida por los medios de comunicación de masas desencadena automáticamente acontecimientos de idéntica, análoga o similar naturaleza”.⁵

La metodología implementada por la teoría en cuestión, se basa en la aplicación de tests, muestras estadísticas, pero sobre todo en la experimentación psicológica con ambientes simulados. La televisión es su principal objeto de investigación. A partir de ella, “se ha medido la agresión en muchachos después de ver una película violenta; se han aplicado tests que miden la agresividad, y se han cons-

⁴ Mills, C. Wright, citado por: Wolf, *op. cit.*, págs. 22-35.

⁵ A ella hace referencia José María, Casasus, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, Mitre, Barcelona, 1985, pág. 157 y sigs. (El paréntesis es del autor.)

truido experimentos de laboratorio con niños que ven programas de televisión violentos y se observa su ulterior comportamiento".⁶

En otros casos, se han realizado no pocos seguimientos a informaciones de prensa que registran hechos de sangre y de violencia, buscando la relación directa entre las franjas de tiempo (ya sean días, semanas o meses) que las noticias de violencia proporcionan, con el índice de comportamientos delincuenciales ocurridos durante el mismo lapso en sectores expuestos a ese tipo de información. Se suele concluir, en algunos de estos estudios, que los días que la prensa dedica mayor espacio a la violencia coinciden con aquellos en que suceden más violaciones, suicidios, asesinatos o actos delictivos.⁷

Lo cierto es que la formulación teórica de los efectos generalizados no sólo ha dirigido su interés a estudiar la influencia negativa de los programas, escenas o mensajes con dosis de violencia, a medir su proporción y a cuantificar sus resultados. Su espectro conceptual ha ido más allá, esto es, se ha ubicado en el plano de pensar sobre aquello que permita demostrar la gran premisa que preocupa a sus investigadores: la causalidad directa entre los medios de comunicación y la violencia en la sociedad. Y para ello, la reflexión encuentra su sustento en algunos presupuestos que podríamos sintetizar así:

- a) Los procesos de comunicación son siempre intencionados y están destinados a un fin, esto es, a producir efectos.
- b) El lugar desde donde son recibidos los mensajes (estímulos comunicativos) es siempre individual, es decir, tiene que ver solamente con la persona vaciada de memoria y de historia colectiva.
- c) Lo único que produce mediaciones entre la comunicación masiva y el individuo-receptor es el mensaje.
- d) Los medios de masas son instrumentos con un alto poder de persuasión en la población.
- e) La violencia social corresponde a un determinismo natural: *Todos estamos cruzados por una patología agresiva que en cualquier momento, y ante la exposición a estímulos violentos, se puede disparar.*

Sólo que tanta seguridad ha quedado a la mitad del camino. A pesar de los incontables experimentos de laboratorio y a las múltiples observaciones mensurables de la investigación en busca de *reacciones pavlovianas* (término de Violete Morin), en la audiencia sometida al poder persuasivo de los medios, las conclusiones no han permitido decir la última palabra sobre la total causalidad en la relación violencia-medios de comunicación. Con lo que la reflexión se ha dirigido hacia otros campos de preocupación.

Teoría de los efectos limitados

Ante la falta de una certeza infranqueable que arroje resultados totalizantes sobre los efectos que los mensajes violentos causan en el individuo, amplios nú-

⁶ Patricia, Pinzón, "Algunos elementos para orientar el problema", en *Televisión y violencia* (Comisión de estudios sobre la televisión y la violencia), Colciencias, Bogotá, 1988, pág. 22.

⁷ Estudios muy frecuentes en los Estados Unidos, véase al respecto Casasus, *op. cit.*, pág. 158 y sigs.

cleos de la investigación en comunicación han replanteado la manera de conducir sus preocupaciones. Las inquietudes han sido trasladadas. Ya no nombran la generalidad sino la sectorialidad, con lo que la hipótesis aglutinante del enfoque de los efectos negativos desplaza su interés a lo siguiente: *A una mayor violencia en los mensajes de los medios de comunicación corresponde, no una mayor violencia en la sociedad, sino en ciertos sectores que por su fragilidad cultural y predisposición psicosocial son blanco fácil de las conductas agresivas y delincuenciales que despiertan dichos mensajes.*

Y esos sectores no son otros que los reseñados a continuación:

- a) Los niños y los jóvenes, que por su fragilidad intelectual –no manejo de la cultura letrada– viven en condiciones de completa pasividad frente a los mensajes y sus contenidos de violencia.
- b) Los individuos con temperamentos agresivos, que por su misma condición viven la violencia como una enfermedad y una desviación que los predispone a la agresión.
- c) Y en general aquellos sectores de la población que viven en ambientes económicos y sociales desfavorables que los obligan a comportamientos violentos como una forma de subsistencia, y entre los cuales se destacan las clases bajas, carentes de educación y en constante fracaso por su imposibilidad de ascenso social.⁸

DE LA "AGUJA HIPODÉRMICA" A LA "EXPOSICIÓN SELECTIVA"

Planteadas así la reflexión, el cuerpo teórico que le brinda su razón de ser continúa inamovible. Ya los mensajes no actúan como una *aguja hipodérmica* que afecta a todos por igual sino a determinados grupos, pero que los medios de comunicación engendran la violencia, no tiene discusión. De tal suerte, que se pasa de los métodos netamente experimentales de la psicología de la conducta, a una confluencia psicosociológica encabezada por las propuestas de la investigación funcionalista estadounidense,⁹ pero eso sí, el modelo efectista persiste en su durabilidad.

Para la teoría de los efectos limitados, los procesos de comunicación siguen siendo intencionados (en el emisor) y destinados a producir efectos. El lugar de los receptores es su individualidad pero –he ahí el gran desplazamiento– atravesada por las influencias de los grupos de referencia de los cuales hacen parte. Mientras que los medios de masa continúan como instrumentos de persuasión, aunque el poder de sus mensajes es cuestionado en la medida en que éstos no logran cambiar las actitudes allí donde están realmente cimentadas.¹⁰

Asimismo, el telón de fondo conceptual que envuelve a los sectores de la población más vulnerables a los contenidos violentos de los mensajes, está en estre-

⁸Véase al respecto: Pinzón, *op. cit.*, pág. 21 y sigs.

⁹Línea teórica que encontró en Harold Laswell, Paul Lazarsfeld, Robert Merton, J. Klapper, H. Gaudet, E. Katz, Bernard Berelson y Wilbur Schramm; entre otros, a los máximos representantes del área de la comunicación. "Padres", todos ellos, en lo que se dio en llamar la Mass Communication Research. Véase al respecto las obras de Miguel de Moragas y Mauro Wolf, señaladas en la bibliografía.

¹⁰Véase los ensayos de Miguel de Moragas, Gianni Stetera y Luis Ramiro Beltrán, en *Sociología de la comunicación de masas*, vol. I, *op. cit.*

cho vínculo con las concepciones de lo social y las funciones que en el sistema realizan los medios de masas. Según esto, en la sociedad existe una *ley de exposición selectiva*¹¹ que le da al individuo la capacidad de aceptar o rechazar aquello que le viene de los medios. Tanto más nivel cultural tenga, mayor estatus social proyecte y más interacción grupal movilice, mayor será su experiencia para rechazar, en este caso los contenidos violentos —y disfuncionales— de los medios. Pero mientras menos nivel cultural posea, menor estatus social proyecte y menos influencia reciba de su grupo de referencia (la familia, los amigos, el trabajo), menores serán sus defensas para distinguir y, por ende, rechazar los estímulos comunicativos cargados de violencia.

Con esto, la teoría de los efectos limitados, no hace otra cosa que insistir sobre la presencia de dos tipos de receptores: los **activos** y los **pasivos**. Los primeros, serían aquellos con acceso a una cultura letrada, dominadores del conocimiento de las cosas, buena movilidad social y no propensos a patologías de agresividad. Los segundos, aquellos que, o llevan dentro un “espíritu maligno” o todavía no saben nada de la vida, vacíos de educación y, en esencia, ignorantes. No hay que pensar demasiado para saber en torno a cuál de estos dos grupos está presta a enseñorearse la violencia que proviene de los medios de masas. La respuesta es obvia.

De este modo, pensar la mediación es pensar los mensajes y los efectos que producen, claro que con un arandela más, no explícita —aunque no desconocida— por la teoría anterior: *La educación*. Para los efectos limitados la única mediación que se acepta, fuera del mensaje manifiesto, “es la educación y ésta entendida como acopio de conceptos y valores que inmunizarán al sujeto contra el maléfico influjo de los medios masivos de comunicación”.¹² La suerte, pues, está echada. Sólo lo culto nos hará activos y, ajenos a cualquier brote de violencia que salte de nuestra mentalidad.

Desde esta perspectiva, el armazón metodológico del cual se ha servido la investigación también ha estado en lo suyo: confirmar a los investigadores sus certezas conceptuales. La mejor forma de hacerlo es enfocando la reflexión hacia dos operaciones del proceso. Una, la exploración de los mensajes. La otra, el registro de las reacciones de las audiencias ante esos mensajes. Es lo que se conoce como los métodos del *análisis de contenido* y la *encuesta por muestreo*, respectivamente.

Como ya no se trata de emular a Pavlov y sus experimentos de laboratorio para llegar a los efectos, lo que ambos métodos proponen son otros caminos menos experimentales y más sociales, menos empíricos y más científicos, que marchen hacia la *descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones*,¹³ y hacia un trabajo de campo que pregunte a las audiencias los

¹¹ Término utilizado por Lazarsfeld, Berelson y Gaudet en sus estudios sobre el consumo de los medios masivos y el comportamiento del público estadounidense en campañas electorales. Véase al respecto Paul Lazarsfeld y Robert Merton, “Comunicación de masas, gustos populares y organización social”, en *Sociología de la comunicación de masas*, vol. II, Estructuras, funciones y efectos, *op. cit.*, págs. 22-49.

¹² Patricia Anzola y Hernando Martínez, “La actividad del televidente”, en *Televisión y violencia*, *op. cit.*, pág. 147.

¹³ Esta es la definición del tradicional Análisis de contenido puesto en práctica por Bernard Berelson. Véase Casaus, *op. cit.*, págs. 31-36.

motivos y reacciones frente a los estímulos provocados por los medios en masa.

La fórmula es clara: medir lo que se deja medir y cuantificar lo que se pueda cuantificar. Nada más adaptable al esquema que medir, por tanto, la violencia de lo manifiesto en los mensajes de las balas, las muertes, las peleas y los actos delictivos, y buscar las reacciones directas que ante ello emiten ciertos sectores de la población, utilizando exhaustivos cuestionarios que acaban preguntando lo que el abogado acusador temía antes de interrogar al acusado: Demostrar las sospechas de su culpabilidad. En este caso, confirmar que todos los caminos conducen al terreno estímulo/respuesta, en el que la posibilidad de *ruido*, es decir, de otras formas de “leer” tan sólo se vislumbran como una distorsión en la recepción. Y como tal, apenas si cuenta como “error”.

Investigación sobre los efectos negativos en Colombia

La seducción teórica causada por esos caminos pareciera no dar lugar a dudas entre los sectores de la investigación en comunicación que pugnan por abrirlo todo con la llave maestra de los efectos. Ni siquiera el contexto de un país como Colombia, donde los procesos sociales han generado una cantidad de conflictos no resueltos que nombran de múltiples formas lo violento, ha permitido a los investigadores preocupados por los efectos, replantear la relación violencia-medios de comunicación, más allá del terreno estímulo/respuesta.

A pesar de la precaria sistematización bibliográfica con la que es necesario toparse a la hora de intentar cualquier balance al respecto, se pueden advertir dos tendencias en la discusión. La primera; es aquella que resuelve la reflexión por medio de la proliferación de comentarios de prensa elaborados por editorialistas, columnistas, críticos especializados y, en general, por cualquiera que se sienta con el derecho suficiente para hablar sobre el influjo pernicioso de los medios de comunicación, con la televisión a la cabeza.¹⁴ La segunda; es una investigación de campo propiamente dicha que tiene en los trabajos de María Josefa Domínguez y Gustavo Castro Caicedo a sus dos principales representantes.¹⁵

EL LIBRO ROJO: LA TELEVISIÓN COMO “ESCUELA DEL CRIMEN”

Es en este estudio sobre el cual detendremos un poco la mirada. Más que hablar de sus hallazgos, expondremos algunas de las bases conceptuales que recorren la investigación. Para comenzar, en él convergen, entre otras, las siguientes preocupaciones principales:

- a) El poderoso influjo que un medio de comunicación como la televisión tiene en vastos sectores de la población.

¹⁴ Una buena selección de dicho material se encuentra en Castro Caycedo, Gustavo, *El Libro Rojo, Televisión, crimen y violencia*, Presencia, Bogotá, 1988.

Considérese también el análisis de prensa realizado por Carlos Eduardo Jaramillo y Carlos H. Gómez, en torno a lo escrito sobre violencia y TV durante 1982-1987, publicado en *Televisión y violencia*, op. cit. págs. 64-120.

¹⁵ Véase María Josefa, Domínguez, *Los niños y los medios de comunicación social*, ICFES, U.I.S., Bogotá, 1985.

- b) La programación de la televisión colombiana como una “escuela” que está reforzando y estimulando en los grupos más vulnerables, conductas violentas y delincuenciales.
- c) La incapacidad de muchos colombianos (entre ellos los niños, los pobres y los delincuentes), de ejercer una actitud crítica e intelectual frente a los mensajes televisivos, convirtiéndose en simples consumidores pasivos que imitan lo que aprenden en la televisión.
- d) La concepción de unos medios de comunicación como aparatos tecno-mercantiles e ideológicos que por su “mal” manejo se encuentran incidendo negativamente en nuestra sociedad.
- e) La visión de una comunicación explicable mediante el esquema:

Emisor-mensaje-receptor-efectos

En el que cada fase es ajena a la otra, analizables tan sólo por las “estrategias” de que se valen los unos y las “ignorancias” con que reciben los otros.

Asumida la violencia desde la noción de delincuencia y criminalidad, y la televisión desde su programación recreativa, Gustavo Castro consigna en su *Libro rojo, elementos probatorios* que demuestran de qué manera la televisión se ha constituido en una “escuela del crimen” y del desmoronamiento de los valores a lo largo del país. Con una metodología en la que se aprecia la investigación de campo y la recopilación bibliográfica de estudios y comentarios sobre la relación violencia-televisión, el autor presenta lo que conforma el libro: Por un lado, los reclusos de 15 cárceles en 13 ciudades del país, afirmaron, en su gran mayoría, cómo “la televisión o el cine influyeron en su comportamiento delictivo o violento, o en el de los demás reclusos”.¹⁶ Y del otro, el sustento teórico que establece el nefasto poder del aparato televisivo.

Más allá de descalificar este estudio y su inquietud por la regulación de una televisión con contenidos edificantes, lo que cuestionamos es el determinismo con que se mueve para enmarcar la reflexión sobre violencia y medios de comunicación al interior de tres esquemas fundamentales:

1. Aquel que ve en la violencia sólo la delincuencia y en la televisión, el sinónimo exclusivo de un poderoso aparato de persuasión que, como el Rey Midas, convierte en efecto todo lo que toca.
2. La idea de que la única relación posible entre los medios y su público es a través del modelo estímulo/respuesta en donde las preguntas se dirigen hacia lo que los primeros le hacen a los segundos, sin interrogar siquiera los códigos culturales puestos en práctica en el momento de la recepción, el lugar que los medios ocupan en la vida de su público y las demandas que éstos le hacen a los primeros.
3. La idea de que toda solución lleva implícito el control.

Es ese determinismo con el que no estamos de acuerdo. Pues lo que él recalca, es una concepción de comunicación centrada en el medio –en este caso la te-

¹⁶ Castro Caycedo, *op. cit.*, pág. 35.

levisión— y no en los procesos, quedando por fuera del análisis, para decirlo en palabras de Jesús Martín Barbero, “no sólo la actividad que los sujetos sociales —clases, etnias, regiones, sexos, generaciones— realizan en la apropiación de los mensajes (. . .) sino las mediaciones que en Colombia implican el desgaste de las instituciones políticas y la profunda fragmentación cultural y social que aún vive el país”.¹⁷

¿Y qué reflexión se efectúa de esto último, es decir, de los sujetos sociales y las mediaciones que pone en juego un medio masivo como la televisión para representar lo que sucede en nuestra sociedad? Para lo uno, la validez de una *teoría de la recepción*, según la cual, en Colombia la mayoría de los sujetos forman parte de un *grupo de alto riesgo* fácilmente manipulable por los efectos nocivos de la televisión, definibles bajo la siguiente consideración:

No sólo los niños y los jóvenes son vulnerables a los mensajes de la televisión (. . .) Hay otros grupos inmensos, vulnerables a la influencia negativa de la televisión, conformados por adultos psicológicamente inmaduros o inestables, los mal nutridos, los desempleados, los analfabetos, los sectores sociales de muy bajos ingresos, quienes tienen relaciones deficientes con sus padres, familiares o vecinos, quienes sufren problemas patológicos, enfermedades mentales, aislamiento y frustración. Y, en general, quienes tienen desventajas sociales, “propensos” a la violencia y al crimen en sus diferentes manifestaciones.¹⁸

Analizar la televisión (los medios), se convierte en un asunto de denunciar el peligroso poderío *tecnoideológico* que maneja el aparato, y en consecuencia, observar las reacciones que los mensajes le producen a una masa aislada de su contexto y su cultura.

La televisión es un medio tan poderoso que para captarla sólo basta con tener ojos. Ella está dirigida a las muchedumbres, pero también a la soledad del hombre, y es ahí cuando más peligrosa puede resultar si el hombre está desesperado, necesitado, alterado o en ánimo propicio de delinquir. En las montañas, en los pequeños pueblos, en el campo, en las habitaciones de los hospitales, en las cárceles, en las casas humildes, en las mansiones lujosas o en los tugurios, en todo el país está la televisión con sus mensajes de odio y de violencia.¹⁹

Pero ¿cómo pensar entonces lo anterior desde una teoría de los efectos que “olvida” conectar la reflexión allí donde ésta cobra vida, en los procesos y prácticas sociales a través de los cuales la gente vive las humillaciones y exclusiones cotidianas, la inseguridad ciudadana, la pérdida del espacio público, el desarraigo cultural, las transformaciones familiares, la urbanización de la existencia y el ensimismamiento en lo privado, que no son simples cuadros estadísticos ni funcionan como elementos desconectados en el análisis de la incidencia de los medios en una sociedad y en lo que en ella se torna significativo o no?

¹⁷ Jesús, Martín Barbero, “TV ¿Chivo expiatorio?”, en *El Tiempo* (Lecturas Dominicales), noviembre 27 de 1988, pág. 4.

¹⁸ Castro Caycedo, *op. cit.*, págs. 28, 246.

¹⁹ *Ibid.*, pág. 394.

"PANTALLA CHICA": OTRA EVIDENCIA DE SU CULPABILIDAD

Ni la Comisión de Estudios sobre la Violencia, reunida por el gobierno de Virgilio Barco para realizar un diagnóstico sobre las múltiples violencias que nos cruzan, pudo escapar a la seducción del esquema en mención. En su capítulo dedicado al análisis de *Violencia y medios de comunicación*, se deja leer el siguiente aporte refiriéndose al caso concreto de la televisión:

Desafortunadamente, las investigaciones sobre los efectos de la llamada "pantalla chica" en el país no son numerosos, pero sus resultados, aunque escasos, son preocupantes. Ya es un hecho aceptado por los investigadores del medio en el país aquella conclusión a la que llegó el Instituto de Salud Mental de los Estados Unidos en el sentido de que la violencia televisada engendra más violencia.²⁰

Tal preocupación encontró su demostración en un hecho alarmante por demás:

En resumen, sobre el fenómeno de la violencia en televisión, podemos decir que si en Colombia no llegamos aún a que un niño antes de cumplir sus catorce años haya visto por televisión 18 000 asesinatos, como sí sucede en los Estados Unidos, es porque aquí sólo tenemos dos canales comerciales.²¹

Alguien podría objetar, sin embargo, que planteamientos como los anteriormente señalados son imprescindibles en el momento de reflexionar sobre la responsabilidad que tienen los medios de comunicación, en el agrietamiento de factores de convivencia social tan fundamentales como el derecho a la vida y el respeto a la diferencia. Y tiene toda la razón. Sólo que el problema radica en confundir estas pruebas con conclusiones absolutas que no dan la posibilidad de hacer dos tránsitos en el debate: El de los medios a otro escenario donde su estudio no se reduzca a señalar incuestionables *chivos expiatorios* en quienes se descargan todos nuestros males, llenando de *inocencia* a las demás esferas de lo social como si fueran meros numeritos. Y el de la violencia a otros campos que desborden su sola contabilidad.

Tampoco se trata de llenar de *inocencia* esta vez a los medios. Ni negar la incidencia que éstos tienen en la conformación y deformación de las imágenes que nos hacemos de nosotros y de los otros. Aquí el interés nombra otra inquietud en la investigación: Articular "el análisis sobre los medios de comunicación y la violencia, con el estudio general de la violencia en Colombia, evitando hacer un estudio aislado como si la problemática de la comunicación estuviera por fuera de la problemática social general, a un lado de la historia y de la conformación de la sociedad civil y el Estado".²²

Pero si el enfoque de los efectos negativos no permite la pluralidad en el análisis, muchos menos lo tolera su "contrario", el de los efectos positivos.

²⁰ *Colombia: Violencia y democracia* (Comisión de estudios sobre la violencia), Colciencias, Universidad Nacional, Bogotá, 1987, pág. 144.

²¹ *Ibid.*, pág. 394.

²² Amparo, Cadavid, "Comunicación y violencia: Hacia la construcción de un terreno para el debate", en *Controversia*, núms. 153-154, CINEP, Bogotá, 1989, pág. 226.

ENFOQUE DE LOS EFECTOS POSITIVOS

Teoría de la catarsis

Pensada desde una psicología igualmente conductista, y alimentada por argumentaciones antropológicas y sociológicas, la teoría de la catarsis niega cualquier efecto nocivo por parte de los mensajes violentos de los medios. De acuerdo con los investigadores que abrazan tal enfoque, la exposición continua de los contenidos de violencia, no sólo no incita a ninguna clase de agresividad, sino que sus efectos son todo lo contrario: remedian las reacciones agresivas de la conducta humana.²³

Así las cosas, los medios de comunicación dejan de ser considerados como verdaderos *Leviatanes* para convertirse en *agentes canalizadores de comportamientos violentos y agresivos propios de la naturaleza humana*. La violencia en ellos, opera cumpliendo una función social: "Satisfacer, de alguna manera, y canalizar así tales instintos violentos reprimidos de modo que no trasciendan de cada individuo y no perturben la buena marcha de lo social".²⁴

El efecto remedial consiste, entonces, en que gracias a la contemplación de lo violento que proviene de los medios, el individuo puede desarrollar en sus fantasías personales toda la carga de instintos agresivos de los que está hecho, reduciendo notablemente de su comportamiento en la vida real, cualquier dosis de violencia. "Con lo cual a las tradicionales funciones asignadas a los medios de comunicación (informar, educar, distraer) se añade otra: la función psicoterapéutica."²⁵

El asunto aquí no es negar la posibilidad de investigación a la que ha dado lugar el nivel de la fantasía, que desde disciplinas como el psicoanálisis se ha abordado en su relación con el inconsciente, lo simbólico y el imaginario social, sino poner en cuestión la manera cómo desde un psicologismo conductista ésta ha sido tratada: Desde la inexorabilidad natural vaciada de historia y relaciones de cultura.

CATARSIS Y VIOLENCIA

De suerte que hablar de la catarsis significa poner a funcionar lo instintivo, aquello que debe ser satisfecho para ser liberado. Argumento que tiene su trasfondo: A la gente le gusta lo violento, la sangre, los crímenes, lo morboso, porque esto satisface sus instintos, y en la medida en que lo hace, se libera hasta el próximo momento. El problema reside en cómo canalizar esos instintos de modo que no afecten "la buena marcha" de la sociedad.

La violencia supone, pues, aquella tensión que forma parte de la "mitad-bestia" que todos llevamos tras de nosotros. El determinismo sigue siendo el mismo por el cual aboga la teoría de los efectos generalizados: Somos violentos porque nuestra naturaleza es así. La diferencia está en que ahora la "bestia" ya no pone en marcha sus

²³ Entre los que figuran Leonard Berkowitz, S. Feshback y R. Singer. Véase Patricia Pinzón, *op. cit.*, pág. 23 y sigs.

²⁴ Amparo, Moreno, "Medios de comunicación: Incomunicación y violencia", en *El viejo Topo*, núm. 4, enero de 1977, pág. 20.

²⁵ *Ibid.*, pág. 20.

instintos criminales sino que los satisface de otra manera, impidiéndoles su acción.

He aquí la necesidad de una aclaración. Cuando hablamos de un cuestionamiento al *determinismo natural*, no estamos aludiendo a una naturaleza humana fuera del conflicto, la agresión y la contradicción en las relaciones con uno mismo, con los otros y con el entorno.

Si en algo ha sido oportuno el psicoanálisis y las modernas teorías de las psiquiatría y la criminología es en replantear dicho determinismo, pero también su contraparte, esa “visión paraíso” que no pocos buscan emparentarle a la existencia humana como condición ideal.²⁶

De acuerdo con los avances de estas teorías, la violencia como fenómeno humano y social no es la consecuencia de factores hereditarios o genéticos propios del individuo contra los cuales nada se puede hacer, ni hay que buscar sus conexiones sólo en los comportamientos enfermos o sicópatas en el sujeto, como tampoco obedece exclusivamente a lo que está fuera de él, allá en los otros, en lo externo.

Ni su causa única es nuestra naturaleza agresiva —que la tenemos— ni su remedio es la construcción de “paraísos” donde vivamos carentes de conflictos, repletos de bondad y de armonía. El asunto de la violencia es más complejo, forma parte de un proceso de interacciones y relaciones cruzadas por una historia, una memoria individual y colectiva, una estructura social, una organización de poderes, unas maneras de vivir, de mirar las cosas, de solucionarlas, de concebir el conflicto, la contradicción, de percibirse uno, de percibir al otro, etc., que requiere de múltiples visiones tanto internas (en el sujeto) como externas (en la sociedad). Por el momento continuemos, una vez hecha la aclaración, con lo que aquí nos interesa.

LOS MEDIOS: ¿ELLOS QUÉ CULPA TIENEN?

A pesar de que entre los investigadores en comunicación, la teoría de la catarsis no cuenta con los seguidores suficientes como para destronar al enfoque de los efectos negativos como línea hegemónica de la investigación tradicional, sí acoge a no pocos difusores que en forma *silvestre* plantean sus ideas.

Según una funcionalización práctica que se hace de esta teoría, se suele señalar que la gente siente cierta atracción por las páginas, secciones o noticias construidas a partir de sucesos de sangre y de violencia como consecuencia del espíritu morboso que la asiste. Cuando los sondeos de lectura de prensa —pero también de radio y televisión— dan como resultado que la gente muestra preferencia por las noticias o programas de violencia, la respuesta para estos psicólogos de la masa tiende a ser calcada: es que a la gente le gusta la sangre, qué le vamos a hacer. Eso es lo que vende. Con lo que la solución termina siendo la misma: mayor responsabilidad por parte de los productores de los mensajes —he ahí la gran receta—

²⁶ Para una mejor comprensión de lo dicho y una mayor contextualización de estas teorías, véase Estanislao, Zuleta, *Psicoanálisis y criminología* (Colección Espejo), Medellín, 1986.

El pensamiento psicoanalítico, Percepción, Medellín, 1985.

Alfredo de los Ríos, “De la agresión a la violencia social”, en *Boletín epidemiológico de Antioquia*, núm. 1 (Memorias del primer encuentro nacional de salud), Medellín, enero-marzo de 1988, págs. 20-30.

para no alimentar en demasía esa tensión reprimida que la gente siente por lo macabro.

Los medios de comunicación son los actores inocentes de la historia. Nada más programan e informan lo que a la gente le gusta, lo que a la masa le atrae. Son apenas canalizadores psicoterapéuticos de la apetencia popular. Y si lo popular responde a las exhaustivas encuestas de opinión un **sí** por lo violento (la otra alternativa es decir **no**) es debido a la realización de sus deseos por ver correr la sangre en los mensajes que contemplan. ¿Acaso la historia de la humanidad no está llena de violencia? Es lo que acaban pregonando los adoradores de tales planteamientos como excusa de lo que en realidad los conmueve: sus intereses comerciales con sus consecuentes visiones “estadísticas” de la masa.

Todo este paraíso intelectual no sería tan débil en las estructuras que lo conforman si no estuviera protegiendo lo que no se deja proteger: la visión catártica de unos pensadores, según la cual, público es sinónimo de masa, masa es igual a impulsos reprimidos, medios lo mismo que instrumentos y comunicación cuestión de efectos, en este caso positivos, claro está. Lo dicho, el fantasma estímulo/respuesta no deja de rondar.

ENFOQUE DE LOS EFECTOS ACUMULATIVOS

Teoría de los efectos a largo plazo

Nacida en las huestes de un funcionalismo más moderno, la teoría de los efectos a largo plazo se ha convertido en la nueva tendencia a considerar por parte de la investigación que sigue los parámetros efectistas.²⁷ Aunque su centro de interés se encuentra en el campo de la opinión pública, algunas de sus principales propuestas han caído con fuerza en el estudio sobre los medios de comunicación y sus relaciones con la violencia. Anotando que esto último el estado de la reflexión no es de tanta trayectoria que posibilite, al menos, un mejor acceso bibliográfico.

A diferencia de los enfoques anteriores, aquí las preguntas giran en torno a tres presupuestos primordiales:

1. La influencia de los medios de comunicación no radica en su poder de persuasión, sino en la capacidad de organizarle a la gente, los temas sobre los cuales debe pensar.
2. Los efectos que los medios generan no operan sobre la conducta directa de la audiencia, sino que se dirigen hacia la modificación de normas y valores.
3. La imagen que el público tiene de la realidad social no está mediada sólo por un mensaje con efectos a corto plazo, sino fundamentalmente, por un proceso de significación a largo plazo en el que los medios organizan y modifican opiniones y creencias.²⁸

²⁷ El tema es tratado con profundidad por: Mauro, Wolf, *op. cit.*, págs. 158-200.

²⁸ *Ibid.*, pág. 163 y sigs.

LOS EFECTOS SON OTROS

Ciertamente, son desplazamientos que han brindado la oportunidad de asumir los medios de comunicación como instituciones socializantes cuya función social primordial es la trasmisión de normas y actitudes que tienen gran peso e influencia en la sociedad.

De esta manera, la relación violencia-medios señala, ya no la causalidad directa que hace que al contemplar un mensaje violento se dispare la agresividad o la catarsis en el receptor, sino el impacto que tal mensaje puede causar en la mente de ese mismo receptor, modificando paulatinamente sus valores de solidaridad, por los de individualidad, sus normas de moralidad por las de inmoralidad y sus capacidades de asombrarse por actitudes de insensibilidad, etc., ocasionando con ello la penetración de valores violentos en la sociedad.

Algunas investigaciones realizadas en los Estados Unidos, por ejemplo, recalcan que la exposición a los contenidos violentos de los medios, no despierta tanto lo agresivo como sí la insensibilidad en el receptor frente a hechos de violencia ocurridos en la vida diaria. Otros coinciden en afirmar que los efectos negativos generados por el mensaje, no atacan directamente al receptor volviéndolo un delincuente en potencia, sino que, todavía peor, le llevan a que funcione la violencia y la acepte como algo necesario a la hora de resolver ciertas situaciones, o en el momento de conseguir determinados fines.²⁹

Con todo, se trata de un enfoque que cada día gana más en conceptualización. Incluso sus interrogantes, que parten de analizar el significado que los medios de comunicación tienen en la construcción de lo social, guarda una que otra similitud con otras líneas de investigación como la de la *comunicación y la cultura*. Sólo que el desarrollo de los mismos tiende hacia escenarios diferentes.

MATIZAR NO CUENTA

Pues por más desplazamientos en la forma de conducir la investigación en comunicación, lo que las distintas teorías de los efectos no consienten es repensar, precisamente, el escenario de su referencia: *los efectos*. Mirada desde ahí, la relación violencia-medios siempre enfilará sus baterías hacia lo que los medios *le hacen* a su público, y por consiguiente, a la sociedad. La reflexión se vuelve un claroscuro que no admite matiz alguno. Y matizar en este caso implicaría:

1. Ubicar a los medios en el campo de las mediaciones.³⁰ Es decir, dejar de pensarlos como paradigmas exclusivos de la comunicación para asumirlos dentro de la complejidad de los procesos sociales de significación y construcción de sentido, que son los que en realidad hacen comprensibles las transformaciones sufridas por los mismos medios y sus usos.³¹ Al igual que dentro de sus conexiones con otros espacios de lo social como las instituciones políticas, religiosas, la escue-

²⁹ Véase María Cristina, Villegas, "La violencia en televisión y sus efectos", en *Televisión y violencia*, *op. cit.*, págs. 197-198.

³⁰ El en sentido que le dan al término Manuel Martín Serrano y Jesús Martín Barbero.

³¹ Jesús, Martín Barbero, "Por unas políticas de comunicación en la cultura", en *Gaceta*, núm. 1, marzo-abril de 1989, pág. 41.

la, la familia, el trabajo, la calle, el barrio, las relaciones de amistad y de vecindad, las experiencias colectivas, etc., que no operan como simples ruedas sueltas en el proceso de indagar por el papel que los medios masivos cumplen en la edificación de una comunidad.

2. Invertir el estado de las preguntas, de modo que comunicar no sea síntoma inequívoco de averiguar lo que los medios le hacen a la gente, sino parte integral de un proceso a través del cual, lo otro también cuenta, también vale y también obliga a pensar las relaciones que los medios entablan con lo social desde ese lugar otro, “el de las resistencias y resignificaciones que se ejercen desde la actividad de apropiación, desde los usos que los diferentes grupos sociales –clases, etnias, generaciones, sexos, etc.– hacen de los medios y sus productos masivos”.³²

3. Pasar del estudio de los efectos lineales al campo de las *mutaciones culturales* (término de J. M. Barbero). Esto es, ir de la persuasión individual a la interpelación social, del moldeamiento medible al intercambio difuso, de la modificación en la conducta a la negociación en el sentido, del influjo todopoderoso de los unos a las resignificaciones de los otros y de la reacción puntual a la percepción cultural, mutable y en conflicto. Situación que, a su vez, requiere explorar nuevos terrenos: Ya no cómo los mensajes trabajan la mente aislada de los individuos sino cómo la mente, el sistema cultural y el imaginario social, “esa tupida red de mitos antiguos y modernos de la que estamos hechos, esa trama de imágenes desde las que trabajamos y deseamos”,³³ ordena, codifica y reelabora los mensajes, los dota de sentido y de función. Y con esto:

El problema a afrontar es de qué modo cambia la relación de los usuarios con lo real y la experiencia de los hechos por el contacto con la representación. Pero entonces lo que hay que interrogar no es un “efecto”, sino la nueva percepción del mundo que engendra la espectacularización: esa sensación de llenura en el vacío, esa reducción de tensión, esa sensación de participación que engendra la satisfacción de ver.³⁴

4. Mirar entonces los mensajes ganando en el contexto. Por un lado, desde sus relaciones de *producción*: aquello que les da vida, las rutinas que hacen posible su puesta en escena, los dispositivos a través de los cuales hablan, las formas como lo hacen, las imágenes de realidad que recogen, ordenan y reenvían, las propuestas de sociedad que elaboran, los “órdenes sociales” a los que aluden, el imaginario desde donde se “fabrican”, pero el que también fabrican, en fin, las maneras de ver el mundo y entender el mundo de que están hechos y las visiones que desde allí proponen. Por el otro lado, desde sus relaciones de *recepción*: los lugares sociales desde donde son “leídos” los mensajes, las maneras de ver el mundo y entender el mundo desde donde son recibidas las propuestas que éstos realizan, las complicidades o resistencias que allí entran en juego, el cambio en la percepción cultural que el choque genera, los nexos, las tensiones que se revelan, el imaginario que permite la identidad con el mensaje o que posibilita su tropiezo, es decir, los procesos de cultura que el contexto verifica.

³² *Ibid.*, pág. 40.

³³ Jesús, Martín Barbero, “De la transparencia del mensaje a la opacidad de los discursos”, en *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, Gustavo Gili, México, 1987, pág. 42.

³⁴ *Ibid.*, pág. 45.

5. Orientar nuevas coordenadas que habiliten nombrar la violencia más allá de los mensajes que sólo hablan de lo violento-manifiesto para ubicarla como un *fenómeno social de larga duración* vinculada a los procesos de construcción de lo social.³⁵ Lo cual significa desbordar el análisis que tiene como eje principal el recuento de las balas, las agresiones y las muertes por otro más plural en el que podamos preguntar por el orden social desde el cual se dice qué es violencia y qué no lo es, por los modos de ver y asumir la realidad que tienen los distintos sectores sociales, por las situaciones de conflicto y las maneras en que éstos encuentran mediación, por los procesos que degeneran en relaciones de fuerza y exclusión, lo mismo que por las imágenes que como colectividad hemos ido construyendo acerca de la violencia, sus lugares, protagonistas, hechos y mecanismos de solución. Pero en un escenario donde la única forma posible de relación comunicante entre unos medios y unos públicos descansa en las respuestas que se deben dar frente a los estímulos que hay que recibir, lo diferente no cuenta. El modelo mismo se encarga de su defunción.

³⁵ Aunque más adelante se hablará del mismo asunto. Véase Gonzalo, Sánchez, "Los estudios sobre violencia: Balances y perspectivas", en *Pasado, presente y futuro de la violencia en Colombia*, CEREC, Bogotá, 1986, págs. 11-36.

2

El gobierno de lo ideológico: La discusión desde la "Lectura crítica" de los mensajes

Para los que negaban el funcionalismo dominante, el auténtico conocimiento tenía otro rostro: la materialidad del lenguaje, la materialidad de las ideas, las estructuras de significación que se ocultaban bajo la superficie del discurso y que debían ser develadas de manera implacable.

HÉCTOR SCHUMCLER

Hoy, por cierto, le debemos al denunciismo un mejor conocimiento de algunos factores estructurales que intervienen en el funcionamiento de la comunicación social. También le debemos, en el lado opuesto de la luna, una buena carga de ideologización paralizante, de prejuicios y apriorismos que pesan en cada uno de nosotros mismos cuando enfrentamos la problemática comunicacional.

RUBÉN SERGIO CALETTI

LA OTRA ORILLA DE LA REFLEXIÓN

Frente a una investigación en comunicación en que la inquietud principal se ha centrado en la búsqueda que conduzca a señalar efectos, los olvidos han teni-

do nombre propio: el contexto social en el cual se verifica el proceso de comunicación y significado social.

Desde otra orilla de la reflexión teórica, enfrentar tamaño olvido constituyó el eje de su articulación. Estamos hablando de aquella investigación que hoy solemos llamar con el apelativo de *crítica denunciante o ideológica*, la cual definió su recorrido teórico pugnando por una visión globalizante de lo social y sus procesos. Con una aclaración: globalizar quería decir resaltar en el análisis la importancia de conocer el modo de producción sobre el que se levanta una sociedad, sus relaciones socioeconómicas y los aparatos de reproducción ideológica a través de los cuales se procrea y perpetúa el poder.³⁶

El mapa histórico y social que vio nacer y madurar esta etapa de la investigación —y de la acción— fue el que tuvo como testigos a las décadas de los años sesenta y setenta. La revolución cubana, la Alianza para el Progreso, el imperia-lismo estadounidense el socialismo soviético, las nuevas izquierdas europeas, las luchas populares, el militarismo y los movimientos guerrilleros en América Latina, los desarrollismos económicos; Vietnam. . . es sólo el nombre que ahora le damos a los múltiples procesos que en ellas se vivieron, y ante los cuales la utopía para muchos parecía ser una: cambiar el mundo.

Bajo el influjo del reverdecimiento general de los movimientos de masas y las esperanzas de cambios profundos en la sociedad, así como la circulación masiva de un marxismo agitador y escolástico, las ciencias sociales se vieron envueltas en el gigantesco esfuerzo de dar al cambio que se creía en ciernes, fundamento, justificación y perspectiva.³⁷

Los estudios en comunicación, apéndices de otras disciplinas, no hicieron esperar su contribución. *Descubrir*; se instituyó como la palabra clave y *reconstituir*; fue la fórmula. Mientras que los campos en los que una y otra actuaron, fueron en esencia:

- a) La estructura de propiedad y de poder de los sistemas de comunicación masiva.
- b) Los mecanismos ideológicos por medio de los cuales los mensajes de los sistemas masivos de comunicación manipulan, engañan y dominan a la masa.
- c) El efecto de alienación que tales mensajes producen en la masa.
- d) La resistencia con que los sectores subalternos no alienados, hacen frente a los sistemas de comunicación masiva y sus productos reproductores del orden ideológico dominante.

El materialismo histórico, la semiología estructuralista, la sociología crítica, entre otras disciplinas, se encargarían de darle el piso teórico y metodológico a la reflexión. Europa —Francia sobre todo—, se instaló como el gran bastión intelec-

³⁶ Para una mayor ubicación en el tema, considérense, además de los trabajos a continuación reseñados, los aportes que sobre esta línea de la investigación se encuentran en Mabel Piccini, Luis Ramiro Beltrán y Gonzalo Rivera, anotados en la bibliografía general.

³⁷ Rubén Sergio, Caletti, "Reflexiones sobre teoría y cambio social", en *Comunicación y cultura*, núm. 10, México, agosto de 1983, pág. 175.

tual, en tanto Latinoamérica se erigió como el escenario social donde aplicar lo que de afuera venía y lo que aquí también se construía. Es el caso de esto último el de la llamada “Teoría de la dependencia”, que jugó un papel relevante en el desenmascaramiento del imperialismo y en la propuesta de mecanismos de resistencia que le hicieran frente a él, a las clases dominantes y a sus estrategias de dominación.

DE LOS EFECTOS AL MENSAJE Y VICEVERSA

Dentro de esta perspectiva, el estudio de los medios de comunicación y su vínculo con lo social varió notablemente. Del análisis centrado en los *efectos* se pasó a la investigación preocupada por el *mensaje*. Los medios dejaron de importar por sus efectos y cobraron trascendencia como instituciones de reproducción ideológica y de penetración de valores en la masa que los consumía, situación esta que aún sin querer se convirtió en otra forma de volver a la problemática de los efectos, pero esta vez desde una óptica aparentemente más amplia, en la que la actividad de la recepción se asoció con la del *adoctrinamiento* y la *alienación* de que eran siempre víctimas los sectores de la población frente a los detentadores y reproductores del poder.³⁸

Descifrar las estructuras de significación oculta en los mensajes fue entonces una de las tareas a seguir. Otra era contextualizar las observaciones obtenidas con el análisis del modo de producción, del cual lo primero se consideraba como un automático reflejo. Y una más, era confirmar las sospechas: los medios de comunicación son instituciones al servicio del mantenimiento del *statu quo*.

La “lectura crítica” de los mensajes y el análisis económico de los medios se constituyeron en razones más que suficientes para descubrir por qué éstos —los medios— hacían lo que hacían, alienaban como alienaban y engañaban como engañaban a la masa que consumía desprevenidamente, es decir, sin conciencia de clase, los productos dicursivos.

EL RESURGIR DE UN NUEVO ANÁLISIS DE CONTENIDO

En una tarea como ésta, en la que saber “leer” representaba el éxito o fracaso en los descubrimientos posteriores, la vieja metodología del *Análisis de Contenido* funcionalista debía ser totalmente replanteada. A la preocupación por la organización morfológica de los mensajes, sus contenidos manifiestos y descripción estadística de lo que en ellos se decía, se antepuso como respuesta el ordenamiento estructural de los mensajes, sus contenidos latentes y la interpretación ideológica del conjunto de los mismos.

Significativos fueron —y continúan siendo— los aportes de investigadores como

³⁸Una crítica a esta nueva forma de “revivir” el funcionalismo, se encuentra en Jesús, Martín Barbero, “Retos a la investigación de comunicación en América Latina”, en *Comunicación y cultura*, núm. 9, México, 1982, pág. 101.

Eliseo Verón (Argentina) y Armand Mattelart (Chile) en tal sentido.³⁹ Siguiendo algunas corrientes de la lingüística y la semiología estructural provenientes de Europa, una nueva metodología en los análisis de contenido comenzó a tomar forma como modelo para la investigación en comunicación. Su carta principal estaba dada: *La lectura entre líneas de los mensajes*. En tanto que su camino conceptual señalaba hacia un mismo horizonte: *Lo ideológico*. Pero, “con una concepción de ideología demasiado deudora de aquella idea de mensaje, según la cual, la forma transparenta el contenido, con lo que analizar ideológicamente el discurso de un medio se reducía a constatar la manipulación reconstruyendo la fórmula”.⁴⁰

Para muchos, comunicación se conjugó entonces como sinónimo inequívoco de manipulación, y qué mejor manera para demostrarlo que recurriendo a las seguridades que brindaba un análisis de contenido encerrado en el mensaje y su inmanencia. La comunicación como proceso y práctica social halló su centro en los vectores del mensaje. Éste se constituyó en el “lugar” a través del cual se podía saber quiénes eran los *emisores* y sus funciones de reproducción; cuáles eran los *mensajes* y sus cargas de manipulación; y quiénes eran los *receptores* y sus condiciones de alienación. Con una observación final: “Para quebrar el encanto del proceso bastaba con enseñar a los destinatarios a leer los mensajes, a desarmarlos con la crítica: a reconocer en sus mecanismos sutiles la intención del poder y a señalar las instituciones responsables de la dominación”.⁴¹

De esta forma, la lectura ideológica no hizo otra cosa que corroborar, por otros senderos, la conclusión a la que años antes habían llegado las diferentes teorías de los efectos: Los medios masivos en particular (y la comunicación en general) no son más que unos instrumentos. Para los efectos, unos instrumentos de persuasión. Para la lectura ideológica, unos instrumentos de reproducción del poder económico y político dominante.

El poder, he ahí la gran fascinación a la que permitía llegar el análisis en cuestión. Éste se explicaba desde una visión *teológica*. “Se pensaba como una entidad omnipotente y omnipresente (. . .) Se concebía como la actividad de ciertos bloques de estructuras institucionales orientadas a dominar y manipular, o como mecanismo de imposición vertical que desde un punto central, un foco único de soberanía irradiaba su actividad.”⁴² El poder era, pues, el Estado, sus instituciones públicas, sus aparatos de represión y los sectores gobernantes que dirigen la marcha de la sociedad, pero nada más.

No estamos desechando las contribuciones que desde la “lectura crítica” se realizaron, y aún se realizan, en torno a las conexiones de significación oculta en

³⁹Se mencionan tres trabajos clave, que marcaron pautas en la investigación sobre la manera como la prensa construye los relatos vueltos noticia o entretenimiento.

Eliseo, Verón, “Comunicación de masas y producción de ideología: acerca de la constitución del discurso burgués en la prensa semanal”, en *Chasqui*, núm. 4-5, Quito, 1975.

_____, “Ideología y la comunicación de masas: la semantización de la violencia política”, en *Lenguaje y comunicación social*, Nueva Visión, Buenos Aires, 1973, págs. 133-191.

Armand Mattelart y Ariel Dorfman, *Para leer el Pato Donald. Comunicación de masas y colonialismo*, 29 ed., Siglo XXI, México, 1988.

⁴⁰Jesús, Martín Barbero, “Procesos de comunicación y matrices de cultura, *op. cit.*, pág. 11.

⁴¹Federico, Medina Cano, “¿Desde dónde estamos pensando la comunicación?” (Ponencia presentada en el Primer Seminario Nacional de la Investigación de la Comunicación), Universidad de Antioquia, Medellín, abril de 1989, pág. 1.

⁴²*Ibid.*, pág. 2.

los mensajes, las reglas de producción de sentido que rigen los discursos y sus estructuras de organización ideológica, sino cuestionando la sobrevaloración que de tal método analítico se hizo. Porque junto con él, corrió también paralelo un endiosamiento —léase reduccionismo— de lo económico (modo de producción e imposición en el consumo), lo político (lucha de clases y militancia partidista) e ideológico (sistemas de dominación y reproducción del poder), como fichas exclusivas para explicar los procesos de comunicación y reconocimiento social.

ESCENARIO CONCEPTUAL DE LA VIOLENCIA

Entonces, ¿qué explicaba la violencia? Pensada desde la investigación crítica, el estudio de la violencia y su relación con los medios de comunicación ha encaminado sus propuestas hacia tres frentes esenciales:⁴³

1. La violencia como un problema estructural de sociedades injustas, desiguales y dominadas.
2. Los mensajes de los medios de comunicación como reproductores de la injusticia, la desigualdad y la dominación.
3. Los medios de comunicación como aparatos ideológicos que fomentan la violencia.

Con una trayectoria mucho menos intensa que la del análisis apegado a la búsqueda de efectos, la perspectiva crítica de la investigación ha logrado, de este modo, darle un desplazamiento a la reflexión: lo violento ya no señala las acciones manifiestas de las balas, las peleas o las muertes, sino los intereses y penetración de valores ideológicos que operan detrás de cada uno de estos actos. El centro del análisis se desplazó así al desciframiento de las estructuras de significación oculta que hacen posible que los “buenos” sean unos y los “malos” otros, que los “defensores” estén de un lado y los “enemigos” del lado opuesto, en fin, que los “dominadores” sean éstos y los “dominados” los otros.

Lo violento adquiere desde esta óptica sentido en la medida en que nombra la *desigualdad* que retrasmitem los medios, la alienación y manipulación con que actúan sus mensajes al igual que la desinformación con que están cargados sus diferentes contenidos. El propio Jesús Martín Barbero, en un texto suyo aparecido a finales de los años setenta, alerta sobre esta otra forma de violencia en los mensajes afirma:

Se trata entonces de plantear el problema de la prensa de una manera no exterior mecanicista o moralista. No que no existan problemas éticos, de familia, de tribu o de casta. (. . .) Ni de olvidar que la violencia existe, la brutal: la tortura, el exilio, la que controla la palabra asesinando al que habla. Pero se trata de ir sacando a flote esa otra violencia, ese control que se ejerce desde el discurso mismo de la prensa, de la dominación que nos trabaja desde el discurso de la libertad.⁴⁴

⁴³ El problema no era tanto el estudio centrado en la violencia, como sí en la dominación y los desequilibrios del sistema social.

⁴⁴ Jesús, Martín Barbero, “Comunicación masiva: Discurso y poder”, *op. cit.*, pág. 156.

Dos vertientes principales asumieron la responsabilidad de encontrar esa otra violencia a través de la cual los mensajes ejercen su dominación y engaño. Por un lado, aparecieron aquellos estudios centrados en la violencia que los medios de comunicación consideran como tal y que, por ende, la trabajan como **tema** en sus mensajes. Y del otro, los que ubicaron a los medios como instituciones fomentadoras de violencia por el control y la represión que desde ellos se practica.

La violencia como tema de los medios

A diferencia del enfoque de los efectos en que la violencia como tema (crímenes, robos, secuestros, peleas, balas, etc.), se convierte en el propósito capital para abordar el análisis, aquí apenas es el punto de partida para llegar a él. Si para los efectos la lista la encabezan las películas y los dramatizados con contenidos de violencia, aquí es la prensa la que adquiere relevancia como tema de la investigación.

El estudio de prensa de sucesos y la información sobre *crónica roja* o *judicial* se convierten en los pilares de la reflexión.⁴⁵ El objeto es buscar los acontecimientos que para el sistema rompen con la “normalidad” social, los agentes que los materializan, los lugares desde donde lo hacen y los mecanismos que los medios informativos utilizan para volverlos noticia y llevarlos a la masa de receptores por medio de mensajes.

Esta lectura crítica de la violencia como tema ha permitido detectar algunos resortes básicos que actúan sobre la forma como lo noticioso articula los hechos violentos con lo social. Entre ellos podemos mencionar los siguientes:⁴⁶

- a) Para la *prensa de sucesos*, *crónica roja* o *judicial*; la violencia es la expresión de la delincuencia, el terrorismo y la inseguridad.
- b) Lo social en ella se fragmenta e individualiza de tal suerte que queda la sensación que los actos de delincuencia y terrorismo obedecen a móviles y conflictos individuales en que las contradicciones del sistema no tienen cabida en la información.
- c) *La violencia social* se reduce a un *acto sin objeto*. O dicho en otras palabras, la información condenará la violencia en contra de: el asesinato, el robo, el atraco, el secuestro. . . , pero esto *nunca se calificará como violencia institucionalizada*, es decir, como violencia propia del sistema social.⁴⁷
- d) La responsabilidad de la violencia no recaerá, por tanto, en la organización social ni en los sectores dirigentes, sino en los autores del delito que, de acuerdo con la visión “burguesa” de lo social, no son otros que aquellos individuos pertenecientes a los estratos subalternos de la sociedad. Y con esto, es la *crónica roja* o *judicial* la que opera como un *espejo* a través del cual los “de abajo” miran lo que hacen los de su misma clase.⁴⁸

⁴⁵ Véase a este respecto. Eliseo, Verón, “Ideología y la comunicación de masas: la semantización de la violencia política”, *op. cit.*, pág. 160 y sigs. Amparo, Moreno, “Medios de comunicación: Incomunicación y violencia”, *op. cit.*, págs. 20-22.

⁴⁶ Esta síntesis se hace con base en los textos analizados en la cita anterior, los cuales, ciertamente, han brindado buenas pistas sobre el tratamiento informativo de la violencia que los medios efectúan.

⁴⁷ Eliseo, Verón, *op. cit.*, pág. 181.

⁴⁸ *Ibid.*, pág. 180 y sigs.

- e) Los mecanismos para convertir los hechos en noticia apelan a explicarlo todo como resultado del destino, la mala suerte, la venganza, la maldad, la intriga y el suspenso.
- f) Este tipo de información que habla de una violencia basada en “sucesos” y clasificada en la categoría de *crónica roja*, actúa como un recurso de manipulación y engaño con el cual la prensa disfraza los niveles de injusticia social, impidiendo que los “de abajo” tomen conciencia de su opresión controlándolos para que sigan viviendo la violencia como un asunto individual.

Los medios como instituciones de violencia

Siguiendo un camino paralelo en la reflexión, se asume que el problema político en los medios se identifica solamente con el espacio de la información.⁴⁹ Censurar ciertos temas, deslegitimar otros, desequilibrar “flujos” y desinformar; son las pruebas contundentes que los señala como una expresión más de la violencia del sistema social al cual sirven, al tiempo que los designa como simples *instrumentos conspirativos* de las élites nacionales y transnacionales que manejan el poder.

Los medios son tomados como instituciones de violencia que evitan cualquier clase de comunicación entre las personas, alimentando con ello eficaces controles ideológicos que, al decir de la investigadora Amparo Moreno, fomentan en este orden:

- a) La soledad y el aislamiento, ya que se dirigen al individuo aislado, impidiendo la relación con los demás y propiciando el consumismo, la propiedad privada y el triunfo de los unos a costa de los otros.
- b) La pasividad y no participación en los asuntos sociales.
- c) La incomprensión de la realidad, puesto que obligan a una lectura condicionada del mensaje y, por ende, a una actuación manipulada frente a los acontecimientos de la vida diaria.⁵⁰

La visión apocalíptica sobre los medios de comunicación a la que esto nos conduce no es para menos. Además de ser instrumentos al servicio de la impostura y de la violencia del sistema, se les otorga el máximo derecho de alienar con la máscara y de indicarle a la gente el sendero por donde debe transitar, oír, pensar. . . sin posibilidad alguna de explorar la complicidad, la resistencia o la negociación entre *emisores* (los medios) y *receptores* (la gente), más allá del esquema **dominadores-dominados**.

EL CLAROSCURO DE LA DISCUSIÓN

Sumergido en un claroscuro, lo que la “lectura crítica” de la comunicación no permite es superar el esquema apoyado en la importancia “militante” de saber si

⁴⁹ Sobre la exclusión de los medios del campo de su significación en la cultura, véase Jesús, Martín Barbero, “Por unas políticas de comunicación en la cultura”, *op. cit.*, págs. 39-41.

⁵⁰ Amparo, Moreno, *op. cit.*, pág. 22.

se está de un lado o se está del otro a la hora de trabajar los mensajes. Nuevamente, matizar no cuenta. Y matizar apunta hacia algunos desplazamientos que es necesario distinguir:

1. Desbordar la *visión instrumental* que se tiene de la comunicación y las instancias que laboran con ella. Esto implica dejar de pensar los medios sólo como instituciones reproductoras de ideología al servicio de la manipulación, para abordarlos en sus complejas relaciones de *mediación social*, es decir, como instancias que procesan y reelaboran modos de ver y asumir la realidad, lo cual los convierte en *fuentes de reconocimiento* que actúan no tanto por adoctrinamiento vertical sino por interpelación e identificación cultural entre los sujetos sociales.⁵¹

2. Esto a su vez con lleva a cuestionar la comunicación como esquema y el transmitir información como la principal función de los medios, traspasando el debate al escenario de la significación social. Con lo que analizar los medios no es asunto único de develar los mecanismos de desinformación y engaño, sino incursionar en las lógicas, prácticas y dispositivos culturales que dan lugar a los distintos procesos de comunicación y que obran como marcos de referencia en los que se nutren los medios, nutriendo también ellos de significado la vida de la gente y viceversa.

3. Ganar en la pluralidad de las visiones. El problema no es solamente constatar desde una metodología encerrada en el mensaje cómo éste es el causante principal del individualismo, la pérdida de espacios de discusión colectiva, la manipulación y la pasividad de los del “otro” lado, sino explorar las interrelaciones sociales en las cuales él participa. En otras palabras, sería preguntar cómo los medios y sus mensajes ganan en presencialidad lo que otras esferas de lo social, como las instituciones políticas, la familia, la escuela, la calle o el barrio, pierden en representatividad, referencialidad o apropiación ciudadana.

4. Pasar de una concepción de ideología cargada hacia la lectura de los recursos de manipulación de que se sirve el mensaje, para ubicarnos en las *lógicas de producción* del mismo. Esto es, el lugar social que habla en el mensaje y la puesta en escena que de él se hace, con sus tramas narrativas, sus rituales de enunciación, sus modelos de fabricación, sus regiones de exclusión, el imaginario –colectivo y mercantil– el cual apela, etc. En fin, dejar de pensar la ideología como un instrumento y mirarla al interior de los órdenes sociales, los procesos históricos y de significación que hablan en el discurso, la dominación pero también la resistencia, el consenso o la complicidad que a su alrededor se genera.

5. Tolerar otras formas de acercamiento a lo social que traspasen la idea de que el poder es uno solo y se ejerce siempre por la dominación. Esto sugiere entonces, aproximarnos a la idea de *hegemonía*,⁵² es decir, de la negociación y el consenso que se dan en una formación social entre el Estado y la llamada sociedad civil, y entre los diferentes sectores de esta última, sin que el poder de la fuerza tenga que intervenir, para que ello se efectúe. Lo que a su vez permite observar el poder desde la vida cotidiana, las maneras de vivir que en ella se verifican y los “lugares sociales

⁵¹ Sobre este desplazamiento, véase Amparo, Cadavid, *Comunicación e imaginarios en la cultura* (Ponencia presentada en el Primer Seminario Nacional de Investigación de la Comunicación), Universidad de Antioquia, Medellín, abril de 1989.

⁵² Y con ella a las relaciones entre poder, cultura y sociedad; ya planteadas desde hace varias décadas por intelectuales como Gramsci y Walter Benjamín, por ejemplo.

en donde se dan producciones del consenso (los medios, la escuela), en donde se filtran las expresiones de la sociedad civil y de las relaciones que las corroen”.⁵³

6. Edificar una investigación en comunicación que no opere como apéndice secundario de otras disciplinas, que la asocien con el estudio de técnicas y canales, desde donde nada se tiene que aportar a la comprensión de nuestros procesos, luchas y conflictos. Ni mucho menos, participar en las alternativas que buscan la construcción de una sociedad más digna y más humana para todos.

⁵³Armand Matterlat y Michelle Matterlat, *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social*, UNAM, México, 1989.

3

El terreno de la ética: Debate desde la práctica profesional del periodismo

Algunos presuponen que subrayar la ética es cosa que se identifica con el siguiente y banal lugar común: la gente ha de mejorarse, ha de ser buena y sincera, y esta sola mejora dará motivo suficiente para trascender la sociedad.

AGNES HELLER

INFORMACIÓN Y TERRORISMO: EL INICIO DEL PROBLEMA

Al escenario de la reflexión sobre violencia, medios y comunicación también se han vinculado aquellos estudios de carácter ético en los cuales el eje conceptual tiende a gravitar en torno a un campo específico: la manera como se comporta e incide la práctica profesional del periodismo en situaciones consideradas de violencia como *el acto terrorista*, expresado en asesinatos, masacres, atentados con explosivos. Esto, con el fin de brindar elementos de juicio, que aporten desde una *ética periodística y de medios*, consideraciones esenciales para ejercer la profesión en sociedades expuestas a ese tipo de violencia, caracterizada por el terror y el miedo colectivo que logra difundir.

Europa se ha constituido en el marco geográfico en donde con mayor fuerza se viene teorizando sobre el asunto en cuestión. El terrorismo político urbano ejercido por movimientos como las *Brigadas Rojas* en Italia, la organización Vasca *ETA* en España, la *Fracción Roja Armada* en Alemania, el *IRA* en Gran Bretaña, la *Acción Directa* en Francia, entre otros, así como el practicado por parte de grupos político-religiosos del medio y lejano Oriente (Libia, Israel, El Líbano, Irán, etc.), contra objetivos más allá de sus fronteras, ubicados en la misma Europa, ha dado lugar al inicio de una parte de la reflexión.

La otra parte, corresponde a los medios de comunicación, concebidos éstos como acciones que buscan efectos propagandísticos en la población. El análisis del terrorismo ha encontrado en los medios informativos una contraparte a través de la cual éste alcanza su mayor eficacia y su mejor resultado en términos de propaganda.⁵⁴ No sin duda, para la mayoría de los estudiosos del tema, la relación terrorismo-información se ve cruzada por una causalidad directa, en la que los medios de comunicación son foco central del problema por la difusión que pueden realizar del “acto terrorista” hecho *suceso-noticioso*.

Entre los pensadores ubicados en esta línea ética del análisis, cabe destacar algunos, que por sus aportes tanto en la conceptualización del terrorismo como en el *deber ser* ético-filosófico del quehacer periodístico, se han convertido en fuentes necesarias de revisión. Carlos Soria, José María Desantes Guanter, Juan Antonio Giner, Francisco Gómez Antón y Daniel Innerarity, figuran entre ellos.⁵⁵

DOS PREOCUPACIONES

Un par de preocupaciones son las que aparecen como telón de fondo en la reflexión. Por un lado, aquella que se centra en el papel que juegan los medios de comunicación frente al terrorismo, y del otro, la que perfila su atención en definir el *deber ser* ético de la profesión periodística para enfrentar situaciones de violencia que atenten contra el *orden público* y la *Paz*.

El papel de los medios

Partiendo del análisis del terrorismo urbano europeo, ya son comunes los razonamientos que deducen como clave principal del propagamiento del mismo, el *eco* que los medios informativos hacen, sin control alguno, de acciones delictivas cuyo único objetivo sería para sus autores-terroristas la difusión de un mensaje de intimidación. De hecho, no son pocos los analistas que resuelven la reflexión llegando a conclusiones tan tajantes –y tan seguras– como ésta: *Sin medios de comunicación libres, el terrorismo sería un problema marginal: La publicidad es su salvavidas*.⁵⁶

Afirmaciones como ésta, ciertamente, han desatado la polémica entre periodistas, críticos e investigadores, quienes, sin embargo, parecen coincidir en tres aspectos fundamentales:

1. Los medios, evidentemente, forman parte del problema.
2. No obstante, no son el origen del “acto terrorista”.
3. Su responsabilidad está en la difusión que de él realizan, y en consecuencia, hacia allí deben encaminarse los correctivos a aplicar.

⁵⁴ Para un inicio en la discusión, véase Carlos, Soria, “La ética periodística ante el desafío terrorista. Cuestiones y propuestas profesionales: La función pacificadora de los medios”, en *Periodismo y ética*, 2o. Encuentro internacional PGLA, Chile, 1985, págs. 67-89.

⁵⁵ Consúltense la bibliografía general.

⁵⁶ Paul, Jhonson, citado por Carlos, Soria, *op. cit.*, pág. 68.

HAY PARTE PERO NO CULPA

El estudio de los medios como parte del problema ha dado lugar, por tanto, al surgimiento de dos escenarios para su explicación.

1. Es aquel planteamiento bastante emparentado con la *Hipótesis de los efectos en cadena*, ya descrita en páginas anteriores, según la cual los medios por su poder de difusión pueden incidir directamente en el aumento o disminución de la violencia por el hecho automático de “noticiarla” o dejar de hacerlo. Como se ve, se trata de una preocupación muy dirigida hacia los efectos de la información sobre terrorismo y sus repercusiones en la aceleración o desaceleración de la violencia en la sociedad a la cual informan. El papel de los medios se mide, pues, por la incidencia de sus efectos.
2. Es el planteamiento encaminado hacia los objetivos perseguidos por el terrorismo. La siguiente reflexión de un periodista colombiano puede resumir en términos globales lo que en tal sentido muchos se preguntan:

¿Y por qué estamos los periodistas en medio del fuego cruzado? Por una razón que aparece como elemental en este marco: los terroristas, sea cual sea su procedencia, necesitan de la amplificación de sus actos. La difusión pronta y masiva de las acciones terroristas es un objetivo para ellos, si se quiere, tanto o más importante que el propio acto hostil realizado, la repercusión pública del hecho es lo que buscan sus autores intelectuales.⁵⁷

Hay parte pero no culpa. Existe responsabilidad pero ésta es compartida. El papel de los medios frente al terrorismo se piensa pues desde su comportamiento informativo, es decir, desde una *práctica profesional*. Asumidos con base en el paradigma de la información la actitud de los medios entra así al terreno de la “trasmisión”, la “objetividad”, la “libertad”, la “justicia” y el “equilibrio” en el tratamiento informativo de los acontecimientos que se suceden y de los protagonistas que los viven, ante los cuales la profesión opera como un testigo de excepción al que no se le pueden echar culpas, pues no origina lo que pasa, sino que lo difunde cumpliendo así con una función social que es la información.

Con esto lo que precisamente asoma es aquella concepción de información como derecho humano que se encuentra tácitamente delegada en la profesión periodística, la misma que a su vez cuenta con la obligación de “llevarle” pronta y eficazmente el suceso informativo a la población que delegó en los informadores tal responsabilidad y de la cual son sus “representantes”, o como otros dicen, sus “voceros”.⁵⁸

SON PARTE. . . ¿CÓMO?

Detectar entonces la relación entre terrorismo e información, implica, para el estudio ético, adentrarse en la difusión, esto es, en la labor profesional de quie-

⁵⁷ Jorge Alberto, Velázquez, “Los periodistas no somos culpables”, *Memorias del Primer Seminario Internacional de Periodismo. Los periodistas se preguntan*, Medellín, abril de 1990, pág. 138.

⁵⁸ Véase al respecto José María, Desantes Guanter, *La función de informar*, Universidad de Navarra, 1976, págs. 71-164.

nes informan. Si el periodismo juega un papel en el problema se debe, por tanto, al debilitamiento de una ética de la profesión, vale decir, de los principios jurídicos y filosóficos que le son propios a la labor de información. De modo que su incumplimiento lleva a que el terrorista manipule a su amaño al informador, o a que éste difunda lo noticioso ya sea magnificando el acto terrorista o desinformando sobre el mismo, creando un clima de confusión social.

Se ha denominado *síndrome de la chiva* a la falta de formación de los periodistas. Carlos Soria lo ha identificado a través de nueve cultos: Culto al objetivismo, a la rapidez, a la competitividad, al mimetismo respecto a las fuentes, a la violencia, a la información en directo, a las “malas noticias” y el culto a lo espectacular,⁵⁹ prácticas que, de acuerdo con lo anotado por el autor, se conjugan en contra de los principios de este quehacer y en favor de la resonancia de cualquier manifestación de violencia, cuando no en vehículo difusor del terrorismo.

Desde esta óptica de la reflexión, la máxima responsabilidad de los periodistas es su papel en la información. Ésta los hace parte del problema, pero a la vez los hace inocentes en el conflicto. Ellos no lo originaron, sus informaciones no fueron las causantes ni de la violencia que vive la sociedad ni del terrorismo que campea en su interior ni de la injusticia que la corroe. Y si son parte, es debido al sensacionalismo y desinformación –información falseada– a los que conduce el no cumplimiento de sus principios éticos –información correcta–. He ahí la prueba de su “inocencia”, los hechos. Éstos pasan y el periodismo los difunde, los registra con objetividad.

Las preguntas para muchos son: ¿cómo medir el sensacionalismo y la desinformación?, y peor aún, ¿cómo medir el aumento de los niveles de violencia que tales prácticas pudieran acarrear? La concepción ética de la información no deja de lado la inquietud de colocar a los medios en el terreno de los efectos: Si éstos son o no responsables del incremento o disminución de la violencia que difunden, con lo que el tema de la relación efectista es el primero que entra al escenario de la acción y con él, las necesidades de controlar, legislar o reglamentar los “desmanes” que los medios producen.⁶⁰

El “deber ser” de la profesión

*La prohibición ética y jurídica de comunicar el mal no es una limitación de la libertad informativa, sino que el mal es incommunicable, no es difusivo, no es información (...)
En términos éticos diríamos que la información es un bien y el bien, es por sí, difusivo.*

JOSÉ MARÍA DESANTES

⁵⁹ Carlos, Soria, *op. cit.*, pág. 70 y sigs.

⁶⁰ Véase al respecto Francisco Gómez Antón, “Violencia y medios de comunicación”, en *Información, violencia y terrorismo*, Intervisión, Bogotá, 1987, págs. 17-27.

TRES OPCIONES EN LA INFORMACIÓN

La pregunta parece estar encaminada hacia un campo específico: ¿cómo informar? Para un escenario que ubica a la violencia como lo terrorista y a los medios de comunicación desde su comportamiento informativo en asuntos referidos al tratamiento del “acto terrorista”; sus autores, los móviles, los lugares, las víctimas y sus consecuencias. La discusión se define en tres opciones de actitud ética: el silencio informativo, la información a medias y la información con responsabilidad.⁶¹

El silencio

Retomando a Carlos Soria, la tesis del silencio informativo no resultaría viable, máxime aun en democracias liberales en las que los medios de comunicación han ganado un espacio normativo de libertad de prensa y un derecho a la información, amén de constituirse en empresas económicas que trabajan con un producto que es la información. Con lo que “el silencio puede resultar contraproducente al desatar rumores, levantar sospechas y alimentar así un clima de incertidumbre que sólo beneficia a los terroristas. La desinformación, el bulo y el rumor prepararían entonces mejor la dictadura del miedo”.⁶² Sólo en el caso de que vidas humanas se encuentren en peligro por la información que se difunda, tendría justificación la mencionada actitud.

La información a medias

Igual sucedería con la información a medias. Alistada como respuesta al suceso terrorista, ésta podría establecer como su única razón de ser las versiones de un lado del asunto, es decir, lo controlado por los estamentos oficiales, dejando al margen de la información el contexto que explica las acciones, los testigos y las víctimas que las sufrieron e incluso, a los mismos protagonistas que están del otro lado del conflicto.

De suerte que cualquier información que se aparte de lo “oficial”, correría el riesgo de ser calificada como una *apología del delito*, un caso de desobediencia informativa, cuando lo que en realidad se busca es presentar una mayor contextualización de lo sucedido y una mejor coherencia en la información. Como en la tesis anterior, el riesgo de la presente actitud sería idéntico: llegar por caminos más cortos a la desinformación.

¿Cuál es entonces el camino?

Informar con responsabilidad constituye para el *deber ser* de la profesión, la actitud ética a seguir. Y con ella, son dos caminos los que se abren —y se cruzan— para continuar en la reflexión. Por una parte; la edificación de un *autocontrol* y una *auto-regulación* ético-jurídica de la profesión. Y por la otra, la adopción de una posición en favor de la paz y en contra de la violencia por parte de los informadores.

⁶¹ Carlos, Soria, *op. cit.*, pág. 76 y sigs.

⁶² Carlos, Soria, *El discurso informativo sobre el terrorismo*, Mimeo. s.d., 1987, pág. 34.

LA ÉTICA DEL AUTOCONTROL

Con la ética del autocontrol, es todo el paradigma de la información el que se pone en evidencia. *Informar bien* (con objetividad, medida e imparcialidad) o *informar mal* (con sensacionalismo e irresponsabilidad), ahí está el dilema en el tratamiento de los hechos de violencia, y por supuesto, el papel a jugar por la profesión desde el punto de vista de lo ético. El asunto apunta, claro está, hacia la primera alternativa, informar bien, esto es, con responsabilidad.

Pero informar bien en sociedades democráticas implica informar con libertad.⁶³ He ahí su complemento. Con esto, lo que el *autocontrol* reclama, es una reglamentación al interior de la profesión y no una censura venida desde afuera por las instituciones del Estado. La libertad de prensa entendida como la libertad de empresa, a la vez que la libertad de expresión y el derecho a la información consagrados como normas constitucionales para el ejercicio profesional de la información, operan en esta perspectiva como los garantes de lo “libre”.

De modo que si algo queda claro “en el debate sobre información y terrorismo es el rechazo de la censura o de medidas legislativas que señalen el rumbo y la intensidad que ha de seguir la información. Entre otras razones porque la adopción de medidas restrictivas en sistemas democráticos, representa en sí una importante victoria terrorista.⁶⁴ La profesión informativa mira su interior y mira su comportamiento correcto o no, ante situaciones consideradas de violencia: la información.

¿Cómo informar?, sigue siendo la pregunta fundamental. Frente a una violencia desbordada y escenificada en actos de muerte, masacres, secuestros, enfrentamientos armados, tomas de poblaciones, atentados dinamiteros, etcétera, las propuestas éticas han coincidido en varios presupuestos básicos: condenar cualquier tipo de violencia terrorista, viniere de donde viniere. No hacer apología de la misma. No magnificar a sus autores. No permitir la manipulación de los informadores. Y respaldar a las instituciones legítimamente constituidas en su labor en provecho de la paz y en contra de los violentos.⁶⁵

A este respecto, es oportuno consignar en el análisis una propuesta ética, que si bien tuvo su lugar de origen en un contexto diferente del colombiano, guarda correspondencia en la manera, como desde los medios, se discute el *deber ser* en el tratamiento de hechos de violencia, sin que ello vaya en contravía del derecho a la información y de las normas que lo consagran. Ésta supone lo siguiente:

1. Informar verazmente sobre los hechos terroristas, sin ningún tipo de sensacionalismo.
2. Dar a esta información el espacio adecuado, nunca sobredimensionado en relación con la magnitud o gravedad del hecho.
3. Procurar tendencialmente reducir el espacio reservado a los hechos, actividades o noticias terroristas.

⁶³ Véase José María, Desantes Guanter, *op. cit.*, págs. 71-93.

⁶⁴ Carlos, Soria, *op. cit.*, págs. 36-37.

⁶⁵ Es muy frecuente hallar tales planteamientos en comunicados de prensa, editoriales, artículos de opinión, y en general, en los Códigos de Autorregulación, surgidos luego de encuentros entre periodistas en los que se debate el problema en cuestión.

4. No difundir ningún elemento propagandístico de la organización terrorista (comunicados, ruedas de prensa, entrevistas personales, conmemoraciones necrológicas, actividades de presos, campañas dirigidas por la organización).
5. Empleo informativo del lenguaje correcto, no del lenguaje terrorista.
6. Mantener una clara tendencia editorial de condena y rechazo a las acciones terroristas.⁶⁶

Con todo, es la información bien hecha la que no admite discusión. Si ello se consigue, entonces el informador se comportó “correctamente”. Así las cosas, *la ética del autocontrol* pone de manifiesto el lugar que la dota de sentido: “lo que el discurso informativo dice”, esto es, los hechos: Los sucesos de violencia, la muerte, el asesinato, las víctimas, la bomba, el secuestro, el tratamiento de esos hechos y la objetividad con que se deben abordar en términos de “bien” o “mal”. Al fin y al cabo, ese es su papel, informar sobre los hechos, situaciones y protagonistas que hacen la noticia.

Sin embargo, lo que el autocontrol ético de la profesión deja fuera, es “lo que en el discurso informativo habla”,⁶⁷ es decir, los procesos, contradicciones y conflictos que no aparecen clasificados como **hechos-noticia**, pero que cargan de historia y de significación la práctica profesional de la información a la hora de definir qué es lo “noticioso” y qué no lo es, qué es lo “bueno” y qué lo “malo”, qué se determina como lo “violento” y qué no, cuáles son posturas éticas y cuáles no, qué es lo justo y cuáles, por ejemplo, son las relaciones entre los medios y la sociedad más allá del tratamiento informativo de los acontecimientos.

UNA ÉTICA PARA LA PAZ

Como correlato a la noción ética del autocontrol informativo, marcha paralelo su complemento: *La información para la paz*. A pesar de las variadas concepciones y de las divergencias que entre ellas resultan para concretar el tema desde su vector ético, existen algunos puntos de convergencia que se pueden expresar así:

- a) Una información ética es aquella que no exalta, ni mucho menos magnifica, la violencia en ninguna de sus manifestaciones, al contrario, la rechaza.
- b) Una información ética es aquella que asume la paz como actitud, es decir, como convicción interna por parte del informador y del medio informativo.
- c) Una información ética es, de esta forma, sinónimo de paz, justicia y libertad.

La divergencia en los planteamientos radica en dos posiciones fundamentales.⁶⁸ Por un lado, está el compromiso ético de la profesión periodística en favor

⁶⁶ José María, Benegas, citado por Carlos, Soria, “La ética periodística ante el desafío terrorista. . .”, *op. cit.*, págs. 83-84.

⁶⁷ “Lo que el discurso informativo dice” y “lo que en el discurso informativo habla”; son expresiones trabajadas por Barbero en Jesús, Martín Barbero, “De la transparencia del mensaje a la opacidad de los discursos”, en *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, págs. 42-43.

⁶⁸ Ambas posiciones son tratadas con mayor espacio en los textos de Carlos Soria, aquí citados.

de la paz, el cual se aboca únicamente al tratamiento informativo de los hechos y personajes que hacen la noticia, con lo que cualquier tipo de responsabilidad de los medios en la desinformación sólo compete al campo de la autorregulación ética propia de la función informativa. De suerte que practicando un comportamiento “correcto”, contextualizado y objetivo frente a lo violento, se estaría consolidando la causa de la paz o, al menos, excluyendo la violencia.

Del otro lado; se encuentran las reflexiones que se identifican con lo anterior pero que buscan agregar a los medios de comunicación una función más: *La función pacificadora*.⁶⁹ Además del tratamiento ético de los hechos, de la actitud interna del informador en busca de la paz, de la responsabilidad en lo que se dice o deja de decirse, aquí el asunto toca más esferas: las de una cooperación directa y pactada entre los medios y los distintos organismos del Estado que combaten contra los violentos a fin de una información menos sensacionalista y más creíble. La de un serio compromiso moral-editorial –sin contaminaciones ideológicas– de parte de los medios con las acciones que pretenden aclimatar la paz, desterrar la violencia y someter a quienes la ejecutan. E incluso, la de una mediación en conflictos bélicos y diálogos de negociación entre sectores sociales que desean poner término a procesos de guerras y violencias fratricidas.

De ambas posiciones, algo parece quedar claro:

No es lo mismo evitar magnificar la violencia que promover la paz. Entre una y otra se encuentra la misma distancia que va de un correcto tratamiento de las informaciones sobre los hechos de violencia a una nueva función que pretende adicionarse al periodismo. Lo primero nos indica un autocontrol ético, mientras que lo segundo implica un compromiso afirmativo con la causa de la paz.⁷⁰

LA CARENCIA DE LOS GRISES

Aún con desacuerdos como los anteriores, el estudio que se aproxima a los medios en general, y al periodismo en particular, desde una perspectiva ética, no pierde su tronco en el análisis: Mirar desde el vector del comportamiento profesional el papel de los medios y su incidencia informativa frente a hechos de violencia.

Con todo el respeto que merecen reflexiones como éstas, pensamos que la relación entre los medios de comunicación, concretamente la práctica profesional del periodismo y la violencia, no se refiere exclusivamente al tratamiento informativo que lo primero realiza sobre lo segundo en términos de comportamiento “bueno” o “malo”, incidencia “correcta” o “incorrecta”, o manejo “acertado” o “desacertado”.

Cuidado. No es que la ética profesional no sirva. El asunto no es ése. De hecho, el autocontrol ético-profesional es imprescindible para asumir posiciones precisas ante lo noticioso. No es que haya que cambiar los códigos de ética ni las actitudes jurídico-filosóficas de los medios para enfrentar lo que una sociedad considera como violencia, por otras reglas más “adecuadas” y problema solucionado. Como tampoco se trata de enrutarnos hacia la anarquía de la reflexión: ¡Abajo la ética,

⁶⁹ Véase además Carlos, Soria, “La función pacificadora de los medios”, en *Comunicación*, núm. 11, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, 1988, págs. 7-12.

⁷⁰ Miralles, Ana María, “¿Periodismo para la paz?”, en *Comunicación*, *op. cit.*, Universidad Pontificia Bolivariana, págs. 13, 16.

cada cual haga lo que quiera! La discusión es algo más plural.

Insistimos, el papel de los medios como parte del problema en contextos de violencia, no sólo señala la “inocencia”, “culpabilidad” o “correctivos” en las informaciones que éstos emiten. En otras palabras, el asunto no es que ellos sean los causantes del conflicto, las muertes o las demás violencias manifiestas, sino apenas los que informan sobre ellas y sus protagonistas, aquellos que hacen las noticias. Como su *culpabilidad* no se reduce a hablar de si los medios son o no los responsables de la propagación de los niveles de violencia o del incremento en sus índices contables bajo la fórmula de los efectos: de esos que nos dicen que la persuasión y la omnipotencia continúan estando de un lado, y la estupidez, la ignorancia e inmadurez del otro.

De manera similar, pensar el papel correctivo de los medios frente a la violencia no radica en que vayamos a la escena única de la prohibición, el control, el autocontrol o la regulación en el tratamiento informativo de lo violento desde concepciones que simplifican el espacio de la ética a un asunto de *manejo profesional de la violencia* y a un deseo “incontaminado” de paz. La distancia de los medios para enfrentar la violencia no se resuelve, aplicando correctivos de control para manejarla informativamente y listo; seguridades acabadas, ese es el papel.

Aquí también se hace necesario matizar. Frente al claroscuro que dibuja la conexión **violencia-medios-comunicación** desde un comportamiento netamente profesional, proponemos cuatro desplazamientos en la investigación:

1. El papel de los medios frente a la violencia no se sustenta exclusivamente en el paradigma de la información, es decir, no basta con mirar el tratamiento ético de los hechos que se dejan ver *lo que el discurso informativo dice*, sino que también es pertinente indagar por las lógicas sociales y culturales que subyacen en la construcción de lo noticioso *lo que en el discurso informativo habla*. Todo lo cual implica pensar el papel de los medios como parte del problema ya no desde la sola información sino desde las mediciones sociales en las que ellos intervienen: aquella red de procesos y prácticas sociales en la que entran en juego el lugar que los medios y sus informaciones ocupan en una sociedad, las maneras de ver que desde ellos se proyectan, las ideologías profesionales puestas en funcionamiento para designar lo noticioso así como las pautas ético-profesionales que recorren las distintas configuraciones de los hechos vueltos noticia.

2. El problema de la ética trasciende la práctica profesional. Lo cual quiere decir, que es necesario llevar el debate hacia otros campos: a los de una información que no se agote en la autorregulación y el control, al igual que a los de una ética que no se quede en la *norma* o en las “buenas intenciones” para el tratamiento de lo terrorista y el manejo de lo violento. Y entre tales campos figura el de pensar una ética civil desde donde se construya un *perfil informativo otro* que alimente desde los medios el tejido social colectivo, promueva lo público como espacio de lo colectivo, proponga otras alternativas de convivencia y convoque opciones de tolerancia entre los sujetos de una sociedad.

3. Asumir la violencia como un problema social que desborda aquellas reflexiones que la ubican sólo por sus conexiones *terroristas*. Esto es, pasar de lo violento considerado como “anormal”, o acción exclusiva de “extremistas” que hacen lo que hacen para llamar la atención de los medios, para pensarla más allá de lo manifiesto, máxime aún en sociedades como la nuestra donde el crimen,

el secuestro o el atentado terrorista rebasan el marco de lo judicial y lo policial, ubicándose en el escenario de lo social como expresión de múltiples conflictos y contradicciones no resueltas por otras vías de concertación y consenso.

4. Consideramos, finalmente, que todo lo anterior invita a pasar de un periodismo que mira su función social a partir de la trasmisión de una información y del registro de unos hechos que se suceden “afuera” de las salas de redacción de periódicos, emisoras o noticieros de televisión, para ir construyendo *un periodismo con significación en la cultura*, que reconozca el lugar del otro, que hable de la diversidad y de la pluralidad más allá de cerrados esquemas informativos en donde los *unos* son noticia por lo que son, por su importancia política o económica, o por su “notablato” en lo oficial; mientras los *otros* apenas si lo son por su condición de víctimas, ya sea de tragedias naturales o de violencias no tan naturales. Un periodismo comunicante que piense su lugar desde la cultura, es decir, desde esos espacios donde las personas asumen su historia, su tiempo, sus mitos y sus ritos, sus sueños, su vida, sus maneras de darle sentido a la existencia, sus procesos de cambio y su muerte. Allí donde la gente es, al menos, protagonista de su vida, sea noticia o no.

Y esto no significa atribuirle nuevas funciones ni a los medios ni al periodismo. Aquí no se trata de agregarle más arandelas a la información ni a la ética que le sirve como su fundamento, sino, más bien, de repensar desde un escenario alterno otras posibilidades de lo ético que trasciendan el manejo de lo noticioso y cuestionen desde lo social el papel de los medios frente a la violencia, no sólo por lo que de ésta se informa manifiestamente, sino también por el rol que los medios han jugado como instituciones activas de la sociedad civil contribuyendo a la construcción de espacios de convivencia, participación y pluralidad ciudadana, o en la exclusión y negación de los mismos al interior de los contextos en los cuales verifican sus prácticas de producción y significación. Pues con esto son otras pistas las que estallan. . .