


PALABRAS CLAVE / KEY WORDS

Criminología mediática / Efectos psicosociales / Criminología académica / Populismo punitivo.

Media criminology / Psychosocial effects / Academic criminology / Punitive populist.

RESUMEN / ABSTRACT

Se expone un abordaje de la criminología mediática, específicamente su conceptualización, así como los efectos que genera. El trabajo se sustentó en una revisión documental. La revisión posibilitó ver que existen consecuencias reforzadoras que instauran a la criminología mediática, asimismo, los medios masivos practican acciones que desplazan a la criminología formal, contribuyendo a invisibilizar delitos y a crear ideas populistas punitivas. También se aprecia que la criminología mediática puede detonar la polarización social.

An approach to media criminology is exposed, specifically its conceptualization, as well as the effects it generates. The work was based on a documentary review. The review made it possible to see that there are reinforcing consequences that establish media criminology, likewise, the mass media practice actions that displace formal criminology, contributing to making crimes invisible and creating punitive populist ideas. It is also appreciated that media criminology can trigger social polarization.



INTRODUCCIÓN

La criminología mediática ha sido considerada en la época moderna como una paracriminología, concepto que toma debido a que al igual que la criminología legítima taxonomiza, etiqueta, perfila, clasifica e incluso sentencia desde un espacio digital, aunque carezca del respaldo teórico y metodológico del que dispone la criminología formal.

En este artículo se ofrece un abordaje producto de la aproximación investigativa y la consecuente reflexión sobre la criminología mediática y sus efectos psicosociales. Lo aquí expuesto parte de una aproximación documental, transversal que basó su aparato crítico desde la teoría criminológica y psicosocial.

Históricamente, se considera que fue Gabriel Tardé quien detectó y documentó que los diarios manejaban a conveniencia la comunicación de eventos delictivos, en algunas ocasiones para matizar y aparentar menor riesgo del que realmente existía y otras veces para generar el efecto contrario y estigmatizar contextos que tal vez no estaban en un riesgo tan elevado (Zaffaroni, 2011; Nava, 2014).

Hoy día los medios de comunicación digitales han intensificado la disseminación de la información, influyendo en el posicionamiento, los matices y la percepción de los contenidos, dicha influencia es más notable en la información de corte policiaco. En ese sentido, sabemos que nuestra sociedad tiene homicidios a pesar de que nadie los pueda ver a todos, no obs-

tante, sabemos de ellos por los medios de comunicación, por lo que nuestros temores y nuestras reacciones dependen, en definitiva, de la conceptualización generada desde lo mediático, lo cual es una contingencia fabricada que influye en nuestro comportamiento (Zaffaroni y Bailone, 2012).

Se cree que entre las ganancias reforzadoras de la criminología mediática están el generar estereotipos y obtener capital mediante los índices de audiencias o lectores. Asimismo, la criminología mediática ha sido utilizada para otros fines por su capacidad de manipulación de la opinión pública y el control social en todo el mundo, pues desde la criminología mediática pueden depositarse cargas de responsabilidad en actores en los que políticamente convenga, por ejemplo, cuando un discurso de los medios suaviza actos de brutalidad o bien cuando se culpa a las víctimas de aquello que padecieron. En el mismo sentido, caben dentro de esta pseudocriminología las generaciones de leyendas que aterran a algunos y ahuyentan a otros (Del Peral, 2016), pero que a otros más les dan una utilidad como cortina de humo para evitar la crítica social.

EL PUNITIVISMO SOCIAL Y LA CRIMINOLOGÍA MEDIÁTICA

A la par de la criminología mediática se ha desarrollado otro fenómeno psicosocial: el punitivismo social que frecuentemente desemboca en otro fenómeno; el populismo punitivo.

Hoy día los medios de comunicación digitales han intensificado la disseminación de la información, influyendo en el posicionamiento, los matices y la percepción de los contenidos.



El punitivismo social es, en principio, un discurso maniqueo, creador de un mundo de personas polarizadas, en donde presuntamente hay personas decentes enfrentadas a una masa de criminales que es identificada a través de estereotipos, que configuran un grupo separado y rivalizado con el resto de la sociedad (Arditi, 2004; Sánchez, 2020). Citando a Ricardo Melgar, el grupo de los criminales podría tomarse como un conjunto de personajes que reúnen lo feo, lo sucio y lo malo (Melgar, 2004 y 2005).

Mucho de lo anterior se da a través de la creación de víctimas-héroes que abanderan una pseudo política criminológica –punitivista– determinada, que busca reflejarse con un grupo social para poder generar un vínculo simbólico con el público, que permita la respuesta positiva del consumidor mediático, a partir de la interacción basada en el clientelismo. Entre esto vale señalar que la criminología mediática se compone de grupos subalternos, grupos hegemónicos, políticos, opinólogos, prensa (calificada y no calificada) y de aquellos que ostentan el poder social.

LA CRIMINOLOGÍA MEDIÁTICA Y EL CONTEXTO SOCIAL

Como todo fenómeno social la criminología mediática no puede estudiarse desprendida del contexto de su ocurrencia. A menudo puede surgir en medios en donde la impunidad, las altas tasas de criminalidad y condiciones muy cercanas a la

anomia social están prevalentes.

En escenarios como América Latina, las condiciones de muchos países son desiguales, con asimetrías económicas y educativas en la población pero además en coexistencia con una cultura que considera a los medios como fuentes de autoridad, por lo que el poder que se ejerce desde ahí es grande, conllevando que los criterios e ideas directrices sobre algo sean con frecuencia dirigidos desde los medios masivos (Sartori, 2009).

Por otro lado, al igual que muchos otros fenómenos sociales, ejercer opiniones tendenciosas, sin medios probatorios e incluso con evidentes dolos, es muy posible al tratarse de comportamientos que sean adquiridos por medio del aprendizaje social. De hecho, la criminología mediática es un fenómeno de influencia por parte de los medios hacia las personas, modificando sus comportamientos por las influencias que a nivel cognitivo generan en los consumidores. En ello se puede ver que procesos cognitivos como la atención, la observación y la anticipación, por mencionar algunos descritos teórica y empíricamente por la teoría del aprendizaje cognitivo social, se encuentran presentes (Bandura, 1982).

Asimismo no debe perderse de vista que en los tiempos modernos han surgido nuevos campos de convivencia social con poder comunicacional, específicamente la internet ha



contribuido con los *websites*, los blogs y las redes sociales. Justo en el campo de las redes sociales, Facebook, una de las que tiene más afiliados, se ha descrito como algo que se ha posicionado como una moderna aldea, con sus problemas, sus tópicos, sus rumorologías y por supuesto con sus respectivos juicios de valor (El Sahili, 2014).



Por otra parte, de acuerdo con Rodrigo Antonio Portillo, la criminología mediática está estructurada por los medios de comunicación, los cuales construyen la cuestión criminal en base a estereotipos, estigmatizaciones, causalidades mágicas; mostrando violencia y exagerando las noticias criminales con algunos afanes que les conllevan ganancias consecuentes, lo que repercute en el incremento de la percepción de inseguridad y promulgación de nuevas leyes penales, por lo general más severas. Asimismo, se plantea que el Estado ejerce

control en la sociedad a través del miedo al crimen (Portillo, 2016).

Algunos indicadores de la presencia de criminología mediática pueden ser la polarización de los individuos, donde antagonizan etiquetamientos que de igual forma han sido social y mediáticamente contruidos, así, no es poco común ver, oír o leer las pugnas entre los buenos y los malvados, entre los trabajadores y los perversos criminales, así como no resultará atípico conocer de iniciativas legislativas punitivas, en ocasiones altamente severas, o la creación de criminales e imaginarios peligrosos cristalizados en otredades riesgosas para quienes representan la norma o el grupo de las buenas personas.

LAS PUESTAS EN PRÁCTICA DE LA CRIMINOLOGÍA MEDIÁTICA

Considerando que la autoría de este artículo se da desde la psicología social-criminológica, un objetivo trazado desde el inicio fue identificar algunas de las prácticas comportamentales asociadas al fenómeno de la criminología de los medios.

Fue así, que se pudieron identificar cinco fenómenos que tienen una relación estrecha con la paracriminología de los medios.

Los fenómenos fueron los siguientes:

1) La justificación de controles y medidas punitivas. Que se refiere a la creación de un clima social criminógeno en el que la



resolución de las problemáticas es por medio de sanciones cada vez más severas, nuevas conductas integradas a los tipos penales y otros mecanismos de índole restrictiva.

2) Los «linchamientos mediáticos», cuya consistencia es en torno a la creación de pseudo tribunales en los medios de comunicación, principalmente en los de tipo informático como la internet, en donde se han ido conformando espacios de delación, denuncia e incluso de difamación, llegando a existir situaciones donde prácticamente se aniquilan reputaciones y entran en menoscabo los derechos de debido proceso de las personas involucradas (Blanco, 2013).

3) La estigmatización de zonas geográficas. En este apartado las entidades de medios comunicacionales pueden construir mapas cognitivos de zonas georreferenciadas, pudiendo incluso agravar o atenuar la percepción de un sitio o zona, muchas veces en obediencia a intereses políticos o de grupos hegemónicos.

4) Destino de presupuestos públicos. Este punto se capta por la evidencia que permite ver que a partir de lo manejado mediáticamente se ejerce presión sobre los actores políticos para que se dirijan presupuestos y recursos tanto materiales como financieros hacia ciertas causas y temas.

5) La construcción de una realidad deformada. En este rubro los indicios son las comunicaciones publicadas que pueden

exotizar, romantizar, espectacularizar y en general atribuir adjetivos y percepciones colectivas de la realidad que no corresponden a una situación patente. A menudo esto antes descrito ocurre porque la criminología mediática privilegia el morbo encima de los datos serios y respaldados. En este rubro sería patente el riesgo de la generación de clientelismos políticos y negocios emergentes en el afán de resolver la criminalidad, lo que puede sostener el nivel de la misma, so pena de quebrar el sistema económico que causa (Becker, 1976).

CONCLUSIONES

El auge de la criminología mediática arrastra consigo diversos riesgos. Quizás en primer lugar debe preocupar el desplazamiento que se hace de la Criminología como ciencia, generando una atmósfera en la sociedad de que lo que es diseminado por los medios es algo que goza de absoluta veracidad y confianza.

Un riesgo más es el tocante a la separación de las personas que se construye desde los medios. En ella, la revisión de los autores de este trabajo sobre algunos rótulos titulares de prensa (de todo formato) pudo constatar que en no pocas ocasiones se tazan en jerarquías las vidas de las personas; por ejemplo, ante la ocurrencia de un enfrentamiento entre delincuentes y fuerzas oficiales, la redacción minimiza o nulifica algún efecto por las personas muertas del lado de la delincuencia, por supuesto, asumiendo a

El auge de la criminología mediática arrastra consigo diversos riesgos.



BIBLIOGRAFÍA

- Arditi, B. (2004). El populismo como espectro de la democracia: una respuesta a Canovan. *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, 47(291) 105-120.
- Bandura, A. (1982). *Teoría del Aprendizaje Social*. Alianza.
- Becker, G. S. (1976). *The economic approach to human behavior*. The university of Chicago Press.
- Blanco, J. A. (2013). *El asesinato de la reputación. De Amadeo Barletta a Yoani Sánchez*. Original Books.
- Del Peral, C. (2016). México sospechoso. ¿cortinas de humo o incredulidad exacerbada? *Revista AMAI* 47, 16-19.
- El Sahili, L. F. (2014): *Psicología del Facebook*. Guanajuato: Universidad de Guanajuato.
- Melgar, R. (2004). Lo sucio y lo bajo: entre la dominación y la resistencia cultural. *Revista Envío [Digital]*, *Universidad Centroamericana*, 271, 1-12.
- Melgar, R. (2005). Lo sucio y lo bajo: identidades subalternas y resistencia cultural en América Latina en Rossana Cassigoli y Jorge Turner (coord.). *Tradición y emancipación cultural en América Latina*. Siglo XXI editores.
- Nava, A. (2014). Hacia una crítica del derecho penal del enemigo y de la criminología mediática: consecuencias locales de la actual política criminal global, en: V. Borsò., Leyva, G. y Temelli, Y., (eds.): *Democracia y violencia entre lo global y lo local*. Demokratie und Gewalt zwischen dem Globalen und Lokalen. Düsseldorf University Press.
- Peña, M. E. y Andreu, J. M. (2012). Distorsiones cognitivas: una revisión sobre sus implicaciones en la conducta agresiva y antisocial. *Psicopatología Clínica, Legal y Forense*, 12, 85-99.
- Portillo, R. A. (2016). *Criminología mediática: la construcción de la cuestión criminal por los medios de comunicación*. [Tesis para obtener el título de abogado no publicada]. Universidad San Martín de Porres.
- Sánchez, G. (2020). *Populismo Punitivo. Un análisis acerca de los peligros de aupar la voluntad popular por encima de leyes e instituciones*. Deusto.
- Sartori, G. (2009). *Homo Videns. La sociedad teledirigida*. Taurus.
- Zaffaroni, E. R. (2011). *La palabra de los muertos. Conferencias sobre criminología cautelar*. Ediar.
- Zaffaroni, E. R. y Bailone, M. (2012). *La cuestión criminal*. Planeta.