

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**



**MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y SU
INFLUENCIA EN LA CONFIGURACIÓN MEDIÁTICA
DE UNA SOCIEDAD EN RIESGO EN GUATEMALA**

INGE MAYTHE NÁJERA VILLATE

GUATEMALA ABRIL DE 2017

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES**

**MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA
CONFIGURACIÓN MEDIÁTICA DE UNA SOCIEDAD EN RIESGO EN GUATEMALA**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

INGE MAYTHE NÁJERA VILLATE

Previo a conferírsele el grado académico de

LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

y los títulos profesionales de

ABOGADA Y NOTARIA

Guatemala, abril 2017

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

DECANO:	Lic. Gustavo Bonilla
VOCAL I:	Lic. Luis Rodolfo Polanco Gil
VOCAL II:	Licda. Rosario Gil Pérez
VOCAL III:	Lic. Juan José Bolaños Mejía
VOCAL IV:	Br. Jhonatha Josué Mayorga Urrutia
VOCAL V:	Br. Freddy Noé Orellana Orellana
SECRETARIO:	Lic. Fernando Antonio Chacón Urizar

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

Primera Fase:

Presidenta:	Licda. Crista Ruíz Castillo de Juárez
Vocal:	Lic. Hugo Roberto Martínez Rebullá
Secretario:	Lic. Jorge Eduardo Ajú Icó

Segunda Fase:

Presidente:	Lic. Héctor René Granados Figueroa
Vocal:	Lic. Jorge Mario Yupe Cárcamo
Secretario:	Lic. Carlos Alberto Cáceres Lima

RAZÓN: "Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis". (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público)



USAC
TRICENTENARIA
 Universidad de San Carlos de Guatemala



Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Unidad de Asesoría de Tesis. Ciudad de Guatemala, 28 de mayo de 2015.

Atentamente pase al (a) Profesional, EDI LILI BARCO PEREZ
 _____, para que proceda a asesorar el trabajo de tesis del (a) estudiante
INGE MAYTHE NÁJERA VILLATE, con carné 200912183,
 intitulado MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CONFIGURACIÓN MEDIÁTICA DE
UNA SOCIEDAD EN RIESGO EN GUATEMALA.

Hago de su conocimiento que está facultado (a) para recomendar al (a) estudiante, la modificación del bosquejo preliminar de temas, las fuentes de consulta originalmente contempladas; así como, el título de tesis propuesto.

El dictamen correspondiente se debe emitir en un plazo no mayor de 90 días continuos a partir de concluida la investigación, en este debe hacer constar su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, la conclusión discursiva, y la bibliografía utilizada, si aprueba o desaprueba el trabajo de investigación. Expresamente declarará que no es pariente del (a) estudiante dentro de los grados de ley y otras consideraciones que estime pertinentes.

Adjunto encontrará el plan de tesis respectivo.

[Signature]
DR. BONERGE AMILCAR MEJÍA ORELLANA
 Jefe(a) de la Unidad de Asesoría de Tesis



Fecha de recepción 20 / 07 / 2016.

f) _____

Asesor(a)

[Signature]
E. Lili Barco Pérez
 Abogada y Notaria
 Col. 6391

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

Edificio S-7, Ciudad Universitaria Zona 12 - Guatemala, Guatemala





Licda. Lili Barco Pérez
Abogada y Notaria
6ta. Ave. 0-60 zona 4 of. 311-312, Torre Profesional I

Guatemala, 25 de agosto de 2016.

Lic. Roberto Fredy Orellana Martínez
Jefe de la Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala.



Apreciable doctor:

Respetuosamente a usted informo sobre mi nombramiento como asesor de tesis de el (la) bachiller INGE MAYTHE NÁJERA VILLATE, la cual se intitula "MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CONFIGURACIÓN MEDIÁTICA DE UNA SOCIEDAD EN RIESGO EN GUATEMALA "; declarando expresamente que no soy pariente de el o la bachiller dentro de los grados de ley; por lo que me complace manifestarle lo siguiente:

- a) Respecto al contenido científico y técnico de la tesis, en la misma se analizan aspectos legales importantes y de actualidad; ya que trata sobre: Los medios de comunicación y la influencia que tiene en Guatemala, afectando a la sociedad con la agenda preparada para la los medios de comunicación masiva y la falta de criterio de la sociedad, donde juzga a los posibles delincuentes. Afectando a un juicio justo y con su debido proceso
- b) Los métodos utilizados en la investigación fueron el análisis, la inducción, la deducción y la síntesis; mediante los cuales el o la bachiller no sólo logró comprobar la hipótesis sino que también analizó y expuso detalladamente los aspectos más relevantes relacionados con la libertad de expresión, los medios de comunicación y la influencia en la sociedad, el impacto que tiene una persona que es juzgada por la sociedad no por los órganos jurisdiccionales.
- c) La técnica bibliográfica permitió recolectar y seleccionar adecuadamente el material de referencia.



Licda. Lili Barco Pérez
Abogada y Notaria
6ta. Ave. 0-60 zona 4 of. 311-312, Torre Profesional I

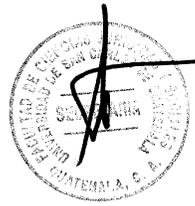
- d) La redacción de la tesis es clara, concisa y explicativa, habiendo el o la bachiller utilizado un lenguaje técnico y comprensible para el lector; asimismo, hizo uso de las reglas ortográficas de la Real Academia Española.
- e) El informe final de tesis es una gran contribución científica para la sociedad y para la legislación guatemalteca; puesto que es un tema muy importante que no ha sido investigado suficientemente. En todo caso puede servir como material de consulta para futuras investigaciones.
- f) En la conclusión discursiva, el o la bachiller expone sus puntos de vista sobre la problemática y a la vez recomienda que los medios de comunicación masiva sean controlados en cuanto a la forma de sentenciar a una persona moralmente ante la sociedad ya que violentan el debido proceso, ocasionándole daño a la misma persona como a su entorno, formando juicios paralelos que no son los idóneos y legales; con el objeto de mejorar la credibilidad de las personas en los tribunales de justicia, enseñar a omitir un juicio paralelo que dañe al ciudadano, a producir una sociedad guatemalteca más sana y menos violenta.
- g) La bibliografía utilizada fue la adecuada al tema, en virtud que se consultaron exposiciones temáticas tanto de autores nacionales como de extranjeros.
- h) El o la bachiller aceptó todas las sugerencias que le hice y realizó las correcciones necesarias para una mejor comprensión del tema; en todo caso, respeté sus opiniones y los aportes que planteó.

En base a lo anterior, hago de su conocimiento que la tesis cumple con todos los requisitos estipulados en el Artículo 31 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público; por lo que apruebo el trabajo de investigación, emitiendo para el efecto **DICTAMEN FAVORABLE**, para que la misma continúe el trámite correspondiente.

Atentamente,

Licda. Edi Lili Barco Pérez
Asesor de Tesis
Colegiado No. 6391

E. Lili Barco Pérez
Abogada y Notaria
Col. 6391

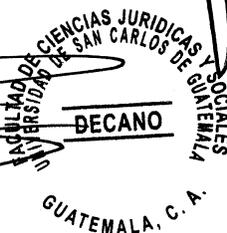


DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, 27 de febrero de 2017.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis de la estudiante INGE MAYTHE NÁJERA VILLATE, titulado MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA CONFIGURACIÓN MEDIÁTICA DE UNA SOCIEDAD EN RIESGO EN GUATEMALA. Artículos: 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

RFOM/srrs.

[Handwritten signatures]



DEDICATORIA



A DIOS: Por guiarme en mi vida. Y darme la fortaleza para seguir mi camino.

A MIS PADRES: Augusto Arnoldo Nájera Lemus y en especial a mi madre Inge María Teresa Villate Villatoro, por su apoyo incondicional y su ejemplo de lucha, siendo una increíble amiga y madre.

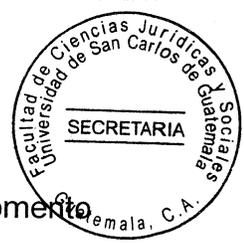
A MIS ABUELOS: Ricardo Villate, Guillermo Federico Nájera Guerra (QEPD) y en especial a Dolores Lemus (QEPD), por ser de apoyo a lo largo de mi carrera, dándome los mejores consejos.

A MIS HERMANOS: Guillermo Arnoldo y Diego Alejandro Nájera Villate con especial cariño, gracias por su apoyo y sus consejos.

A MIS SOBRINOS: María Andrea y Guillermo Sebastián Nájera Pérez, por ser los mejores sobrinos por su gran cariño y por ser un gran motivante en mi vida. Esperando ser un ejemplo para ellos.

A MIS TIOS: Por su apoyo y cariño en especial a Gustavo Villate (QEPD), Roberto Ricardo Villate, Helga Villate.

A MIS AMIGOS: Julio Alberto Zuñiga Everall, Juan Carlos Damían Rivera Ochoa, Maricela Hernández, Cristina Camey y demás amigos por su espectacular apoyo a lo largo de mi carrera y mi vida, quienes fueron influencia positiva en todas mis



decisiones. Ayudándome y animándome en cada momento de mi vida y carrera.

A MIS MAESTROS: Quienes en esta etapa de mi vida, influyeron y generaron con sus lecciones y experiencias que me formaron como una persona competente y preparada para los retos que me depara la vida;

A: La Universidad de San Carlos de Guatemala, por permitirme culminar mis estudios superiores y hacerme acreedora de formar parte de la tricentenaria USAC.

A: La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, mi eterno agradecimiento por ser parte de mi formación profesional.

PRESENTACIÓN



El presente trabajo de investigación ha tenido como finalidad específica de demostrar la forma de cómo los medios de comunicación masiva por medio de la agenda setting tienden a criminalizar a las personas que se encuentran involucradas en un hecho delictivo. Sin que sean debidamente escuchados y sentenciados. Formando juicios paralelos entre la sociedad y los medios, afectando al sindicado. Enfoca desde los orígenes de la comunicación, su desarrollo y la influencia de los medios de comunicación.

El objetivo de este estudio es comprobar como afecta la agenda setting en la sociedad y sus consecuencias respecto a los juicios que genera la población, con la influencia de los medios de comunicación y su afectación en el sistema de justicia guatemalteca.

El resultado del presente estudio jurídico y social fue determinar que los medios de comunicación masiva forman una agenda setting para darle mayor juicio de valor a las noticias amarillistas. Como consecuencia afecta al sindicado con la perspectiva de culpabilidad ya que forma juicios paralelos que vulneran los principios fundamentales del reo, haciendo una presión social y política, para los jueces que deben de determinar la legalidad del proceso, aunado a eso se ve afectada la sociedad guatemalteca ya que crean una sociedad en riesgo por el alto impacto de las noticias que fueron elegidas por ganar usuarios y simpatizantes de los medios de comunicación masiva.



HIPÓTESIS

De la investigación realizada, se deduce que los medios masivos de comunicación social en su afán de cubrir eventos de índole delictiva obvian el derecho de la ciudadanía guatemalteca a recibir mensajes que les informen sobre la seguridad de su entorno, que a través de una información seleccionada por su alto impacto, convierten a la sociedad en un espacio de riesgo y peligro que realmente está sobredimensionado.



COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Al ser la hipótesis una respuesta anticipada a la pregunta de la investigación, cuya función metodológica es la de regir la investigación por un camino exacto de búsqueda de la respuesta a dicha pregunta, entonces se puede decir que la hipótesis ha sido comprobada en la presente investigación.

Los medios masivos de comunicación social si influyen en la ciudadanía en su pensamiento de que viven en una sociedad de peligro y riesgo, toda vez que la información que reciben de los medios de comunicación siempre llega a la audiencia de una forma sobredimensionada porque es de interés para los directivos de los medios tener espacios que se denominan de primera plana (prime time), espacios en los que no solo se criminaliza a priori a los señalados penalmente sino que además, se llevan a cabo juicios paralelos dirigidos por los medios de comunicación y la audiencia en los cuales se encuentran culpables tanto a los señalados por el delito como a los propios jueces que participan en el proceso penal.

ÍNDICE



Introducción.....	i
-------------------	---

CAPÍTULO I

1. Los medios de comunicación social.....	1
1.1 Orígenes, poder y función de los medios de comunicación social en el mundo capitalista	1
1.2 Tipos de medios de comunicación.....	5
1.2.1 Medios masivos.....	5
1.2.2 Medios auxiliares o complementarios.....	6
1.2.3 Medios alternativos son aquellas nuevas formas de promoción de productos de forma innovadora	7
1.3 La naturaleza de la actividad comunicativa del capitalismo.....	8
1.3.1 Un nuevo fetiche: los medios de comunicación.....	10
1.3.2 La mitología del sistema	12

CAPÍTULO II

2. La teoría del agenda setting como forma de poder en los medios de comunicación.....	17
2.1 El poder de los medios de comunicación.....	17
2.2 Agenda mediática	22
2.2.1 Impacto de la agenda mediática	23
2.3 Teoría del establecimiento periodístico de temas de discusión	24



2.4 La formación de la opinión pública y la construcción de discurso sobre la realidad criminal	25
2.5 Opinión pública, medios de comunicación y criminalidad.....	28

CAPÍTULO III

3. La criminalización por parte de los medios de comunicación masiva y el mensaje de riesgo para la ciudadanía.....	31
3.1 La criminalización.....	33
3.1.1 Teoría del etiquetado	34
3.2 Las estrategias de criminalización de los medios de comunicación.....	35
3.3 La adecuación de la noticia criminal al medio televisivo.....	37
3.4 Impacto de la agenda setting	41
3.4.1 Existen tres tipos de proceso para la formación de una opinión pública....	42
3.4.2 Impacto de la opinión publica y la agenda setting	42
3.5 Mensaje de riesgo	44
3.5.1 El riesgo	45
3.6 Influencia en la sociedad	46

CAPÍTULO IV

4. Los medios de comunicación masiva y los juicios paralelos	49
4.1 Juicios paralelos	49
4.1.1 opinión pública	50
4.2 Perspectiva de culpabilidad	51



4.3 Medios de información, sociedad y poder	52
4.4 Los juicios paralelos: La verdad proporcionada por los medios de comunicación y la verdad del sistema judicial.....	56
4.5 Punto de vista social y jurídico de la influencia de los medios de comunicación.....	59

CAPÍTULO V

5. La perspectiva de culpabilidad desde los medios de comunicación masiva y su influencia en la configuración mediática en una sociedad en riesgo	63
5.1 La criminalización y los medios de comunicación masiva.....	63
5.2 La configuración de una sociedad de riesgo a partir de los medios de comunicación	66
5.2.1 Sociedad en riesgo	66
5.3 El principio de publicidad procesal y los medios de comunicación masiva.....	69
5.4 Influencia del discurso periodístico de una sociedad en riesgo	72
5.4.1 Características del discurso periodístico	72
5.4.2 La influencia del discurso en una sociedad en riesgo	73
5.5 Enfoque de los medios y su influencia en la sociedad guatemalteca.....	74
CONCLUSIÓN DISCURSIVA	77
BIBLIOGRAFÍA.....	79



INTRODUCCIÓN

La presente tesis fue motivada por el acontecimiento social que ocurre en estos momentos en Guatemala, la comunicación oscila entre la emancipación y el control, entre la transparencia y la opacidad. Un hecho que se convierta en noticia requerirá de elementos que la diferencien de los demás hechos sociales. Teniendo sentido cuando se ha convertido en discurso. La hipótesis la cual cito: “De la investigación realizada, se deduce que los medios masivos de comunicación social en su afán de cubrir eventos de índole delictiva obvian el derecho de la ciudadanía guatemalteca a recibir mensajes que les informen sobre la seguridad de su entorno que, a través de una información seleccionada por su alto impacto, convierten a la sociedad en un espacio de riesgo y peligro que realmente está sobredimensionado”.

El objetivo es alcanzado al encontrar que los medios de comunicación masiva si afectan a la sociedad ya que manipula el entorno noticioso determinando sus consecuencias a la sociedad guatemalteca. Ilustrando las estrategias que subyacen en la agenda setting en los medios de comunicación creando un impacto. Los métodos utilizados en el presente trabajo fueron los siguientes; analítico, consistiendo en la descomposición del todo en sus partes para estudiar por separado la postura de la comunicación en especial a la agenda mediática; sintético, la comprensión de la esencia del fenómeno de los medios de comunicación, su influencia y particularidades; deductivo, análisis de las verdades establecidas de los medios de comunicación contra las publicaciones etiquetadas como amarillistas; inductivo la particularidad de las noticias que forman una



agenda mediática; y analógico en el estudio de los diferentes medios de comunicación y su influencia en cierto periodo de tiempo.

Las técnicas utilizadas fueron la revisión bibliográfica, hemerográfica y documental, complementando con el estudio comparativo, documental y las síntesis de noticias. Esto ayudó a la creación de la presente. Aplicando al momento de estudiar y comparar los medios de comunicación y la agenda setting con el objetivo de precisar la influencia social en riesgo y sus derechos.

La presente tesis contiene cinco capítulos los cuales detallo; El capítulo I) Los medios de comunicación social, El capítulo II) La teoría de la agenda setting como forma de apoderamiento de los medios de comunicación; El capítulo III) La criminalización por parte de los medios de comunicación masiva y el mensaje de riesgo para la ciudadanía; El capítulo IV) Los medios de comunicación masiva y los juicios paralelos y el capítulo V) La perspectiva de culpabilidad desde los medios de comunicación masiva y su influencia en la configuración mediática de una sociedad en riesgo en Guatemala.

Así mismo se ha determinado que los medios de comunicación masiva criminalizan a los sindicatos presentándolas ante la ciudadanía como delincuentes creando ambiente socialmente riesgoso. Encontrando así que juicios paralelos sobre los hechos judiciales en los cuales llegan a juzgar el actuar de los propios jueces. Exponiendo que los medios de comunicación masiva no representan la opinión pública por lo que en hecho de índole judicial hasta que no haya una sentencia firme, no se pueda hablar de culpabilidad.



CAPITULO I

1. Los medios de comunicación social

1.1 Orígenes, poder y función de los medios de comunicación social en el mundo

Capitalista

Orígenes de los medios de comunicación; este término tiene un gran número de acepciones esta observación no data del final de nuestro milenio sino de 1753. Así empieza el artículo que Denis Diderot consagra al vocablo en la Enciclopedia y que redacta personalmente. Ya en esa época, la comunicación habla el idioma de varias ciencias artes y oficios: literatura, física, teología, ciencia de las fortificaciones, enjuiciamiento criminal, vías públicas. Su polisemia remite a las ideas de reparto, de comunidad, de contigüidad, de continuidad, de encarnación y de exhibición.

En ese diccionario de la Ilustración, no obstante, lo negativo enseña más que lo positivo, según demuestra el artículo Excomuni6n. Fruto de la pluma de un clérigo, tiene el doble mérito de hacer sospechar la gran deuda contraída por la matriz originaria de la comunicaci6n con el lenguaje de la Iglesia, pero sin encasillarse en él. Allí se define la ex comunicaci6n como la “separaci6n de la comunicaci6n o de comercio con una persona con la que anteriormente se tenía esa relaci6n”.¹

¹Mattelart, Armand. **La invenci6n de la comunicaci6n. traducci6n, notas y aportaciones bibliográficas** Pág. 11

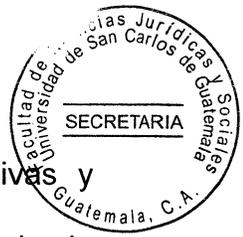


El poder de la comunicación señala que cada época histórica y cada tipo de sociedad tienen la configuración comunicacional que se merecen. Esta configuración, con sus distintos niveles ya sean de carácter económico, social, técnico o mental, y sus distintas escalas, local, nacional, regional o internacional, produce un concepto hegemónico de comunicación. En el paso de una configuración a otra, interesa destacar las continuidades y las rupturas.

Desde que la comunicación más allá de los distintos significados que cada época le ha conferido ha iniciado su trayectoria en búsqueda del ideal de la razón la representación que de ella se han formado las personas oscila entre la emancipación y el control, entre la transparencia y la opacidad. Por un lado, la lógica de la liberación respecto de cualquier tipo de trabas, de cualquier tipo de prejuicios heredados del pensamiento del dogma. Por otro, la lógica de la imposición de un orden social y productivo.

Los medios de deslocalización gracias a los que se puede escapar de los encerramientos y de las fronteras mentales y físicas, permiten, a un mismo tiempo, liberar el movimiento y consolidar el centro desde la periferia. Las nociones de libertad y de liberación, vinculadas a la comunicación, se presentan de forma paradójica. Porque la historia de las configuraciones de la comunicación es la de las distintas modalidades que adoptan “las relaciones de interdependencia que ligan a los hombres entre sí y las formas de control de sus afectos y de sus impulsos, exigidas por la gestión de los grandes números”.²

²Ibid, Pág. 15



Solo una concepción evolucionista de la historia, dividida en etapas sucesivas y estancas, puede llevar a la creencia de que la memoria de los siglos ha dejado de intervenir en el modo contemporáneo de comunicación.

El siglo XIX prepara una lenta aparición de un nuevo modo de intercambio y de circulación de bienes, mensajes y personas, así como de un nuevo modo de organización de la producción. En el transcurso de este siglo, y muy particularmente a partir de 1850, en un contexto en el que se concreta la noción de libertad de opinión, un conjunto de inventos técnicos va a permitir el desarrollo de nuevas redes de comunicación. “Las formas históricas de implantación, según las cuales cada uno de estos nuevos circuitos de intercambio se insertará en las distintas sociedades, han sido anunciadoras de cuestiones que se prolongaron al siglo XX y se mantienen en el siglo XXI”.³

Es de señalar que cada época histórica y cada tipo de sociedad tienen la configuración comunicacional que se merecen. Esta configuración, con sus distintos niveles, ya sean de carácter económico, social, técnico o mental, y sus distintas escalas, local, nacional, regional o internacional, produce un concepto hegemónico de comunicación. En el paso de una configuración a otra, interesa destacar las continuidades y las rupturas.

A finales del siglo XVIII, durante el período revolucionario, se instala en Francia el primer sistema de telecomunicaciones término que hará de esperar hasta principios del siglo XX para ser acuñado por un ingeniero francés de correos y telégrafos y que será ratificado internacionalmente en 1932. El origen de este sistema, que se apunta una

³Mattelart, Armand. **La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias.** Pág. 25



primera victoria sobre el tiempo y el espacio, está en el telégrafo óptico o aéreo, también llamado telégrafo de brazo, inventado por Claude Chappe.

Aprobado por la Convención Nacional, el primer enlace de telegrafía aérea, que consistía en la transmisión de señales mecánicas repetidas de puesto en puesto, se instala en París y Lille en 1793. El país en guerra necesitaba que sus ejércitos estén comunicados. “El primer uso de este invento tendrá, pues, fines militares. Y los conservó por mucho tiempo”.⁴

Luego cuando Chappe le propone a Bonaparte tres utilidades civiles del telégrafo, dos son rechazadas: la puesta a disposición de los industriales y de los comerciantes y el lanzamiento de una pequeña gaceta telegráfica. Solo fue aceptada por el cónsul la transmisión de los resultados de la lotería, lo cual limitaba en toda medida posible el acceso a la información de la vida productiva del país.

Para probarlo, basta con remitirse al parentesco existente entre aquellos discursos mesiánicos sobre las redes del vapor y la electricidad en el siglo XIX y los que acompañaron en el siglo XX a las políticas de salida de la crisis gracias a las altas tecnologías de la información. A través de la comunicación en todas sus formas técnicas se trató nada menos que de operar el regreso a una comunidad primigenia. Desde hace tiempo, se ha trazado una línea recta entre comunicación y religión, reencontrándose ambas para reunir o religare a los seres humanos.

⁴Ibid, Pág. 26

La humanidad no ha esperado al derrumbamiento de ciertas utopías políticas para investigar a “la comunicación con la función de quitamiedos frente a la amenaza de la disgregación y para requerir de ella la creación de un nuevo vínculo social”.⁵ Muchos han sido, y mucho antes que los profetas de la informática del siglo XX, los portadores de desmesuradas esperanzas en ella depositada, de este determinismo virtuoso de la tecnología.

1.2 Tipos de medios de comunicación

En primer lugar, cabe señalar que los medios de comunicación se dividen, de forma general, en tres grandes grupos según los tipos de medios de comunicación que engloban;

1.2.1 Medios masivos

Son aquellos que afectan a un mayor número de personas. Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación. Televisión: Es un medio audiovisual masivo que permite a los publicistas desplegar toda su creatividad porque pueden combinar imagen, sonido y movimiento. Radio: Es un medio solo-audio que en la actualidad está recobrando su popularidad.

Escuchar la radio ha tenido un crecimiento paralelo a la población sobre todo por su naturaleza inmediata, portátil, que engrana tan bien con un estilo de vida rápido. Los

⁵ Mattelart, **La invención**, Pág. 16

horarios más populares son los de "las horas de conducir"⁶, cuando los que van en su vehículo constituyen un vasto auditorio cautivo. Periódicos: ideales para anunciantes locales. Sus principales ventajas son: Flexibilidad; actualidad; buena cobertura de mercados locales; aceptabilidad amplia; credibilidad alta, son accesibles a pequeños comerciantes que deseen anunciarse.

Revistas: Son un medio visual "masivo-selectivo" ⁷porque se dirigen a públicos especializados pero de forma masiva, lo que les permite llegar a más clientes potenciales. Internet: Hoy en día, el internet es un medio audiovisual interactivo y selectivo, que dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a una buena parte de los clientes potenciales. Para emplear este medio, los anunciantes necesitan colocar un sitio web en la red para presentar sus productos y servicios. Luego, deben promocionarlo primero, posicionándolo entre los primeros resultados de búsqueda de los principales buscadores para llegar al 85% de personas que utilizan esos recursos para encontrar lo que buscan en internet. Las ventajas de este medio son: Selectividad alta; costo bajo; impacto inmediato; capacidades interactivas. Cine: Es un medio audiovisual masivo que permite llegar a un amplio grupo de personas cautivas pero con baja selectividad.

1.2.2 Medios auxiliares o complementarios

Este grupo de medios incluye los siguiente tipos de medios de comunicación: Medios en Exteriores o Publicidad Exterior: Es un medio, por lo general, visual que se

⁶ Castells, M. (2000). **La era de la información**. Pág. 28

⁷ McLuhan, M. (1996). **Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano**. Pág. 115



encuentra en exteriores o al aire libre. “es un medio flexible, de bajo costo, capaz de asumir una gran variedad de formas”⁸. Los ejemplos incluyen: espectaculares, escritura en el cielo, globos gigantes, pequeños carteles en centros comerciales y en paradas de autobuses y aeropuertos, y anuncios en los costados de los autos, camiones y autobuses. Sus ventajas son la flexibilidad alta; exposición repetida; bajo costo; baja competencia de mensajes; buena selectividad por localización.

Publicidad Interior: Consiste en medios visuales y en algunos casos incluyen audio colocados en lugares cerrados donde las personas pasan o se detienen brevemente, ésta publicidad se coloca en: Estadios deportivos; plazas, interior de los camionetas, tranvías urbanos. Sus ventajas son: Bajo costo, audiencia cautiva. Publicidad Directa o Correo Directo: Este medio auxiliar o complementario consiste, por lo general, en enviar un anuncio impreso al cliente potencial o actual. La publicidad directa emplea muchas formas por ejemplo, tarjetas postales, cartas, catálogos, folletos, calendarios, boletines, circulares, anexos en sobres y paquetes, muestrarios, etcétera. La más usual es el folleto o volante.

1.2.3. Medios alternativos son aquellas nuevas formas de promoción de productos, de forma innovadora

Son aquellos medios que no se encuentran en las anteriores clasificaciones y que pueden ser muy innovadores. Dentro de este grupo se encuentran los siguientes tipos de medios de comunicación; Faxes, Protectores de pantallas de computadoras, Discos compactos, Kioscos interactivos en tiendas, Anuncios que pasan antes de las películas

⁸ Castells, M. (2000). *La era de la información*. Pág 20.



en los cines y en los videocasetes rentados, los elevadores incluirán o ya incluyen pantallas para exhibir noticias, información y publicidad para captar la atención de trabajadores de altos ingresos en los grandes edificios de oficinas.

1.3 La naturaleza de la actividad comunicativa del capitalismo y los fetiches

Toda actividad y todo producto en la sociedad capitalista participan del mundo y de la lógica de la mercancía. El lenguaje mismo que permite transmitir al público el sentido de dicha actividad y de dicho producto cualquiera que sea es el lenguaje del hombre de la mercancía que se transforma en amo de todo lenguaje. Las formas mercantiles como la forma general del intercambio; la actividad y el producto comunicacional no escapan a la relación social dominante.

Ahora bien, para legitimar y asentar la forma mercantil de comunicación, hacer de ella una actividad natural, una actividad que se desempeña sin que los dominados o receptores puedan sospechar su carácter de instrumento de dominación de una clase, el medio de comunicación pasará por el proceso de fetichización por el cual transitan todo producto y actividad. “En el fetichismo las personas vivas se metamorfosean en cosas y las cosas viven. Así, el dinero trabaja, el capital produce; de igual modo el medio de comunicación actúa”.⁹

Para asegurar su legitimidad, el modo de producción capitalista precisa de un cuerpo de fetiches que arman su racionalidad de dominación social. La aparición de estos fetiches íntimamente ligada al desarrollo de las fuerzas productivas; en otras palabras, los

⁹Mattelart, Armand. **La comunicación masiva en el proceso de liberación**. Pág. 28



fetiches de la alta tecnología difieren de aquellos que dotan de sentido y cohesionan el sistema capitalista en los albores del maquinismo.

Marx habló del fetichismo de la mercancía y del dinero inherente al modo de producción capitalista. Fabricar un fetiche o promover un proceso o fenómeno al rango de fetiche significa “cristalizarlo bajo la forma de un objeto puesto aparte”¹⁰, abstraerlo de las condiciones reales que presidieron o presiden su producción. Así, la burguesía erige la riqueza al rango de fetiche, cuando cristalizándola en los metales preciosos oro y plata, la aparta de su génesis: un proceso de acumulación y de plusvalía en manos de una clase propietaria de los medios de producción.

Obviamente, el vocablo “fetiche corresponde a la palabra, puesta en boga por Roland Barthes”¹¹, mito y la palabra ideología calza aquella acuñada por este autor, mitología. Ambas remiten a un cuerpo racional de mecanismos que apuntan a opacar las relaciones sociales de producción prevalecientes en la sociedad burguesa y, de este modo, conservar la producción de mercancías.

A toda mitología económica y jurídica que Marx desenreda y que permite a la clase dominante controlar los medios de existencia del pueblo, ha venido a sumarse otro cuerpo mítico con el desarrollo del poder tecnológico de la manipulación y adoctrinamiento; “controlarlo significa controlar las conciencias a través de la legitimación cotidiana y masiva de las bases del poder de una clase”.¹²

¹⁰Marx, Karl. **Crítica de la economía política**. Pág. 550

¹¹ Barthes, Roland. **Mythologies**. Pág. 39

¹²Op. Cit. Pág. 30

1.3.1 Un nuevo fetiche: los medios de comunicación

A este nuevo circuito de fetiches pertenece una primera área de la mitología sobre los medios de comunicación de masa y puede formularse de la siguiente manera: medios de comunicación de masas tal como la manipula la burguesía y el imperialismo se ha erigido en un mito.

El medio es un mito en la medida en que se lo considera como una entidad dotada de autonomía, de una voluntad y alma propias, una especie de epifenómeno que trasciende la sociedad donde se inscribe. Así el ente medio de comunicación de masa se ha convertido en un actor en la escenografía de un mundo regido por la racionalidad de la tecnología. Actor en este mundo tecnológico, en esta mitología, el medio de comunicación se concibe como el factor dinamizador de la sociedad y dispone de una movilidad genuina. Implanta un concepto de revolución, la revolución de las esperanzas creciente cuya procedencia se silencia y lo sustituye a otro.

En la línea de la búsqueda de las causas de las crisis del mundo actual participa toda la argumentación que achaca las diversas expresiones de la violencia juvenil a los medios masivos. En todos estos casos el medio de comunicación es el mito en la medida en que permite presentar a un pseudoautor, elevado al rango de causalidad los fenómenos y procesos sociales, de manera indiferenciada y ocultar tanto la identidad de los manipuladores como la funcionalidad de las ideas que expanden con el sistema social patrocinado por la clase dominante. Como tal, este concepto apunta a borrar todo



esquema de estratificación social y a “ofrecer a los receptores la imagen de una sociedad acéfala sometida al mismo determinismo indiferenciador”.¹³

Asimismo, junto a él ha surgido la serie de los conceptos del amorfismo social tales como: sociedad de consumo, sociedad de abundancia, sociedad de masas, sociedad moderna, opinión pública, etc. En todos estos términos comodines se esfuma el soporte de la dominación social. En otras palabras, este lenguaje sirve de pantalla, de coartada a un aparato de dominación, de fórmula que permite disolverlo en el universo eufórico de la modernidad, del consumo, de la publicidad. Así, en nombre de la opinión pública, el diario liberal indistintamente reclama la represión de los movimientos sociales y toma el pretexto de un mayor nivel de “consumo para justificar a los de los sectores medios, y para movilizarlos alrededor de su proyecto, la vacuidad de un cambio estructural”.¹⁴

La opinión pública se convierte en el actor imaginario apoyo de los intereses de una clase que permite traspasar una opinión privada como si fuera pública. Actor al que se adjudicará alternativamente roles negativos y positivos y que está dispuesto, en forma indiscutible, a transmitir sus mensajes coercitivos, aunque fueran contradictorios.

Es el juego simbólico de la falsa dialéctica donde el protagonista por ser indiferenciado no está dotado de autonomía y se genera en tanto proyección unívoca de la clase dominante. Es el signo del consenso que integra todos los conflictos y diferencia de una sociedad dada y compone una unanimidad provocando ficticiamente una

¹³Ibid, Pág. 32

¹⁴Ibid, Pág. 33



reconciliación de los antagonistas. Es la fusión de las conciencias dislocadas en la realidad conflictual de la sociedad de clases.

1.3.2 La mitología del sistema

La segunda faceta de la mitología de este medio de comunicación, que la burguesía capitalismo personifica y que no cobra vida sino en la medida en que es cantera de actividad de grupos humanos concretos, radica en el carácter mítico de los modelos normativos que vehiculiza. La mitología es la reserva de signos propia de la racionalidad de la dominación de una clase, una reserva de signos adscriptos, ya que deben ser funcionales al sistema social cuyas bases enmascara. De no ser funcional, revelaría la mistificación de la clase que dictamina la norma de lo que es la realidad y la objetividad.

Ya es ampliamente conocida la afirmación según la cual las ideas dominantes es una sociedad dividida en clases son aquellas de la clase dominante que determina así su período histórico. Lo es también la otra según la cual la clase que es la potencia material dominante de la sociedad es también la potencia dominante espiritual.

Marx y Engels escriben que, “los pensamientos dominantes no son otra cosa que la expresión ideal de las relaciones materiales dominantes; son estas relaciones materiales dominantes captadas en forma de ideas; por lo tanto son expresión de

relaciones que hacen de una clase la clase dominante; dicho de otro modo, son las ideas de su dominación”.¹⁵

Es decir, que la ideología dominante cumple con una función práctica: confiere al sistema cierta coherencia y una unidad relativa. Al penetrar en las diversas esferas de la actividad individual y colectiva, cimenta y unifica el edificio social. Dotándolo de consistencia permite a los individuos insertarse, de manera natural, en sus actividades prácticas dentro del sistema y participar así en la reproducción del aparato de dominio, sin saber que se trata de la dominación de una clase y de su propia explotación.

Para el grupo social inscrito en este sistema, la ideología es una experiencia vivida, una experiencia que vive sin conocer “las verdaderas fuerzas motrices que lo ponen en movimiento.”¹⁶ El modus operandi que tipifica el proceso ideológico es, en última instancia, hacer olvidar o silenciar estas verdaderas fuerzas motrices o, en otros términos, hacer perder de vista los orígenes del orden social existente, de tal manera que los individuos puedan vivirlo como un orden natural.

La ideología procura, en alguna forma oscurecer el carácter de instrumento de coerción social que estampa todas las instituciones. Apunta a evacuar de la sociedad una contradicción que no es mediatizada, la hace aparecer como incoherente, quiebra su unidad. Esta contradicción, raíz de la dominación social, es la que permite que se forme un cierto sistema de repartición de bienes donde una minoría se apropia de los productos de las fuerzas sociales. Es la que traduce el descalce entre la propiedad

¹⁵Marc, Karl y Engels, Federico. *L'Idéologie Allemande.*, Pág. 74

¹⁶Engels a F. Mehring, *Sobre arte y literatura* Pág. 84



social y la apropiación capitalista y el consecuente antagonismo entre los actores del modo de producción.

Este imaginario colectivo entramado por la mediatización manipulada por la ideología dominante, dará a las personas la ilusión de que la sociedad en la cual vive y las relaciones reales que en ella vivencian se sitúa bajo el signo de la armonía social y escapan a la lucha de clases.

De haber conflictos y antagonismos, los explicará a través de una ley natural, no tributaria del modo de producción particular en que sucede. En el medio de comunicación masiva, todo mito cumple una función determinada: sitiar las fuerzas capaces de contrariar o desenmascarar la impostura de la clase dominante y su sistema. “Cuando aparece en la sociedad un proceso o un fenómeno susceptible de revelar las contradicciones immanentes al sistema”¹⁷, el mito no calla el hecho empírico, sino que hace desaparecer el sentido indicativo de una realidad social que dicho fenómeno o proceso podría tener, asignándoles una explicación que oculta las contradicciones de este sistema.

Se dan muchos ejemplos que apuntan hacia un espacio fundamental del modo de operar de la ideología y la falta de autonomía de la mayoría de las personas en el sistema. Dichos conglomerados que viven sus representaciones participan de un juego del cual no conocen las reglas. “La concientización del dominado no apunta sino a

¹⁷ Ibid, Pág. 37

hacerle descubrir estas reglas para emanciparlo de su condición de analfabetos de la institucionalidad vigente”.¹⁸

Si se quiere captar el mecanismo de la dominación social, es decir, cómo el individuo participa en la “perpetuación de un sistema de explotación y cómo los individuos que la sufren se convierten ellos mismos en agentes de su alienación”¹⁹, es necesario enfocar la problemática del modus operandi de la ideología, desde una perspectiva diferente a la de la intencionalidad del individuo o del grupo. La clase dominante no piensa las estructuras de su dominación, y la vive, y el dominado las acata internalizándolas.

Sin embargo, tampoco hay que concebirlos como autómatas. Su conciencia es función de los niveles alcanzados por la lucha de clases. Se puede decir, que la ideología no es la construcción abstracta de un individuo o de una clase. Está íntimamente relacionada con un modo de producción y una formación social dada; le es funcional y permite su subsistencia y la de la dominación de la clase que es el soporte de este modo y donde, indudablemente, tienen una presencia relevante los medios de comunicación masiva.

¹⁸Ibid, Pág. 38

¹⁹ Althusser, Lion. **El objeto de «El capital**, Pág.45





CAPÍTULO II

2. La teoría de la agenda setting como forma de apoderamiento de los medios de comunicación

2.1 El poder de los medios de comunicación

Dentro de las investigaciones sobre los efectos sociales de los medios de comunicación, el estudio de la fijación de la agenda mediática o llamada agenda-setting gana legitimidad en la comunidad científica a partir de una "investigación acerca de la campaña presidencial de 1968, en los Estados Unidos"²⁰.

Este estudio buscaba descifrar el impacto de los medios de comunicación en la fijación de temas electorales en la agenda pública. Metodológicamente, trabajaron con un escenario electoral porque en tiempo de sufragio, los ciudadanos son más proclives al consumo mediático y están también más dispuestos a opinar sobre aquellos que consideran relevante a la sociedad.

La investigación que desarrollaban "un pequeño sondeo entre los votantes indecisos, conjuntamente con un análisis sistemático de contenido sobre la manera en que los medios informativos que consumían esos votantes"²¹, presentaban los temas principales de las elecciones.

²⁰ Maxwell McCombs y Donald Shaw, **Chapel Hill**. Pág. 25

²¹ McCombs, M. **Estableciendo la agenda**, Pág. 15

En líneas generales tanto McCombs como Shaw comprobaron que, en aquel escenario había una fuerte correlación entre los temas presentados por los medios y los temas que los ciudadanos votantes de la muestra señalaban como más importantes. Averiguaron que existía una transferencia de relevancia desde la agenda mediática hasta la agenda del público. Los cinco temas apuntados por los votantes indecisos como más importantes coincidían con los cinco temas de mayor presencia en los medios.

Además, “observaron que los candidatos incorporaban, en sus pautas discursivas los temas apuntados por los medios como los más destacados”.²² Dicho estudio fue criticado por su falta de afectividad en la toma de la muestra; además, los autores volvieron a repetirlo en las elecciones de 1972, incorporándole dos nuevos indicadores pero aún así los resultados no fueron suficientemente convincentes. Este nuevo estudio “se basó en la misma hipótesis de Chapel Hill, solo que con el denominador de Charlotte Study”.²³

Sin embargo, a pesar de que los resultados no fueron suficientemente convincentes para el ámbito científico, el Charlotte Study ha sido fundamental para la construcción de la teoría del agenda-setting porque, por un lado, se comprobaba, otra vez, que entre el público agendado, la hipótesis cuadraba y, además, por otro lado se consolidaba la idea de que la agenda de los medios construye la agenda pública, y no lo contrario.

²²McCombs, Shaw. **Perspectivas de análisis y principios constitucionales**. Pág. 24

²³García Arán, **Perspectivas de análisis y principios constitucionales**. Pág. 25

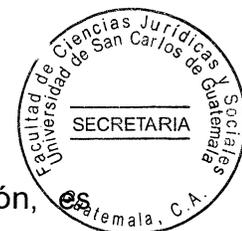
Se entiende por agenda setting, el proceso en que los medios, por la selección, presentación e incidencia de sus noticias, determinan los temas acerca de los cuales el público va a hablar. En rasgos macrosociológicos, los medios imponen los temas más discutidos en la sociedad. Se debe entender que esta imposición de temas es más o menos uniforme “en cuanto al abanico temático ofrecido por los distintos vehículos de comunicación”.²⁴

El agenda-setting es la teoría del papel de la comunicación de masas como fijadora de la agenda pública. Idea de una realidad de segunda mano, una clase de nostalgia de lo real. Lo que el ciudadano llega a aprehender de la realidad social pasa, necesariamente, por un filtro anterior. Emerge la figura del periodista como aquel profesional que queda encargado de deliberar cómo y qué hechos son destacables para llegar al conocimiento del público.

En este sentido, la reincidencia de un tema o conjunto de temas, día tras día, en los medios genera la percepción de que un determinado asunto es importante. A partir de las pautas mediáticas, el público organiza su propia agenda, constituyéndose el nivel inicial en el proceso de formación de la opinión pública.

No cabe duda alguna que el término agenda setting le calza a la perfección a los medios de comunicación masiva. Al hacer un breve análisis de la temática que se trata en los noticieros a través de la televisión, cualquier receptor con conocimiento de lo que se refiere al acomodamiento de la agenda por parte de este medio, innegablemente, que el manipuleo dirigido a los televidentes y, sobre todo cuando se deja canal abierto

²⁴Ibid Pág. 29

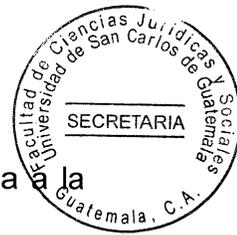


para que los pocos que están pendientes de las noticias emitan su opinión, claramente notorio porque los presentadores especialistas en este manipuleo van a extractar de los medios escritos lo que más consideran a criterio de la producción capital de mayor relevancia en el país, para que los receptores opinen al respecto, posteriormente, que los invitados al programa noticiero hayan emitido su propia opinión, la que generalmente, va de acuerdo a la agenda que maneja la producción de dicho programa.

Este es un fenómeno mediático que se da tanto en los países desarrollados como en los países en vías de desarrollo; la diferencia radica únicamente en la preparación profesional que puedan tener los de los países desarrollados versus los de los países en vía de desarrollo. Por lo demás el formato de la genda setting es ineludible para luego plantear que en opinión pública cierto porcentaje elevado está en contra o a favor de las políticas públicas del gobierno en turno.

Este mismo fenómeno, se va a repetir en cuanto al enfoque mediático que se le dé a ciertos hechos delictivos. No se puede negar que cualquier persona que aparezca imputada de algún delito en la televisión, en los medios escritos o por medio del presentador en el medio radial, automáticamente sufre la sentencia de la opinión pública representada por los medios, sin que haya habido un debido proceso de por medio.

En el caso de que habiéndose cumplido con todos los procedimientos requeridos por el debido proceso, la persona consigue una sentencia absolutoria, lamentablemente los medios de comunicación que le dieron cobertura al momento de su detención y que



armaron un foro para pedir la opinión pública, jamás harán pública una disculpa a la persona exculpada.

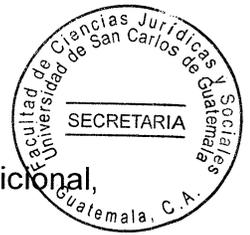
A ello, aunque no se quiera, se le puede denominar el delirio del agenda setting, pues en la intención del prime time, a los medios de comunicación masiva no les importa la trascendencia de sus aparentes resultados, solo les interesan ficcionalizar resultados.

Fijar la agenda de los medios es fijar el calendario de los sociales. Seleccionar lo que es y lo que no es importante; sacar a la luz determinados hechos en detrimento de otros. Legitimar un hecho. Destacar un problema. Crear el clima en el que será recibida una información. "Puesto que la finalidad de la información mediática consiste en dar cuenta de lo que ocurre en el espacio público"²⁵, un determinado acontecimiento será seleccionado por los medios de comunicación y construido en función de su potencial de actualidad, de su fuerza para desencadenar otras "pautas que alimenten las agendas mediática, pública y/o política".²⁶

Dearing y Rogers en un balance realizado sobre la teoría de la fijación de la agenda, afirman que se han desarrollado dos aproximaciones generales acerca de la agenda setting: una, basada en una aproximación longitudinal otra, basada en la jerarquización de los temas. Esta última examina los múltiples temas involucrados en la agenda pública, mientras la longitudinal, a su vez, tiende a trazar la entrada y salida de uno o varios temas en la agenda. Nada impide que un estudio sobre agenda trabaje con ambas aproximaciones. Además de estas aproximaciones, metodológicamente, las

²⁵Chauderau Paul. **El Discurso de la información** Pág.41

²⁶ Op. Cit. Pág. 27



investigaciones sobre agenda setting trabajan en dos niveles. El primero, tradicional, busca “mensurar cuantitativamente la correlación entre la agenda de los medios y la agenda pública mientras que el segundo nivel, trabaja con análisis de contenido.”²⁷

2.2 Agenda Mediática

Se entiende por agenda setting, el proceso en que los medios, por la selección, presentación e incidencia de sus noticias, determinan los temas acerca de los cuales el público va a hablar. En rasgos macro sociológicos, los medios imponen los temas más discutidos en la sociedad. Se debe entender que esta imposición de temas es más o menos uniforme en cuanto al abanico temático ofrecido por los distintos vehículos de comunicación. La postulación de los medios de comunicación hacia las masas tienen la influencia sobre el público al determinar que historias poseen interés informativo y cuanto espacio e importancia se les da conformada por las noticias que difunden los medios informativos cotidianamente y a las que confieren mayor o menor relevancia, influye en la agenda del público.

Cuando se habla de agenda mediática se contempla tres tipos de agendas que se relacionan en el proceso comunicativo, existiendo diferentes estudios que se centran de forma individual en cada una de ellas. Dentro de los estudios tradicionales, el primero es el llamado; agenda-setting de los medios ya que su principal variable reside en la medición de un tema en cualquiera de los medios de comunicación. El segundo; investiga la agenda-setting del público midiendo la importancia que tiene la selección de

²⁷ Dering J. M. y Rogers E.M. **Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going?**. Pág.555-594



determinados temas entre la audiencia o público. En último lugar figura la agenda-setting política distinguiéndose de las anteriores por centrarse en las respuestas y propuestas que ofrecen los grupos políticos y las instituciones sociales sobre determinados temas. Temas que son objeto de debate público y que, en parte, aparecen en las agendas de los medios o en las del público, otro enfoque de la agenda institucional está vinculado con la propia perspectiva y proceso de cómo, quién y qué elementos o factores contribuyen en la construcción de la agenda.

2.2.1 Impacto de la Agenda Mediática

La capacidad de los medios de comunicación para graduar la importancia de la información que se va a difundir, dándole un orden de prioridad para obtener mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia. Del mismo modo, deciden qué temas excluir de la agenda. Se estudia el impacto de la prensa impresa, prensa electrónica y la información que ésta maneja en el público, además del análisis de las audiencias. Para la agenda mediática la prensa es mucho más que un simple proveedor de información y opinión, lo que ocurre en el estado, en el país e inclusive en el mundo luce diferente para distintas personas, no solo por su ideología e intereses individuales, sino también por el mapa informativo que trazan los reporteros, editores y articulistas de los medios a través de los cuales se informan.

“La agenda setting es la teoría del papel de la comunicación de masas como fijadora de la agenda pública”²⁸. Lo que el poblador llega a aprehender de la realidad social pasa,

²⁸ Mccombs M. *Explorers and surveyors: expanding strategies for agenda-setting research* Pág. 813 - 825.

necesariamente, por un filtro preliminar. Emerge la figura del periodista como aquel profesional que queda encargado de deliberar cómo y qué hechos son destacables para llegar al conocimiento del público.

En este sentido, la reincidencia de un tema o conjunto de temas, día tras día, en los medios genera la percepción de que un determinado asunto es importante. A partir de las pautas mediáticas, el público organiza su propia agenda, constituyéndose el nivel inicial en el proceso de formación de la opinión pública.

"En lo que llamamos nuestro conocimiento de las realidades sociales del mundo, es muy poco lo que hemos adquirido de primera mano. Debemos la mayoría de las imágenes que están en nuestra mente a esos medios, hasta el punto de que, con frecuencia, no creemos lo que ven nuestros ojos hasta que lo leemos en la prensa o nos lo cuentan por la radio. Los medios no solo nos dan información: guían nuestras propias experiencias. Nuestras normas de credulidad, nuestras normas de realidad, tienden a fundarse en dichos medios más que en nuestra experiencia fragmentaria."²⁹

2.3 Teoría del establecimiento periodístico de temas de discusión

La teoría de la agenda mediática se refiere a como todos los medios masivos de comunicación influyen en la población directamente o indirectamente, no en las opiniones que estos anuncian sino que procurando la relevancia o espacio informativo a temas o cuestiones que los medios de comunicación eligen. Es una alianza expresa entre el gobierno de un país y los medios masivos de comunicación para la

²⁹ Lippmann W. **La élite del poder** Pág. 1-25 y 59-121, 289.



comunicación de los espectadores, oyentes y lectores ocultado lo que pueda resultar peligroso o perjudicial para la estabilidad que ellos creen correcta para el país.

El punto de vista de la teoría de la agenda mediática, el término agenda se calza en un sentido metafórico para expresar cómo las agendas o temas considerados relevantes por los medios pasan a ser subrayados también en las agendas de la audiencia. Las personas no sólo reciben información a través de los medios sobre determinados temas o asuntos que ocurren en el mundo y son considerados prioritarios, sino que también aprenden de ellos la importancia y el énfasis que les deben dar.

El estudio realizado por McCombs y Shaw en 1972 refiere a que la gente considera unos temas más destacados la agenda del público, que otros en proporción directa con la importancia que le den los medios la agenda de los medios; aunque estos no sean quienes decidan por la audiencia cual será la actitud o decisión de estos asuntos que proponen como agenda. . "Su nombre metafórico proviene de la noción de que los mass-media son capaces de transferir la relevancia de una noticia en su agenda a la de la sociedad"³⁰.

2.4 La formación de la opinión pública y la construcción de discurso sobre la realidad criminal

El uso del término opinión pública hace preciso especificar a qué se hace referencia exactamente al hablar de ello; en parte, la misma polisemia en sus usos académicos y,

³⁰ Op. Cit. Pág. 13-34.



sobre todo, por el papel central que la opinión pública juega en la teoría democrática y en el funcionamiento de los gobiernos representativos.

Podría decirse que el fundamento de las democracias representativas reposa en las opiniones de los ciudadanos. De una forma sintética, se puede decir que los procesos electorales, en tanto que libres, representan el momento en que los ciudadanos son invitados a definir y cristalizar sus opiniones y a expresarlas formalmente en sus votos. Obviamente, éstos también expresan sus opiniones sobre los asuntos públicos en otros momentos y situaciones y a través de una multiplicidad de vías, no solamente electorales.

Ciertamente, los procesos electorales recogen las preferencias de los ciudadanos, seleccionando entre la oferta que concurre a las elecciones, y no sus opiniones, que no necesariamente se hallan representadas. Sin embargo, aquél que prefiere, que elige, de alguna manera también delibera en base a un conjunto de predisposiciones, contraponiendo aunque se de modo implícito y poco articulado unas ofertas y otras, unos y otros discursos, lo que en definitiva no deja de estar conectado con el universo de las opiniones. “Se justifica así la visión de la democracia como un sistema basado en la opinión pública”.³¹

No cabe duda, en momento alguno, que dicha visión puede ser una simple ilusión, porque, tal como expuso Lippman, el individuo emite juicio ante situaciones concretas de la vida en sociedad basándose en mecanismos facilitadores de sentido a los que

³¹ Botella, Joan y Peres-Neto, Luiz. **La formación de la opinión pública y la construcción de discursos sobre la realidad criminal en España**, Pág. 44



denominó estereotipos. A su entender, muchos de estos esquemas mentales, de estos artefactos psicológicos, están influenciados por actores interesados, egoístas, lo que convierte en ilusorio el ejercicio de una democracia directa o radical. No obstante añade el citado autor, el gran problema de las democracias está en que, en los “Estados modernos, las decisiones políticas no son tomadas a partir de las discusiones entre el poder ejecutivo y el legislativo sino a partir de las relaciones discursivas estas esferas con la opinión pública”³².

“La falacia de la democracia ha consistido, pues, en preocuparse más por el origen de los gobiernos que por sus procesos y resultados.”³³ Pero el momento decisivo en la emergencia de lo que se denomina “opinión pública”, tal y como apunta Giovanni Sartori, es la Revolución Francesa, lo que marcará al concepto entrelazando elementos de la tradición ilustrada con el ideal democrático que emergería en la revolución. En este sentido, se consolida la idea de que la “democracia es gobierno de opinión, una acción de gobierno basada en la opinión”.³⁴

En esos momentos históricos, indudablemente, se le da un alto valor a la opinión pública aunque realmente no se tuviera una clara idea de que dicha revolución no fue tan del pueblo; lo que se tenía claro es que se había fracturado la monarquía y con ello el autoritarismo.

Actualmente, denominar opinión pública a los resultados de unas cuantas entrevistas, encuestas o participación verbal sin una considerable representatividad siempre va a

³²Op. Cit. Pág.125

³³Op. Cit. Pág. 253-256

³⁴Sartori G. **¿Qué es la democracia?** Pág. 72

dejar grandes lagunas sobre su certeza. Lo que si queda claro es que el agenda-setting si configura una opinión pública, es decir, un tema del que la mayoría hablará por el tiempo que dure el cambio de agenda setting.

2.5 Opinión pública, medios de comunicación y criminalidad

Para un enfoque panorámico de estas tres categorías sociales, es importante analizar los flujos de información que interactúan con los diversos públicos en torno a una temática precisa: la realidad criminal. “Respecto a esto, ¿están los públicos suficientemente informados, insuficientemente informados o ampliamente desinformados?”³⁵

La historia narrada por el “periodista estadounidense Lincoln Steffens de cómo creó la crime wave”³⁶ u ola del crimen en el ámbito del periodismo escrito cotidiano, sin que realmente existieran estadísticas del aumento de criminalidad da la pauta de cómo los medios de comunicación puede manipular la información dependiendo de los intereses que el poder hegemónico tenga en cuanto al aumento de la circulación de cierto medio de comunicación. Relata Steffens que al principio solo fue información inflada hasta que realmente sucedió un crimen que involucraba a personas de su conocimiento. El relato de los hechos fue un estallido.

Derivado de ello, tanto el público como las autoridades políticas pasaron a considerar la criminalidad un tema aún más relevante. Paradójicamente, no se había producido

³⁵ Ob. Cit. Pág. 43

³⁶ Steffens Lincoln. **The autobiography of Lincoln Steffens.** Pág. 31



ningún aumento en el número de delitos que justificara la inclusión del tema inseguridad en la agenda pública y política.

Sencillamente, este tema había entrado con gran fuerza en la pauta diaria de los medios de comunicación. “Se creó la sensación de que la violencia se extendía en la sociedad cuando, hasta entonces, apenas había copado espacios en los periódicos”.³⁷ El relato de Steffens es coetáneo a un dicho que se tornaría clásico en el quehacer periodístico de principios del siglo XX: “dame 30 minutos en la comisaría para hojear los informes policiales y te daré una oleada de crímenes.”³⁸

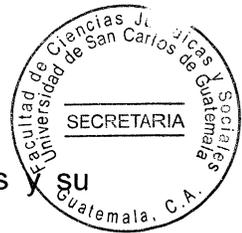
Cuantitativamente, es fácil de comprobar que los temas penales reciben mucha atención en los medios de comunicación de masa, llenan páginas y páginas de información sobre hechos delictivos leves o graves. Homicidios, robos, hurtos, asesinatos, asaltos, maltratos, malversación de fondos públicos, blanqueo de dinero, violaciones y un largo listado de delitos y faltas son presentados diariamente en los medios de comunicación, “con una frecuencia mucho más intensiva y extensiva de lo que es su presencia real en la sociedad”.³⁹

En el marco de la teoría del agenda setting, diversos estudios señalan la construcción del miedo al delito en la opinión pública como consecuencia del retrato de la realidad social divulgado por los medios de comunicación de masa. Valga anotar que si la función de la prensa es informar sobre la realidad social, tal y como claman algunas

³⁷Ibid, Pág. 49

³⁸Op. Cit. Pág. 67

³⁹ Graber, D. **Crime news and the public.** Pág. 80



escuelas de periodismo tradicional, la realidad de los medios sobre los delitos y su ocurrencia estaría muy alejada de la real presencia de éstos en las sociedades.



CAPÍTULO III

3. La criminalización por parte de los medios de comunicación masiva y el mensaje de riesgo para la ciudadanía

Un acontecimiento, para que sea noticia, necesariamente requiere elementos que lo diferencien de los demás acontecimientos del mundo social. La vida humana, por ejemplo, es en sí misma un acontecer. Pero este acontecer per se no es noticia. “Sin embargo, su cese, la muerte, el dejar de acontecer dependiendo de las circunstancias discursivas atribuidas a su ocurrencia puede llegar a ser noticia.”⁴⁰

Este acontecimiento sólo existirá si es enunciado, es decir, necesita ser nombrado para existir puesto que no tiene significado en sí mismo. Necesita que alguien le atribuya un significado. Así, un acontecimiento tendrá sentido cuando sea convertido en discurso, por lo tanto, necesita el peso de las palabras para cobrar sentido. Las palabras, a su vez nunca serán neutrales puesto que, como lo defiende Bajtín, “la significación de éstas es anterior al sujeto que las enuncia dado que las mismas provienen del mundo social.”⁴¹ Bajo este prisma, obligatoriamente “se puede observar que todo discurso es una práctica social”⁴² y fruto de acontecimientos, pero no todo lo que acontece llega a ser articulado en un discurso. El discurso requiere la observación de un sujeto, su cognición, reelaboración y resignificación.

⁴⁰Op. Cit. Pág. 109

⁴¹ Bajtín, Mijail. **Marxismo y filosofía del lenguaje**. Pág.27

⁴² Farclough, N. **Analysing discourse: textual analysis for social research** Pág.110



A diario, el mundo social presenta innumerables acontecimientos que, aún siendo pequeños fragmentos de la realidad, hechos que destacan por relevantes o significativos, que se jerarquizan y seleccionan las personas según la experiencia, cultura e historia. Dada la multiplicidad ontológica de los acontecimientos, no todos los hechos del mundo social, aunque sean trascendentes, tendrán relevancia para el campo periodístico. Junto a esa relevancia, también la actualidad entra en escena como un segundo elemento capaz de ayudar al periodista a seleccionar los hechos sociales que serán convertidos en noticias.

Desde la perspectiva de Lowry et al, la percepción social de la realidad basada en los medios de comunicación masivos es, en algunos momentos, más poderosa de lo que la propia realidad criminal. Es de considerar que dicho estudio no se enfocó en la realidad ficcionalizada sobre la criminalidad como diseño y creación de los medios de comunicación. “Simplemente tomaron una época en que la criminalidad, aparentemente, saltó de un 5% en 1992, hasta un asombroso 52% en 1998”.⁴³

Sin embargo, lograron concluir que se había producido una oleada de miedo que solo se explicaba a partir de la construcción social de una distorsionada realidad criminal promovida por los medios de comunicación, toda vez que las estadísticas oficiales no apuntaban hacia un incremento de la delincuencia sino a una estabilización más bien a la baja.

⁴³ Lowry . **Setting the public fear agenda: a longitudinal analysis of network TV crime reporting, public perceptions of crime, and FBI crime statistics**, Pág. 66



Este sistema de operatización de las variables de la criminalidad, inevitablemente no se puede arrancar de las manos del monopolio de los medios de comunicación social, porque, como se ha podido observar en lo que se viene desarrollando, es una tarea que han venido realizando desde hace muchas décadas.

Ahora bien, no hay que dejar de lado la forma en que los gobiernos de turno pagan elevadas sumas de dinero para adquirir pautas que les permitan manipular la realidad social. En una especie de connivencia medios y de comunicación y política resultan inseparables en cuanto a la forma en que se debe de informar a la ciudadanía para que ésta a su vez se convierta en la opinión pública que ambas institucionalidades requieren. Hay que recordar que siempre el dinero es el que tiene mucho más poder.

3.1 La criminalización

Es parte del concepto criminológico que describe el proceso de cimentación social del delincuente o criminal, perteneciente a la corriente de criminología llamada de teoría del etiquetado, en especial en países latinoamericanos. "El vocablo Criminología deriva etimológicamente del latín crimen, crimines que significan crimen y del griego logos que quiere decir tratado; la criminología es el tratado del crimen"⁴⁴.

La criminalización se refiere a que no existe ningún acto delictivo o incluso desviado en sí mismo, sino que es la sociedad, la comunidad, la administración de justicia la que construye su propio concepto de criminal, llamado desviación primaria. Explicando que al mismo tiempo, supone que la persona clasificada dentro de un grupo criminal, al ser

⁴⁴ Bonilla Vélez, Jorge I. *Crisis de lo público y medios de comunicación: información, paz y democracia en Colombia*. Pág. 115



definido como criminal y ser tratado socialmente como tal, asume su condición criminal y por lo tanto se comporta como tal siendo esta llamada la desviación secundaria.

Un proceso de criminalización es el conjunto de actos sociales, políticos y jurídicos, que llevan a cambiar una conducta que antes era lícita en ilícita, mediante la creación de una norma y la aplicación de una política criminal específica. Se sobrepasa el principio de ultima ratio es una expresión latina que se traduce literalmente por; última razón producen una hipertrofia del derecho penal, que desencadena el llamado terror penal, actuando e imponiendo valores como los intereses particulares o grupos determinados y no las necesidades sociales, por lo cual el bien jurídico protegido se convierte en incierto.

En la actualidad se percibe al delito como un constituyente habitual en la vida cotidiana, las clases sociales privilegiadas, obedecen a sus propias experiencias a victimizarse, pero en realidad se debe fundamentalmente al estado de alarma generado por los discursos periodísticos.

3.1.1 Teoría del etiquetado

Esta teoría micro sociológica de la sociología surgida en Estados Unidos de América a mediados de los sesenta, por Howard S. Becker, dice que en ocasiones los grupos de poder de la sociedad establecida reacciona criminalizando las luchas por propugnar estilos de vida diferente, que no corresponden a la imagen tradicional del criminal, la desviación escuda que la desviación no es inherente a un hecho, sino que se muestra en la calificación negativa o incluso en el etiquetado de las minorías a las que la



desviación de estándares de normas de comportamiento, social y cultural, en referencia a como el comportamiento de las personas puede ser influida por los propios términos que se utilizan para clasificar o descubrir el hecho delictivo, asociando el concepto de estereotipos. Esta desviación no es inherente al suceso concreto sino que es una manifestación social de las mayorías que califica o etiqueta de forma negativa los comportamientos de las minorías al desviarse de los patrones culturales estandarizados, sufriendo etiquetamiento o calificación.

3.2 Las estrategias de criminalización de los medios de comunicación

Un acontecimiento, para que sea noticia, necesariamente requiere elementos que lo diferencien de los demás acontecimientos del mundo social. La vida humana, por ejemplo, es en sí misma un acontecer. Pero este acontecer per se no es noticia. “ Sin embargo, su cese, la muerte, el dejar de acontecer dependiendo de las circunstancias discursivas atribuidas a su ocurrencia puede llegar a ser noticia”.⁴⁵

Un acontecimiento solo existirá si es enunciado, es decir, necesita ser nombrado para existir puesto que no tiene significado en sí mismo. Necesita que alguien le atribuya un significado. Así, un acontecimiento tendrá sentido cuando sea convertido en discurso, por lo tanto, necesita el peso de las palabras para cobrar sentido.

Las palabras, a su vez nunca serán neutrales puesto que, como lo defiende Bajtín, la significación de éstas es anterior al sujeto que “las enuncia dado que las mismas

⁴⁵Op. Cit. Pág. 109



proviene del mundo social”⁴⁶. Bajo este prisma, obligatoriamente se puede observar que todo discurso es una práctica social y fruto de acontecimientos, pero no todo lo que acontece llega a ser articulado en un discurso. El discurso requiere la observación de un sujeto, su cognición, reelaboración y resignificación.

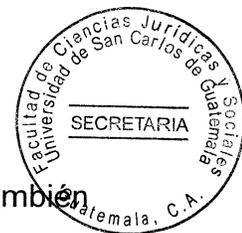
A diario, el mundo social presenta innumerables acontecimientos que, aun siendo pequeños fragmentos de la realidad, hechos que destacan por relevantes o significativos, que se jerarquizan y seleccionan las personas según la experiencia, cultura e historia. Dada la multiplicidad ontológica de los acontecimientos, no todos los hechos del mundo social, aunque sean trascendentes, tendrán relevancia para el campo periodístico. Junto a esa relevancia, también la actualidad entra en escena como un segundo elemento capaz de ayudar al periodista a seleccionar los hechos sociales que serán convertidos en noticias.

Desde el argumento de Chillón, “El hombre tiene hambre de realidad y la noticia”⁴⁷, lo que hace es ofrecer píldoras de realidad, reconfiguradas según el carácter de actualidad y relevancia, imputado por un vehículo de comunicación en la selección y descripción del hecho noticiado.

De todos los medios de comunicación social, el televisivo juega con ventaja respecto a los escritos puesto que le permite adaptarse de forma más rápida a la actualidad de la noticia. Mientras las ediciones escritas de los periódicos deben esperar al día siguiente para revelar la información, la televisión utiliza su omnipresencia en los hogares para

⁴⁶ Op. Cit. Pág.71

⁴⁷ Chillón, A. **Literatura y periodismo**. Pág.79



transmitirla al instante. Además, el medio televisivo más que cualquier otro también goza de una serie de características que le permiten otorgar al hecho actual de mayor relevancia.

3.3 La adecuación de la noticia criminal al medio televisivo

El ilícito penal es, por definición, un hecho perturbador del orden social; además, el hecho penal goza de la consideración en el sentir común de ser un acontecimiento considerado como altamente injusto. Esto en sí mismo ya representa algo que trasciende la normalidad de los acontecimientos cotidianos, le dota del carácter de trascendencia que requiere una noticia que despierta el interés mediático. Una serie de transformaciones estructurales en el ámbito público, han forzado que la relación entre lo público y lo privado pase por una redefinición.

Según Charaudeau, “este proceso de redefinición fue acentuado por los medios de comunicación”⁴⁸, especialmente con la televisión que acerca cada vez más de lo público aquello que es relativo a lo privado. Justamente por ser el Derecho penal de carácter estrictamente público, la noticia sobre actos ilícitos o perseguibles penalmente permite, por ejemplo, a la televisión acceder a la intimidad de los sujetos implicados en un proceso penal y sobreponer el derecho a la información y el interés periodístico a los derechos a la intimidad.

Sumado a lo expresado por Charaudeau, que “el universo delictivo se adecúa a todas y cada una de las características diferenciadores que se le atribuyen al medio

⁴⁸ Op. Cit. Pág. 166

televisivo”⁴⁹, se debe tener en consideración que, en primer lugar, el ilícito penal mejor que cualquier otra noticia facilita la construcción de una trama, la elaboración de un relato con muchas fases, que puede construirse por entregas manteniendo la tensión y atención del telespectador, desde el inicio la comisión del hecho criminal hasta el desenlace la sentencia, pasando por los capítulos de la detención, las declaraciones de la víctima, el acto del juicio oral o las declaraciones de los abogados.

Para Baucells y Peres Neto, “no todos los ilícitos penales tienen el mismo interés mediático. En este sentido, la temporalidad y la actualidad”⁵⁰, combinadas, hacen que un delito cualquiera sea noticiable en un determinado período temporal y no en otro, en una misma comunidad “Desde la criminología nos llegan datos que permiten afirmar que el número de denuncias por maltrato familiar se ha incrementado en los últimos años. Igualmente, el número de noticias sobre este tema también se ha incrementado.”⁵¹Es necesario acotar que todo respecto a la noticia criminal en la televisión, los delitos contra las personas y aquellos tipificados como graves poseen mayor potencial de noticiabilidad, independientemente de su nivel de comisión en la sociedad, toda vez que bordean el drama y juegan con los límites de la condición humana.⁵²

Este elemento es aprovechado por un medio que tiene en las imágenes una ventaja respecto al resto. Estéticamente, la dramatización de historias favorece la construcción de relatos en que los acontecimientos hablan por sí mismos, es decir, el realismo de los

⁴⁹ Ibid, Pág. 167

⁵⁰ Ibid, Pág. 167

⁵¹ Op. Cit. Pág. 16

⁵² Roper, J. **¿Es necesaria una reforma penal para resolver los problemas de atribución de responsabilidad y justo castigo de la delincuencia organizada?** Pág.276.



hechos facilita la yuxtaposición de las imágenes en pantalla y las palabras que componen la locución.

Por otra parte, “el relato criminal se interpreta fácilmente por la audiencia como realidad cotidiana, ante el temor de ser víctima”.⁵³ El telespectador se identifica con la situación descrita, comparte las circunstancias y elementos narrados y se proyecta como posible víctima. Aunado a ello, el medio televisivo yuxtapondrá imágenes reales con imágenes ficticias, mezclará escenarios y personajes ajenos a las noticias con los lugares y los protagonistas del crimen. De este modo, las fronteras entre lo real, lo ficticio y lo televisivo tenderán a confundir la realidad con la ficción.

Por último, cabe anotar la capacidad que posee la televisión para generar sensación de lo que en ella se dice es verdadero, o cuanto menos, veraz. La consecuencia de todo ello es la capacidad que tienen las noticias penales ofrecidas en la televisión de producir efectos en la sociedad.

Al seguir la teoría del agenda-setting, una noticia sobre temas penales no sólo genera sensación de inseguridad sino también transita con más facilidad entre la agenda mediática, agenda pública y política, lo que permite la ampliación de la trama narrada.

Afirman Baucells y PeresNeto que, “dada la idoneidad de las noticias penales para ser reproducidas en el medio televisivo, no es de extrañar que vayan ganando cada vez

⁵³ Gunter, B. **Television and the fear of crime**. Pág.102



más protagonismo no sólo en el sumario de los telediarios”⁵⁴, sino asimismo en un fenómeno respectivamente nuevo: los programas de sucesos.

La continua información durante el día de sucesos criminales va transformando la idea que el telespectador tiene de su propia sociedad por lo tanto de sí mismo como parte de la misma. Surgen, de antemano, cuestionamientos sobre la idoneidad del grupo social al que se pertenece pues se va perdiendo credibilidad en la integridad y la transparencia de las conductas de los demás.

Es innegable que la noticia criminal y su deconstrucción de la realidad lleva al telespectador a vivir una realidad de riesgo, de peligro que le atormenta y le angustia, pues al sentirse rodeado de tanta criminalidad ficticia, algunas veces llega a suponer que el mundo es un territorio que sólo puede producir miedo y peligro.

Es de esta manera, como la población se ve inmersa en un mundo de noticias presentadas desde la perspectiva de periodistas informadores en telenoticieros, radio noticieros, periódicos digitales, en donde la tecnología va a superar la realidad informativa, porque a la población en general lo que le llama la atención es que los malos vayan a la cárcel. A la población no le interesa que aunque sean presuntos culpables y, por ende, tienen la garantía constitucional del debido proceso, estos merecen estar en la cárcel.

Esta necesidad más que deseo, manifestado por grandes sectores de la población, son nutridos varias veces al día desde diferentes medios de comunicación para los cuales

⁵⁴ Op. Cit. Pág. 18



enviar el discurso criminalizante o, más bien, bombardear a sus oyentes o espectadores, es su obligación informativa sin que haya una clara consciencia de la manipulación que se está ejerciendo en todos los sectores, para que los presuntos responsables sean criminalizados a priori y condenados, sin que aún hayan presentado la primera declaración.

Es decir, que hay a pesar de no haber empezado el procedimentalismo inicial para llegar a ser ligados a procesos, los medios de comunicación ya hablan de montos de años de condena. Ya presenta la cara de los presuntos responsables ante las cámaras sin respetar la dignidad de la persona y sin pensar, que probablemente lo exculpen.

3.4 Impacto de la agenda setting

La opinión surge del resultado de varios procesos de formación. Un proceso social que intervienen varios factores, responde al pseudo entorno construido por los medios de información que estimulan su comportamiento. Los medios de información y comunicación son la fuente primaria para crear las opiniones. Estos tienden a reducir la realidad a estereotipos, consistiendo en un mecanismo mental que mediante el cual se asigna a cada una de las realidades que percibimos una creencia y una imagen mental. Son estos medios de comunicación que convierten las instituciones sociales y socializadoras, creando un mundo políticamente fuera del alcance, visión y comprensión. Las imágenes mentales creadas, son las imágenes que constituyen las opiniones públicas. La base de una opinión pública es más cognitiva que racional. La agenda setting no decide lo que tiene que pensar u opinar el receptor, pero sí sobre como tiene que opinar.



3.4.1 Existen tres tipos de proceso para la formación de una opinión pública

1. El declive y dispersión de las opiniones formadas por las élites.
2. Una sacudida desde la inicio hacia arriba.
3. Una identificación de los grupos de informe.

Su importancia está en que la mayoría de veces la opinión pública y su agenda está relacionada con lo que dicen y hacen los políticos, esto constituye una lucha para apoderarse de los electores. De la diversidad de los partidos surge la conflictividad. La súper producción y masificación de los intelectuales es un desarrollo de los últimos decenios que caracteriza a la sociedad ya industrializada.

El tipo de sacudida trata que la opinión cuyos problemas no atañen directamente a la gente pero este preocupa directamente al resto de la población. Produciendo mareas de opinión que se van alejando y aclarando como un proceso de inicios de la comunicación. Por último el tercer tipo deriva de las opiniones de los individuos de los grupos de referencia, el grupo que se integra con otros grupos, es decir la familia. Son fuentes de mensajes informativos.

3.4.2. Impacto de la opinión pública y la agenda setting

La opinión pública tiene como base la información como un contexto de masas y de efectos sociales. En la sociedad la opinión pública sigue teniendo por audiencia al público, que se encuentran dóciles, receptivas, manipulables y mediatizadas por los



medios de comunicación y las elites. Uno de las funciones de control socio cultural y político es la tipología de los mensajes que son transmitidos. Estos influyen en la vida cotidiana y aun que el contenido sea más o menos objetivo, en si tiene un pequeño espacio manipulado por empresas periodísticas o de comunicación. Sirviendo determinados criterios de elaboración. Es un mecanismo de gran influencia de presión simbólica, encontrándose en dos partes que son el receptor y el emisor. Esta información incide de alguna manera sobre la opinión.

La teoría de la construcción social propuesta por Berger y Luckmann estudia que la imagen del mundo social se construye con la influencia de los medios de comunicación masiva, sobre la opinión de la sociedad de la información. Desde cualquier arista que se observe la historia la opinión es de importancia, su problema es la influencia y efectos que ejercen los medios de comunicación masivos sobre el individuo. La teoría de la agenda setting, enmarca en que el poder de los medios de comunicación para atraer y enfatizar ciertos temas o problemas.

Creando un marco de interpretación de los mismos acontecimientos. Es un hecho que el crecimiento y la expansión de las instituciones de carácter mediático constituyen un elemento determinante en la sociedad de hoy en día, su principal objetivo es la influencia en la opinión de la sociedad. Los medios dirigen nuestra atención e influyen en nuestra percepción de los temas más relevantes e importantes del día. El público es consciente o ignorante dependiendo de la enfatización de los elementos que elige la agenda, presta atención o descuidad los escenarios públicos. Los medios no buscan persuadir, sino que al describir y precisar una realidad social de carácter externo,



presenta a su audiencia un listado de todo aquello que en su entorno debe opinar y debatir.

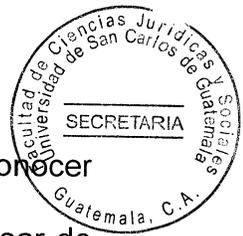
Agenda mediática y la sociología del conocimiento, se centra en la importancia y en el papel de los asuntos comunicativos y simbólicos. El modelo de la trasmisión de la comunicación y el modelo centro del proceso de significación. El punto de vista que los medios desempeñan un papel en la construcción de la realidad social nos ayuda a guiar una realidad social, organizando nuevos elementos a partir de las imágenes que forman las nuevas opiniones y creencias. “El presupuesto fundamenta de la agenda setting es la que la comprensión que tiene la gente de gran parte de la realidad social es modificada por los media”⁵⁵. La mayor parte de conocimientos que el individuo acerca de las cuestiones públicas, la mayor parte de temas y problemas atraen la atención, no proviene de la experiencia directa ni personal, son los medios de comunicación que actúan como principal fuente de información. En el público recurre la relevancia que ofrecen los medios para organizar su agenda y decidir los temas de mayor importancia, “la agenda mediática, que se convierte en la agenda pública, se transforma en opinión pública”⁵⁶.

3.5 Mensajes de riesgo

En su sentido más general, es el objeto de la comunicación, siendo la información que el emisor envía al receptor a través de un canal o medio de comunicación, determinado por el habla, escritura o imágenes, siendo parte fundamental en el proceso de transmitir

⁵⁵ D'ádamo, Orlando **Medios de comunicación y opinión pública**. Pág 87

⁵⁶ Op. Cit. Pág.112.



un mensaje y el intercambio de información. La finalidad del mensaje es dar a conocer algo adaptado en su forma y fondo para que la comunicación sea exitosa, a pesar de que no existe una fórmula que garantice el éxito de su eficacia, pero si ciertas recomendaciones o pautas como la brevedad del contenido y cierto componente emocional para que de esa manera sea captado más favorablemente.

3.5.1 El riesgo

Es la medida de la magnitud del posible daño frente a una situación peligrosa, se mide asumiendo una determinada vulnerabilidad frente al peligro de las personas, organizaciones, entidades, se argumenta que el riesgo es una construcción cultural que impone la circulación de ciertos bienes en un sentido pero a la vez restringe de otros. Uno de los tipos de riesgo encontramos el psicosocial, se entiende como toda condición que se experimenta el ser humano, cuando se relaciona con su sociedad y sus medios, no se constituye un riesgo hasta el momento en que se convierte nocivo para el bienestar del ser humano, desequilibrando su relación con el entorno.

La manipulación informativa y desinformación son constantes desde el inicio de una prensa amarilla o sensacionalista siendo una manifestación evidente, el dueño de los medios de comunicación tiene en su defensa los intereses económicos y sociales de ciertos grupos de presión, motívate para que los beneficios de la publicidad sea el principal ingreso económico de los medios. Se acusa de la manipulación del pensamiento de la audiencia con ideas políticas, económicas o de interés particular, el ejemplo más sencillo de visualizar o incluso evidente en las elecciones pasadas es que los medios crean una imagen de un político para que sea electo, influyendo fácilmente



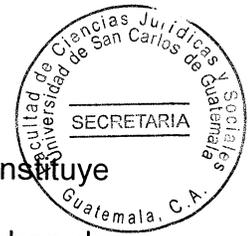
en los pensamientos de las personas imponiendo condiciones idóneas para generar actitud consumista e influenciando un voto de elecciones populares.

La contra información en gran desarrollo con el uso de redes sociales que permiten que el internet o la telefonía móvil se convierta en una difusión viral de noticias, las formas persuasivas se relacionan con las practicas de comunicación e información destacan los aspectos de transmisión como; qué tipo de información, la clase de agenda sobre la que se va a informar, la edición, programación y las concepciones de tiempo e historia que se trasmite. La calidad teatral hace vulnerable a la omisión o a la ambigüedad mediática, siendo el recurso violencia que seduce a las pantallas llevando a la criminalización y a la represión.

Los medios de comunicación existen para informar, entretener o incluso formar, pero existen casos en que la utilización de los medios mediante las frases ocultas, uso de palabras de una forma determinada, inclusive programas van moldeando la mente humana, ya que la mente del ser humano es susceptible a condicionamientos mentales si este se repite programando de una determinada manera con una frase o imagen.

3.6 Influencia en la sociedad

La influencia es la capacidad para ejercer un control determinada sobre alguna persona, esta influencia puede a veces contribuir al desarrollo de la inteligencia, afectividad, afectividad en el comportamiento e incluso en la formación de la personalidad, la sociedad se compone de varios elementos de los cuales son básicos uno de ellos sería el elementos material, que está conformado por un grupo de



personas asociadas y otro elemento básico de la sociedad es la moral, esta constituye los objetivos que se proponen a alcanzar e incluso las normas molares que deben de regir su comportamiento de cada uno de los miembros.

La influencia en los hábitos de la gente y de sus opiniones se a convertido en el objetivo de empresas y gobiernos, debido a la disposición de la inteligencia humana de recibir repetidamente información, ocasionando que la información que llega sea absorbida y creída, los medios y su influencia son un factor importante y decisivo del proceso de globalización, puesto que se busca que las personas tengan acceso a la información en cualquier momento y con mucha rapidez, colaborando con la expansión y estandarización de lo que son los gustos sociales y culturales de la población.

La utilización de la influencia trata de ser un mecanismo que refuerce las actitudes o siendo la posibilidad de un cambio de actitudes, valores, comportamientos incluso creencias colectivas. Se caracteriza esta influencia en la ausencia de amenaza o coacción.

Este mismo fenómeno, se va a repetir en cuanto al enfoque mediático que se le dé a ciertos hechos delictivos. No se puede negar que cualquier persona que aparezca imputada de algún delito en la televisión, en los medios escritos o por medio del presentador en el medio radial, automáticamente sufre la sentencia de la opinión pública representada por los medios, sin que haya habido un debido proceso de por medio. El proceso de criminalización y sus censos pone en evidencia que el clientelismo penitenciario es reclutado por los sectores sociales que tienen menos recursos económicos, la duración del proceso penal y la institución de la prisión



preventiva son abiertamente violatorias a los derechos humanos de los privados de libertad y de los procesados “que el principio de la igualdad de las personas ante la ley es solo una garantía constitucional formal y consecuente, pues en la realidad está registrada por el principio de la desigualdad esencial en la aplicación de la ley penal.”⁵⁷

En el caso de que habiéndose cumplido con todos los procedimientos requeridos por el debido proceso, la persona consigue una sentencia absolutoria, lamentablemente los medios de comunicación que le dieron cobertura al momento de su detención y que armaron un foro para pedir la opinión pública, jamás harán pública una disculpa a la persona exculpada.

⁵⁷ Caballero, Virgilio Oaxaca y el dedo acusador de los medios Pág. 19



CAPÍTULO IV

4. Los medios de comunicación masiva y los juicios paralelos

Visto ya cómo los medios de comunicación poco a poco, según sea la intensidad o el calor de la noticia, los periodistas, de radio, de medio escrito y de medio televisivo, sobre todo los presentadores en programas televisivos van aumentando la intensidad criminalizadora en discursos y, como fundamento para ello, siempre tienen invitados de la sociedad civil quienes aportan su propia perspectiva criminalizante haciendo ver que ese es el sentir de la sociedad.

Sin embargo, todos estos personajes de la llamada sociedad civil solo son parte de ciertos sectores netamente políticos e ideológicos que no representan en la realidad, lo que la sociedad piensa, es a partir de sus discursos que a la sociedad se le implanta una verdad que aún o ha sido probada por parte de la instancias del sistema judicial.

4.1 Juicios paralelos

Se establece que el juicio paralelo es el conjunto de información y el seguimiento que hacen los medios de comunicación social acerca de un hecho que se es sometido a investigación o que está en un proceso judicial, efectuándose un tipo de valoración jurídica y ética de la conducta posiblemente realizada por las personas que están posiblemente implicadas, provocando que los medios de comunicación ante una opinión pública ejerce el papel de juez, fiscal, abogados defensores y acusadores, dependiendo la situación. También defiende como el acumulado de información,



opinión y valoración que es vertida por los medios de comunicación de forma continuada en el tiempo sobre la existencia de uno o varios hechos, el grado de participación, la relevancia jurídica, la inocencia o culpabilidad, agregando un reproche moral o ético, que se merecen las personas implicadas en un procedimiento mayormente del área penal. El tratamiento de la información en los juicios paralelos constituye una particularidad patológica de la investigación veraz y respetuosa con los derechos fundamentales de las personas. Esta valoración del asunto es paralela al procedimiento judicial que se esté dando, utilizando un sesgo de información que derive del proceso propiamente judicial. El juicio paralelo se puede producir en cualquiera de las fases esenciales del proceso penal, durante la investigación o en la fase de enjuiciamiento, y el tratamiento jurídico del problema transforma esencialmente porque cada una de ellas responde a pautas de publicidad distintas. La investigación se rige por el principio del secreto en el juicio la difusión es la pauta. En nuestra reciente historia liberal hemos concurrido a notorio asuntos judiciales que en los medios de comunicación han sido objeto de un juicio paralelo.

4.1.1 Opinión pública

Este concepto es ambiguo y muy dificultoso de delimitar, ya que pocos conceptos se han creado bajo un interés social y político. Su creciente debate intelectual genera que es la conducta social humana, un firme testimonio de la existencia, como fenómeno comunicativo y psicosocial que depende del contexto histórico y sociocultural, que depende del tipo de sociedad, de los intereses políticos del momento. Producto de



varios factores de la personalidad de los individuos y de los estrados sociales, la forma de gobierno, el sistema educativo y la acción de los medios.

La opinión pública debe tomar en cuenta la constatación de la existencia de la teoría del etiquetado como opinión pública, el poder de la opinión pública en la sociedad y los esfuerzos por explicar y comprender la opinión desde el marco teórico e ideológico. El dictamen público no es lo mismo que la cultura, ni de los paradigmas de ideas, valores y creencias que dominan a una sociedad. La opinión pública se crea y se mueve dentro de los límites de los paradigmas. La opinión pública se relaciona con el espacio público, afirmando que existe un incesante flujo de mensajes y discursos que circulan diariamente en la sociedad. Por lo tanto se considera que es un tejido social que refleja la cultural, instituciones y valores a través de los canales de comunicación social.

4.2 Perspectiva de culpabilidad

La consecuencia de los juicios llamados paralelos en los tribunales de justicia, no se puede aislar el entorno judicial con la presión social mediática, ejercida y colaborada con la comunicación en masa. La dictaminación de una sentencia que se ratifica o no previamente a la dictada por los medios de un juicio paralelo. Estos juicios conllevan una perspectiva de culpabilidad al sobrecargar y amplificar los hechos investigados, ocasionando que los imputados sufran de un daño a su reputación irrecuperable. Aunque el tribunal judicial no sucumba ante una presión de un juicio paralelo el imputado ya sufre y sufrirá una estigmatización de su persona.

4.3 Medios de información, sociedad y poder

Las sociedades actuales se definen como sociedades de la información. La información es decir, la difusión del conocimiento, se sitúa en el eje fundamental al definir la sociedad occidental. Por ello cobran importancia los medios informativos por ser los canalizadores y selectores de la información; los ciudadanos demandan estar cada vez más informados entonces los medios de comunicación les producen la información.

Al hacer referencia de que los medios informativos les producen la información a los ciudadanos, hay que recordar lo señalado en cuanto al agenda setting, por medio del cual se toma la realidad de los hechos acaecidos diariamente en la sociedad y se seleccionan los que mayor impacto pueden producir en los receptores, produciendo así la idea de que lo que se presenta es lo de mayor importancia ciudadana. Sin embargo, existen varios riesgos en cuanto a esta producción de información que para los comunicadores es simplemente un ejercicio de edición de la misma.

En este sentido, resulta apropiado hacer un breve enfoque sobre lo que es el poder y su diferencia con la influencia. Desde su perspectiva, apunta Prat que, “el poder tiene un objetivo, una finalidad, que consiste en que otras personas realicen o no determinados comportamientos o actos de trascendencia para aquél que detenta el poder”.⁵⁸ En toda relación de poder existe un sujeto activo, que tiene el poder y además es beneficiario de los actos efectuados por el sujeto pasivo, sometido a la influencia del primero. Es una característica abstracta que es utilizada por personas físicas, conjuntos de individuos o

⁵⁸ Prat Westerlinth, Carlos. **Relaciones entre el poder judicial y los medios de comunicación. Los juicios paralelos.** Pág. 40-41



entes institucionalizados para conseguir determinados objetivos. El poder no es un atributo malo, no puede considerarse como algo objetivamente perjudicial. Lo que lo hace reprobable son los objetivos o finalidades que persiguen quienes detentan ese poder. Pero el poder siempre implica algo objetivo, perceptible por los sentidos. El poder pertenece al mundo físico, a diferencia de la influencia que pertenece al mundo subjetivo e íntimo. He aquí la distinción entre poder e influencia.

Al respecto, no cabe duda que los medios de comunicación no deben ser sujetos activos ni pasivos del poder; primero, porque sustancialmente carecen de poder material, y segundo, porque en principio, su función no es la de condicionar conductas ni influir en los destinatarios de la noticia, otra cosa es ver si lo consiguen, ya que dada su situación social actual, como intermediarios de la realidad, la objetividad debe ser un objetivo y nunca es una realidad cierta y comprobable. De esta manera, una cosa es el deber ser y otra bien distinta es lo que ocurre en la realidad.

Para todos son evidentes las distintas formas de abordar una noticia y de exponerla o difundirla en público. En los distintos medios con frecuencia se encuentran expresiones como derecho a la información y derecho a la libertad de expresión, muchas veces mezcladas y con contornos difuminados. Ambos derechos suponen una importante influencia sobre los receptores de la noticia judicial.

Si se parte del deber ser, el medio de información no es sujeto activo ni pasivo del poder, por lo que el medio de comunicación es un mero canalizador del poder ejercido por otros. Por lo demás, puede influir en la opinión de los destinatarios de la noticia pero



no ejercer un poder. La cuestión estriba en determinar el nivel de influencia socialmente tolerable por los ciudadanos, y el nivel de influencia intolerable para la sociedad.

Sobre este tipo de poder afirma Prat que “El poder limita la libertad del individuo, sin embargo, la influencia debería dejar un margen de libertad o de elección de otras opciones. De acuerdo con lo expuesto se puede concluir que los medios de información carecen de poder pero pueden tener influencia sobre los ciudadanos”.⁵⁹ Sería falso afirmar que los medios carecen de influencia social, que las noticias que difunden no son tenidas en cuenta o en mente de quienes luego actúan en la vida y en las relaciones sociales. Sin embargo, el problema es determinar el nivel de dicha influencia, y comprobar la libertad que le resta al ciudadano receptor de la noticia para decidir la opción vital que estima más correcta.

Uno de los papeles encomendados a los medios es la recogida y presentación de la información objetiva, tema este de la objetividad que es una cuestión permanentemente abierta, ya que se trata de un concepto muy relativo, pues cada informador tiene su propia objetividad. El conocimiento de una noticia lleva necesariamente aparejada una opinión por su destinatario, que puede o no ser expresada por éste. Si a una noticia se le eliminan ciertos hechos siendo relevantes y condicionantes de la misma, la opinión de sus destinatarios se verá alterada o modificada.

Para evitar esto, se impone la difícil obligación a los ciudadanos de criticar la noticia, y la más fácil y exigible obligación de los informantes de comunicar el mayor número de datos en el menor espacio tiempo exigible. La primera obligación es consecuencia de

⁵⁹ Ibid, Pág. 42



la segunda; sin una información objetiva y completa no se pueden tener opiniones absolutamente libres. Conviene por ello, tener bien definidos estos presupuestos, de lo contrario se pueden producir confusiones importantes en un grupo de noticias como son las noticias judiciales, que se pueden considerar especialmente complejas, dotadas de un marcado carácter de subjetividad.

Las noticias judiciales poseen un importante contenido emotivo que es explotado por los medios informativos. Es de entender, entonces, la gran importancia que tienen los medios de comunicación, importancia no siempre responsable.

La reacción del público ante una noticia, por ejemplo, en el caso de corrupción, puede ser relevante para la propia supervivencia política de un representante popular. La forma en que se aborde la noticia puede derivar en la propia consideración personal que tengan los demás respecto al destinatario de la noticia lo que se conoce como honor objetivo. Los medios de comunicación social conocen, o al menos, deben conocer, de la trascendencia y repercusión de sus informaciones.

Afirma Lippman que “las historias originales, que por sí mismas carecen de un carácter preciso, se impregnan de los caracteres de quienes las escuchan”.⁶⁰ Los relatos informativos que se perciben de los medios influyen en las personas, configuran junto con su situación social, familiar, personal, laboral de cada uno la visión que se tiene de los demás, y muy especialmente de los que gobiernan y de las instituciones del Estado, dentro de las cuales se integran los órganos judiciales.

⁶⁰ Op. Cit. Pág. 45



Es por ello, que se debe insistir en la mayor objetividad de la noticia difundida por el medio como punto de partida y esta objetividad se consigue con la forma y matices con los que se difunde la noticia, y no tanto por su contenido intrínseco. Es necesario entonces precisar esto último, a determinar el concepto de veracidad-objetividad que deben manejar los medios cuando tratan las noticias judiciales. En el ámbito informativo, veracidad y objetividad son términos sinónimos; otra cosa es la interpretación que debe ser dada a estos conceptos.

4.4 Los juicios paralelos: La verdad proporcionada por los medios de comunicación y la verdad del sistema judicial

En la filosofía de Kant se aprecia la dicotomía configurante de la verdad, al sostener que, “La mentira puede ser externa mendaciumexternum o también interna. Por medio de aquella el mentiroso se convierte objeto de desprecio de los otros, pero la mentira interna se convierte objeto de desprecio a sus propios ojos, lo cual es todavía peor, y atenta contra la dignidad de la humanidad en su propia persona”.⁶¹

De esta forma se reconoce la presencia de dos verdades, la interior, que tiene su origen en la conciencia, y la verdad externa y que es apreciada por terceros. En esta postura el filósofo alemán no pretende llegar a un consenso metafísico sobre la verdad, sino sostener que el análisis de la verdad parte de un punto de vista fenómeno-lógico-empírico y jurídico.

⁶¹ Kant, Emmanuel. **La metafísica de las costumbres**. Pág. 291



Es por tanto la llamada verdad externa la que interesa en este espacio, por cuanto se refiere a la constancia de ciertos hechos acaecidos en la realidad, siendo ésta la que puede ser considerada por los medios informativos y por los órganos del Estado encargados del enjuiciamiento de determinados hechos.

Lo que internamente se considera como cierto o verdadero no es objeto de análisis, sino aquello que se es perceptible y científicamente comprobable. “Tanto los Tribunales como los medios de información parten de hechos, manejan hechos y analizan hechos.”⁶² El enfoque de éstos necesariamente debe hacerse bajo el concepto de veracidad, pero desde un prisma externo. Así, López Barja de Quiroga sostiene que “La justicia no existe en más ni en menos porque se consiga en un caso y no en otro. Lo importante es que existan bases para que en el mayor número de casos pueda obtenerse.”⁶³

Es común dentro de la doctrina procesalista mantener que existen dos verdades, la verdad formal y la verdad material. Aquella es la que se obtiene dentro del proceso limitado los medios de conocimiento y búsqueda de la verdad como consecuencia del principio dispositivo que consagra el dominium Litis partial. Cabe pues que la verdad formal no sea la verdad que no se ajuste a la realidad. Se defiende a ultranza que en el proceso penal se busca la averiguación de la verdad material.

La verdad debe ser obtenida mediante ciertos cauces y respetando los derechos fundamentales de los individuos, lo que deriva en muchas ocasiones que la verdad

⁶² Op. Cit. Pág. 46

⁶³ López Barja de Quiroga, J. **Las escuchas telefónicas y la prueba ilegalmente obtenida**, Pág. 55-56

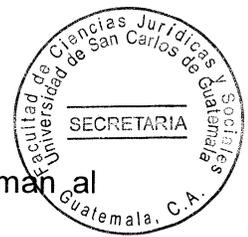
absoluta no pueda conocerse, quizá porque este concepto está unido a una subjetividad insalvable. Si la verdad no puede obtenerse de cualquier manera, es que la verdad que persigue un juez no es una verdad absoluta, de lo contrario lo lógico sería que bastaría cualquier medio para obtenerla. Los hechos descritos por un Tribunal son tan sólo los hechos que han sido probados en atención a las pruebas practicadas ante los Jueces y por ellos valoradas.

Como dice Larenz “probar algo, en el lenguaje del derecho procesal, quiere decir: crear en el tribunal la convicción acerca de la exactitud de una alegación de hechos”.⁶⁴ Una demostración en el sentido matemático, o en el sentido de las Ciencias naturales exactas, no puede exigirse. Al igual que los órganos estatales no pueden dirigir su actuación hacia la búsqueda de la verdad absoluta, porque esta no es aprehensible dada la subjetividad humana, los medios tampoco deben actuar con este mismo objetivo de verdad absoluta, sino de obtención formalizada de los hechos sociales mediante ciertos cauces o formas. “Lo que ocurre es que los medios utilizan otros cauces o mecanismos para conseguir averiguar la verdad a los utilizados por los Tribunales.”⁶⁵

Por lo tanto, los hechos descritos por los medios, tampoco son hechos ciertos, o absolutamente verdaderos, sino hechos obtenidos utilizando el derecho de información, con los límites y garantías que se aseguran normativamente en una determinada sociedad. Por eso, un mismo hecho puede ser comprendido de distinta forma, dependiendo del contexto normativo y social en el que se difunde.

⁶⁴ Larenz, K. **Metodología de la Ciencia del Derecho**. Pág. 302

⁶⁵ Op. Cit. Pág. 52



Los medios informativos, por tanto, originan juicios paralelos los cuales informan al público receptor en donde se criminaliza a priori a todos los involucrados en el ilícito en cuestión. Hasta puede llegar el punto que en los juicios paralelos se juzguen tanto la actuación del juez como sus resoluciones. Indudablemente de estos hechos, los defensores siempre harán uso en beneficio de sus patrocinados aunque la verdad de los medios de información no sea la verdadera.

4.5 Punto de vista social y jurídico de la influencia de los medios de comunicación

Las diferentes teorías sociales nos relacionan entre el derecho y los medios de comunicación, estas teorías describen y confieren cierto poder a un órgano especializado para determinar con carácter de autoridad judicial y con una forma definitiva el hecho de la violación de las reglas, a delegado a los jueces que verifiquen el tipo de violación, para poder aplicar el poder exclusivo de aplicación de penas.

Así entonces los sistemas sociales distingue a un grupo de personas que se encuentra encargado de juzgar a sus conciudadanos bajo las reglas de adjudicación, embestidos de jurisdicción, conocido como el principio de reserva judicial, para tomar las decisiones respecto de las responsabilidades penales a través de las sentencias, sobre la privación de libertar o restricción de derechos fundamentales sin la intervención de otros entes. Bajo las concepciones y premisas que a ningún hombre se le puede obligar a condenarse, que un hombre es inocente mientras no se haya demostrado que es culpable, estas afirmaciones no tiene derecho la sociedad a interrogar a un hombre en



ausencia de un abogado, inclusive si existe un sospecho de un hecho delictivo **este** tiene el derecho de estar en libertad antes del proceso.

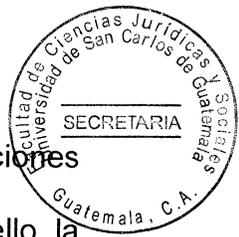
Representa entonces que por encima de los intereses de una sociedad o incluso la justificación de peligro como un requisito para imponer medidas, existen los derechos individuales del procesado, su objeto es la protección y aun mas cuando los medios de comunicación de manera abierta a presentado a la persona como responsable de una conducta que tiene las características de un delito, sin haberse desvirtuado el derecho fundamental de presunción de inocencia.

El concepto de la comunicación diferenciada a la selección, hace comprensible los problemas y las mismas barreras de la conducta comunicadora, observada desde hace unos años atrás, “la sinceridad no se puede comunicar; de otra manera se vuelva falsa, debido a la comunicación ya que esta presupone la diferencia entre la información y el acto de comunicar, así como el hecho de que ambas son contingentes”⁶⁶.

“En base al lenguaje se ha podido desarrollar los medios de comunicación y su base es la descomposición en una recombinación incongruente de la unidad lingüística que no se pueden disolverse mas”⁶⁷. Los medios de comunicación seleccionan mediante su técnica la conservación y el mejoramiento, el lenguaje y los medios de difusión simbólicamente generalizados los logros evolutivos, aumentando los rendimientos del procesamiento informativo que aporta la comunicación social. La trascendencia de los medios de comunicación en la evolutiva sociedad, son los medios de comunicación

⁶⁶ Dworkin, Niklas Luhmann, **La teoría de los sistemas**, Pág. 150

⁶⁷ Ibid. Pág. 158



masivo y su explícita alienación quienes toman el rumbo y dirigen las relaciones sociales a través de las tendencias sociales utilitaristas y pragmáticas, por ello la relevancia que debe existir la veracidad y la imparcialidad en la difusión de información protegiendo los derechos por parte de los comunicadores.

El espacio de la comunicación pública se puede describir como una red para la comunicación de contenidos y posturas necesarias por el contacto entorno, los conceptos de esferas de la opinión pública y la sociedad civil que se refieren son empíricos y no representan los postulados normativos en la sociedad como una opinión compleja, sino que constituye una estructura intermediaria que establece una mediación entre el sistema político por un lado y por el otro a los sectores privados de la sociedad. La trascendencia que tiene la sociedad actual en la comunicación como parte del sistema bajo el interés económico que inmerso se utiliza como forma de expresión de poder, logrando permear el concepto de la opinión pública, convertido en un arquetipo a tener en cuenta en la composición de las capas sociales. Esta democracia deliberada irrumpe la circulación del poder, el sistema de administración y su sistema de acción constituyen el silencio por el poder social de los intereses organizados en el proceso judicial y legislativo.

De tal forma indudablemente los resultados de la delegación voluntaria que hace el pueblo a sus funcionarios y representantes se encuentra camino expedito a los medios de comunicación, estos actuando como controladores de las actividades estatales, evitando con su actuación la extralimitación de sus funciones, pero a su vez en ciertos casos, atiende fundamentalmente a los intereses particulares donde genere ganancia



dentro de la economía del mercado, mediante la manifestación de poder en la elección de la opinión pública. Para formar la postura que obedezca al interés particular sobre todo cuando el sensacionalismo hace como parte el acontecer de la noticia. al ser transmitido no se conoce la opinión pública sino que los ventaja de la opinión privada, afectando a la población a generar opiniones no propias.



CAPÍTULO V

5. La perspectiva de culpabilidad desde los medios de comunicación masiva y su influencia en la configuración mediática de una sociedad en riesgo en Guatemala

5.1 La criminalización y los medios de comunicación masiva

Construir un discurso es similar a la forma en que se construye cualquier edificio. Necesita cimientos o plataforma fundacional donde se sostenga los pilares a través de los cuales se irá armando el andamiaje donde se distribuirá todo el diseño realizado por el arquitecto, quien en constante comunicación con el ingeniero, decidirán el tipo y calidad de materiales esenciales para dicha construcción.

De la metáfora anterior se puede colegir que el discurso de los medios de comunicación masiva no surge del momento. Existe una ideología clara desde la plataforma del medio masivo en sí mismo. Es oportuno advertir en estas líneas que cada medio de comunicación ya sea escrito, televisivo, radial o digital siempre va a tener un discurso propio que le hará ver la realidad criminal desde la perspectiva ideológica y política que prepondera en los dueños o accionistas de dicho medio.

Como se acotara en capítulos anteriores, la importancia de la noticia criminal responde a una agenda setting elaborada por los directores o dueños del medio masivo de comunicación. De ello se deriva el nivel de criminalización que se haga del hecho y del o los perpetradores.



Como se sabe, la criminalización es la reacción de los diferentes sectores sociales contra conductas que consideran lesivas para el bienestar común, por lo que exigen que las mismas sean tomadas en cuenta por los legisladores para que la criminalización se legalice, convirtiendo dichas conductas en tipos penales.

Desde otra perspectiva, mucho más teórica y doctrinaria se puede decir que es una cuestión de política criminal que responde a las exigencias de la población para que se busquen las vías adecuadas para que las conductas que lesionan la paz y tranquilidad de todos y todas sea penalizada, en primer lugar, porque dicha conducta merece un castigo y, en segundo lugar, para prevenir a los demás que de cometer este tipo de conductas se les penalizará dependiendo de la gravedad de los hechos.

Ahora bien, si la criminalización es una cuestión de la política criminal de un Estado, que debe considerar que una conducta realmente merece ser tipificada penalmente porque lesiona un bien o varios bienes jurídicos, entonces qué sucede cuando los medios de comunicación anticipadamente criminalizan y penalizan a las personas imputadas de un hecho que, aunque ya se encuentran tipificadas en la norma penal, se tiene que respetar que dicha persona tiene el derecho a la presunción de inocencia y a su defensa hasta que en el debido proceso se le encuentre culpable de la conducta que ha lesionado a la sociedad.

Para los medios de comunicación masiva, lo que interesa es la cobertura del hecho y del proceso, tiempo en el cual día a día, durante diferentes horarios que se pueden identificar como de primera fila, se comenta lo que sucede pero ya con un sesgo



criminalizante que, a criterio personal, no debería darse toda vez que manipula al público que participa con sus comentarios, sobre el mismo hecho que se está tratando.

A las personas imputadas se les reviste de una serie de delitos tanto por los comentaristas como del público receptor, sin que un juez competente le haya imputado dichos delitos. Es aquí cuando se debe recurrir al análisis de las teorías de la sociedad de masas, las que consideran que existe un impacto directo entre lo que se publica y sus efectos en la política. Se concibe como un modelo estímulo/respuesta, en el que el estímulo viene dado por la publicidad mediática y la respuesta constituye una actividad legislativa.

Frente a estas concepciones, surgen las llamadas teorías de los efectos limitados. Para Monzón esta segunda etapa abandona la tendencia a considera las comunicaciones de masas con la causa de los efectos que se producen en el público. Por ello expone que, “la opinión pública, considerada como un efecto más que puede producir los medios de comunicación pierde el sentido globalizador, y por supuesto, político que había tenido en tiempos pasados identificable con las opiniones y actitudes de la población”.⁶⁸

No se pone en duda, entonces, la gran influencia de los medios masivos de comunicación sobre los órganos estatales que tienen capacidad legislativa, es decir, sobre el congreso y los distintos gobiernos que se van instalando a través del tiempo.

⁶⁸Monzón, C. **Opinión pública, comunicación y política**, Pág. 155



5.2 La configuración de una sociedad de riesgo a partir de los medios de comunicación

La sociedad se mueve en el terreno de los hechos, de las acciones humanas, pero no de su valoración pública. Sí, existen valoraciones individuales, juicios personales sobre los acontecimientos, pero no una opinión pública genérica, o al menos individualizada. Son los medios los que valoran, indudablemente, los hechos sociales, deciden publicarlos o comunicarlos y cómo hacerlo, de qué forma y con qué contenido.

5.2.1 Sociedad en riesgo

Sociedad es un término que busca describir a un conjunto de individuos marcados por una cultura en común, comparten criterios que condicionan el estilo de vida, costumbres y su relación en una comunidad. Se trate de una sociedad post industrial, que las raíces básicas de la modernidad y sus formas han cambiado. Ulrich Beck, sociólogo alemán, su obra principal es la sociedad en riesgo, contribuyendo a un enfoque sociológico que intenta comprender las amenazas que afronta la humanidad. Constituida por poblaciones donde el entorno y sus habitantes se interrelaciona con el sentido de pertenencia y la identidad que comparten lazos económicos, políticos e ideológicos.

El peligro y el riesgo es la situación que caracteriza un acto potencialmente dañino, un suceso que es apto para crear daño sobre ciertos bienes que están protegidos. El riesgo es real cuando pasa en el instante, cuando es un potencial riesgo es cuando el peligro aun no existe, pero pueda que exista en un corto, mediano o largo plazo dependiendo de la naturaleza que crea en el peligro.



Sociedad en riesgo se basa en la constatación que la sociedad actual, la producción social de la riqueza está acompañada por una creciente producción social del mismo riesgo. Este aumento progresivo tiene consecuencias políticas y económicas. Consiste que la implementación políticas gubernamentales orientadas al control por cualquier medio una alta porción del riesgo está directamente relacionada con la tecnología y el sistema de producción, caracterizado por los riesgos humanos.

El peligro latente de una ruptura social, por medio de la globalización y sus mismos procesos que transforma, está provocando nuevos riesgos con consecuencias políticas. Esta implementación por parte de gobiernos, sus políticas que orientan al control a consecuencia opaca la información y sus medios de comunicación masiva, ya que van deslegitimizando las instituciones públicas. Afirmando que la sociedad en riesgo es originario de los sistemas normativos y sus instituciones sociales que están fracasando en conseguir una seguridad social, ante tales decisiones.

La criminalidad es un hecho social, de los negativos que, sin embargo, tienen mayor cobertura que los positivos y esto se debe a que en función de informar y prevenir a la audiencia, los medios de comunicación en su total cobertura de la criminalidad le van dando una dimensión o, mejor dicho, sobredimensionan los actos criminales sin que medie un proceso legal y etiquetan los hechos delictivos como riesgo, peligro, por lo que prevenir a la ciudadanía, aunque sea de una forma inadecuada, impulsiva, exabrupta con tal de estar en prime time, es lo que prima en los intereses de los dueños de los medios de comunicación.



Para ellos, es más importante cuántos anunciantes pautan en sus horarios de comentarios de la realidad nacional con enfoque en la criminalidad sobre todo, porque para ellos representa un beneficio económico; poco interesa el pánico que están creando en los receptores de sus mensajes, para quienes lo que se les presenta a diario en los medios de comunicación es que viven en una sociedad de riesgo y que, inevitablemente, tienen que luchar contra aquellos que han permitido que se haya construido este riesgo en cada calle de la sociedad.

Culpan a jueces por resoluciones que dejan en libertad a personas acusadas de ciertos delitos; arremeten contra el Ministerio Público por su incapacidad para averiguar no la verdad sino la culpabilidad de las personas señaladas. Esta certeza que los medios de comunicación le presentan a su audiencia sobre la culpabilidad de los acusados, sin que un juez los haya ligado a proceso, sin que se haya producido un debido proceso en el cual legalmente se les encuentre culpables, es el mensaje que se aglutina día con día en la mente de la ciudadanía que los lleva a la convicción de que todo a su alrededor es riesgo.

A las autoridades ejecutivas, legislativas y judiciales que representan en todo sentido la certeza jurídica que necesita todo ciudadano y ciudadana, son arrastrados hacia un rincón en donde se les señala de ser los arquitectos e ingenieros que cimentaron las estructuras de la sociedad de riesgo.

La población pierde credibilidad en las autoridades, lo que produce un total estado de sentimiento de indefensión, situación que vulnera los derechos humanos de las personas toda vez que si se duda de la capacidad de las instituciones estatales, se



pone en duda al propio estado y su capacidad de garantizar la vida y el bienestar común. A eso se le denomina vulneración de los derechos de todo ciudadano a sentirse en paz y a creer que la sociedad en que vive tiene instituciones estatales que velan por su vida y su bienestar.

Por todo ello, resulta abusivo el hecho que por tener el poder de entrar a cada casa de cada ciudadano o ciudadana, se le manipule con información sobredimensionada, que es la responsable de configurar una sociedad de riesgo.

Ciertamente, como ya se dijo, la criminalidad es un fenómeno social. Desde la época antigua se buscaba la mejor forma de castigar a quien cometía un delito aunque para la actualidad, dichos castigos se pueden denominar inhumanos. La criminalidad es un fenómeno concomitante a la evolución de la sociedad y tiene que ver con el hecho de que el ser humano siempre tiene más necesidades de las que los satisfactores del Estado le pueden proporcionar. Pero ello no es razón para que se configure una sociedad de riesgo, en la que los sectores sociales lleguen al convencimiento de que el riesgo está al nomás abrir la puerta.

5.3 El principio de publicidad procesal y los medios de comunicación masiva

Ya se ha tocado el tema respecto a que el punto de encuentro entre proceso penal y medios de comunicación masiva lo era el principio de publicidad y que es de gran importancia la cobertura mediática como herramienta de la publicidad mediata que requiere el proceso para gozar de legitimidad; sin embargo, dado el poder inconmensurable de los medios de comunicación de puede dar paso a prácticas



abusivas que transgreden los derechos fundamentales de las personas intervinientes en el proceso, así como la legitimidad de la función jurisdiccional.

Producto de ello es que se da la siguiente cita, en palabras de Ignacio Ramonet y citado por Puccinelli,⁶⁹ "cuando todos los medios dicen que algo es verdad, y eso se impone como verdad, aunque sea solo. Por lo cual, si la prensa unánime, la radio y la TV dicen que algo es verdad, es verdad... Lo que pasa es que todo está basado en esa figura retórica que dice que repetir es igual que demostrar, pero repetir no es igual que demostrar. Tenemos una verdad mediática que se impone sobre una base retórica falsa, ya no se demuestra, basta con repetirlo"⁷⁰.

Vista sí la función del periodismo frente a la noticia de carácter judicial, resulta claro que en la relación prensa-proceso penal, el paradigma se rompe cuando esa función informativa o comunicativa asignada a los medios de comunicación "se transforma en una decidida función configurativa e intervencionista tanto en los procesos de decisión judicial como en el contexto social de recepción y percepción de dichas decisiones."⁷¹

En otras palabras, la disfunción se presenta cuando los medios de comunicación en cualquiera de sus manifestaciones, pasa de su función informativa/formativa a un "ejercicio ilegítimo del periodismo, en la cual pretenden sustituir o alterar la sensibilidad o percepción social por medio de una intervención manipuladora, creándose esa

⁶⁹Op. Cit. Pág. 53

⁷⁰ Op. Cit. Pág. 125

⁷¹ Ibid, Pág. 73



ingeniería ya mencionada, en la cual el público/receptor sólo está en condiciones de aceptar lo ya decidido por el medio de comunicación.”⁷²

El principio de publicidad ya acotado y que es una de las garantías constitucionales y procesales indispensables de respetar para que pueda darse un debido proceso, se refiere a que la persona que va a ser procesada lo será en jurisdicciones abiertas y no especiales, lo que permite que la audiencia pueda estar presente, pueda revisar la trayectoria del proceso pero, sobre todo, que es un proceso abierto a los medios de comunicación masiva, no para que se desinforme a la población sino por el contrario, para que la población esté al tanto de lo que sucede en dicho proceso, pues esto brinda la certeza jurídica necesaria para que haya credibilidad en el proceso y en las instituciones judiciales y del Estado.

Es de esta manera como los medios masivos de comunicación, durante muchas décadas se han adueñado de la verdad procesal sin que esta haya sido procedimentada jurisdiccionalmente. Es necesario por ello, que los diferentes sectores de la población, sobre todo sectores de la denominada “sociedad civil” tengan la prudencia de no seguir la huella desinformativa que dejan los medios de comunicación y que, al contrario, sean capaces de enfrentarlos con la verdad real de los acontecimientos procesales.

⁷²Latorre, V. **Función jurisdiccionales y juicios paralelos**. Pág. 23

5.4 Influencia del discurso periodístico de una sociedad en riesgo

La narración de hechos y acciones sin demostrar sentimiento. Se enfoca en construir una realidad con el fin fundamental de cumplir con la tarea de información periodística. Es aquel discurso que reporta las situaciones con la intención de causar el temor y asombro en la audiencia. Obedeciendo a un proceso lógico y discursivo desarrollado por un contexto social. La construcción de una realidad de posibles hechos considerados como creíbles. La cultura se define por el acumulado de normas, creencias que comparte una sociedad determinada. Estas conductas comunes de los grupos sociales se estructuran y crean por medio del lenguaje. Manifestándose en discurso escritos, gráficos o auditivos.

5.4.1 Características del discurso periodista

- Claridad; es la estructuración de una forma lógica y ordenada para no ser entendido.
- Breve; por la limitación del espacio de comunicación, concentrándose en la expresividad del titular.
- Sencillo; palabras de uso común sin retórica.
- Plasticidad y colorido; la imagen sustituye las palabras.
- Exactitud; el discurso es exacto en los hechos que narra.



- Exposición; de los datos y las ideas del reportaje.

5.4.2 La influencia del discurso en una sociedad en riesgo

El concepto de riesgo es de forma difusa, una incertidumbre de carácter general que implica la percepción social de riesgo. Los ciudadanos perciben los riesgos de forma creciente, provocando un estado de preocupación y desconfianza social, hacia los poderes públicos que retroalimenta las percepciones sociales de riesgo. En énfasis de que la responsabilidad por no haber evitado y gestionando el proceso de crisis. El estado constituye una variable indispensable que contribuye a que los riesgos se acrecenten, siempre y cuando se generen métodos de control eficaces, que eviten las decisiones y opiniones empañados con manipulación y opacidad.

La habilidad que gobierna la alocución se edifica con base a la experiencia directa del comunicador social, con base a la práctica de manera subjetiva de forma indirecta, por una vía que narra el suceso que experimento. El periodismo valora los discursos que son contruidos en base a versiones, de diferentes fuentes o testigos y documentación que incluya los juicios de valor. El discurso de opinión incluye a las emociones de quien lo escribe, sobre hechos que han sido abordados anteriormente algunos discursos de información incluyen juicios de valor y emoción del reportero, idealmente deberían de ser deslindados de los espacio dedicados al discurso periodista.

La teoría del conocimiento que alimenta al discurso informativo, lo que proporciona no es sometido a pruebas para comprobar su valides del dato. Su intención seria informar de manera incompleta para la rápida comprensión, ya que no busca la construcción de



más explicaciones para construir una verdad. El discurso contribuye a la construcción del sentido común, los criterios sociológicos, culturales y las creencias. Esta alocución funge como el conocimiento cotidiano y evidente. Se dice que la sociedad piensa lo que se les informa. Produciéndose una casualidad entre los asuntos relevantes según los medios y las personas, políticos según lo que creen de asuntos relevantes. Un papel que juega los medios de masa en la confección de la agenda mediática.

5.5 Enfoque de los medios y su influencia en la sociedad guatemalteca

Los medios de comunicación han adquirido después del siglo veinte, una importancia en la conformación de identidades sociales e individuales. Su acción esta complementada con más de servir como un transporte a la entretención e información de masas. En el campo de las ciencias sociales se hacen estudios para analizar la complejidad de la realidad post conflicto armado interno, y su impacto en las estructuras políticas, sociales, económicas y culturales. Indudablemente la democracia y la opinión pública van unidas y ligadas.

La libertad de opinar es un valor inherente a las sociedades que se encuentran en democracia. De igual manera la libertad de opinión, se rige por los principios de libertad de pensamiento, principio de libertad de expresión y el principio de libertad de organización. Estos principios están ligados entre sí, la libertad de pensar presupone al individuo que puede pensar de forma libre lo que desea. La libertad de poder escribir y decir están contemplados la Carta Magna.



Esta libertad de expresarse a evolucionada con la libertad de organizarse que funciona para propagar los partidos políticos en donde la opinión y difusión de opiniones constituyen una libertad de opinión que se define como organización de la opinión. Es indispensable dice Sartori que, la libertad de organizar las comunicaciones y su misma estructura de las comunicaciones en masa, es el producto de la libertad y motor de la libertad de expresión. El poder de los medios varía en la función de las circunstancias sociales que vive la población guatemalteca.

En las sociedades que viven en democracia, los medios de comunicación masiva tienen una estructura poli-céntrica que se refiere a la libertad de organización. De cierta manera está equilibrada y neutralizada por el hecho de la emisión de distintos mensajes. La opinión pública se encuentra marcada por el conflicto de la forma de interpretación, dando le la importancia al contenido y a los puntos de vista. La opinión pública es invadida por la sutil propaganda de líderes y del poder de control social, ayudado por los medios de comunicación, influenciando a la sociedad a manejar distintas respuestas y análisis.





CONCLUSIÓN DISCURSIVA

De todo lo planteado y descrito en el transcurso de la presente investigación, se ha podido llegar a la comprobación lógico-jurídica, por medio del análisis noticioso y del comportamiento de los medios de comunicación en los últimos tiempos basada en la metodología utilizada para la misma.

Los medios de comunicación masiva y su cobertura de los hechos delictivos con un alto contenido de amarillista, son los que causan que la agenda setting busque un alto nivel de audiencia criminalizando a las personas haciéndolas responsables/culpables de los hechos por los cuales han sido imputados penalmente. Violando en el artículo catorce de la Constitución Política de la República de Guatemala. De tal forma que, al mostrarlos a la audiencia, lo hacen criminalizándolos sin que haya respeto alguno al principio de presunción de inocencia y a la garantía de un debido proceso. Según las críticas de la audiencia los medios poseen la verdad, los errados son los jueces y sus sentencias, siempre van a estar erradas, motivadas por la corrupción, por el tráfico de influencias, sin que se tenga realmente un claro conocimientos de las leyes.

Por estas razones se recomienda que los medios de comunicación masiva bajo la creación de la agenda setting no generen una opinión paralela sin que antes el sistema de justicia realice sus funciones como organismo legal y basados en ley. Para que la población en general no tenga influencia en su criterio, ya que sobredimensionan el riesgo que pueda tener la sociedad, perdiendo la credibilidad en la aplicación de la justicia.





BIBLIOGRAFÍA

- ALTHUSSER, L. **El objeto de el capital** México: Ed. Tirant, 1969.
- BAJTÍN, MIJAIL. **Marxismo y filosofía del lenguaje** Sao Paulo, Brasil: Ed. Las casas 2006.
- BALCELLS LLADOS, Luiz. **Discurso televisivo sobre el crimen: Los programas especializados en sucesos** Valencia, España: Ed. Tirant lo Blanch 2008.
- BOTELLA, JOAN, Luiz. **La formación de la opinión pública y la construcción de discursos sobre la realidad criminal en España**, Valencia, España: Ed. Tirant lo blanch, 2008.
- Carta de F. ENGELS F. **Sobre arte y literatura**. Madrid, España: Ed. Ciencia Nueva. 1968.
- CHARANDEAU, P. **El discurso de la información. La construcción del espejo social** Barcelona, España: Ed. Gedisa. 2003.
- CHAUDERAU, P. **El Discurso de la Información**. Barcelona, España: Ed. GEDISA., 2003.
- CHILLÓN, A. **Literatura y periodismo. Una tradición de relaciones promiscuas**. Bellaterra España: Ed. Aldea Global., 1999.
- DERING, J. M. y ROGERS, E.M. **Agenda-setting research: Where has it been? Where is it going?** Estados Unidos de América: Ed. Sage. Newbury Park, 1988.
- FAIRCLOUGH, N. **Analysing discourse: textual analysis for social research**. Londres, Inglaterra: Ed. Routledge., 2003.
- GARCÍA ARÁN, MERCEDES Y BOTELLA, **Perspectivas de análisis y principios constitucionales**. Valencia, España: Ed. Tirant lo Blanch. 2008.



GRABER, D. **Crime news and the public**. Nueva York, Estados Unidos de América: Ed. Praeger. 1980.

GUNTER, B. **Television and the fear of crime**. Londres, Inglaterra: Ed. John Libbey. 1997.

HERNÁNDEZ GARCÍA, j. **Justicia Penal y Medios de Comunicación: los Juicios Paralelos** Barcelona, España: Ed. Bosch Editor. 2001.

KANT, EMMANUEL. **La metafísica de las costumbres**. Madrid, España: Ed. Trad. de A. Cortina., 1994.

LARENZ, K. **Metodología de la Ciencia del Derecho**. Barcelona, España: Ed. española de Rodríguez Molineero., 2001.

LATORRE LATORRE, V. **Función Jurisdiccionales y Juicios Paralelos**. Madrid, España: Ed. Civitas S.L. Madrid 2002.

LIPPMAN, W. **La opinión pública**. Madrid, España. Ed. Guinea Zubimendi B. 2003

LÓPEZ BARJA DE QUIROGA, J. **Las escuchas telefónicas y la prueba ilegalmente obtenida**. Madrid, España: Ed. Civitas S.L. Madrid 1989.

LOWRY et al. **Setting the public fear agenda: a longitudinal analysis of network TV crime reporting, public perceptions of crime, and FBI crime statistics** Nueva York, Estados Unidos de América: Ed. Journal of Communication, marzo de 2003.

MARX, KARL y ENGELS, FEDERICO. **L'Idéologie Allemande**. Montevideo, Argentina: Ed. París, 1968.

MARX, KARL. **Crítica de la economía política**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Estudio 1970.

MATTELART, ARMAND. **La comunicación masiva en el proceso de liberación**. Madrid, España: Ed. Siglo Veintiuno de España S.A., 1998.



MATTELART, ARMAND **La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias.** Madrid, España: Ed. editores 1996.

MATTELART, ARMAND. **La invención de la comunicación.** Madrid, España: Ed. Español. Siglo XXI 1995.

McCOMBS y SHAW, citados por García Arán, Mercedes y Peres-Neto, Luiz. **Perspectivas de análisis y principios constitucionales** Valencia, España: Ed. Tirant lo Blanch 2008.

McCOMBS, M. **Estableciendo la agenda** Barcelona, España: Ed. Paidós, 2006.

MONZÓN, C. **Opinión pública, comunicación y política.** Madrid, España: Ed. Marcial Pons, 2006.

PRAT WESTERLINGH, CARLOS. **Relaciones entre el Poder Judicial y los medios de comunicación. Los juicios paralelos.** Valencia, España: Ed. Tirant lo Blanch 2013.

PUCCINELLI, C. R. **Influencia de los Medios de Comunicación.** Argentina: Ed Juris. Rosario, 2005.

ROPERO, J. **¿Es necesaria una reforma penal para resolver los problemas de atribución de responsabilidad y justo castigo de la delincuencia organizada?** Chile: Ed.Santiago de Compostela, 2007.

STEFFENS, LINCOLN. **The autobiography of Lincoln Steffens.** Nueva York, Estados Unidos de América: Ed. Brace and Co.1931.