



Junio - Julio
2003

[Número Actual](#)

[Números Anteriores](#)

[Editorial](#)

[Sitios de Interés](#)

[Novedades](#)

[Ediciones Especiales](#)



Carr. Lago de
Guadalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

La Violencia y los Medios Masivos de Comunicación: ¿Oferta o Demanda?

Número Actual

Por [Graciela Barabino](#)

Número 33

Los procesos que causan los mayores avances de la civilización destruyen las sociedades en las cuales ocurren.

A. N. Whitehead, comunicólogo estadounidense.

El once de septiembre del 2001, la violencia y los medios masivos de comunicación cambiaron la historia postmoderna. El mundo era uno antes del once de septiembre y otro al día siguiente.

Las reglas del juego político internacional habían dado un giro de ciento ochenta grados. A partir de ese día, y gracias a la cobertura "mediática" de los acontecimientos --repetidos al hartazgo por la pantalla chica--, los ciudadanos del mundo entero aceptamos, anonadados y rebasados por los hechos, un golpe de Estado planetario.

Las imágenes de los aviones que se estrellaron contra las Torres Gemelas en Nueva York y la explosión de la "supuesta" tercera aeronave en el Pentágono (pues hay versiones de que se trató de un misil), ejemplifican de manera estupenda --como un perfecto guión cinematográfico-- la estrecha relación que tienen la violencia y los medios de comunicación como binomio invencible para crear inseguridad y miedo; esperanza y fe, entre la población. Combinados son un estupendo instrumento de manipulación de masas.

Además, con los avances tecnológicos logran crear hasta realidades virtuales y pueden incitar al público a emprender acciones cuyos verdaderos intereses están camuflados. Pueden persuadir a los ciudadanos de lo que sea, hasta del absurdo más grotesco.

Un magnífico ejemplo de esto último fue la intentona golpista en Venezuela. Es el primer golpe de Estado "mediático" en la historia.

El jueves (curiosamente también un día once, pero de abril del 2002), los medios masivos de comunicación de esa nación caribeña --especialmente las dos televisoras locales privadas-- difundieron la apócrifa noticia de la voluntaria dimisión del mandatario Hugo Chávez "por el bien del país".

Toda esa información era falsa, pero siguiendo el principio "goebbeliano" de que una mentira repetidas cien veces se vuelve verdad, se llevó a cabo el fallido experimento.

El ensayo fracasó gracias a un soldado que custodiaba a Chávez durante su detención. El dirigente le confesó que estaba arrestado, pero que no había renunciado. Dicho militar mandó por fax esa declaración escrita y firmada de puño y letra del propio Chávez y el pueblo junto con gran parte del ejército invadió las calles para apoyarlo.

El villano de esta fallida destitución no fue el ejército ni los opositores de Chávez, fueron los medios electrónicos de

comunicación.

La insurrección 'mediática' llevó a las televisoras a instigar a la violencia y debemos hablar de lo que eso significa para el futuro de todas las democracias - declaró el presidente venezolano una vez liberado--. Estamos ante una conspiración abierta y descarada... Algo nunca visto... Una ola de rumores y falsedades se daba a conocer al mundo... Trajeron engañada a mucha gente diciendo que yo estaba preso y que iban a tomar Miraflores [el palacio presidencial]. Y debo agradecer a los trabajadores y ciudadanos... que han resistido esta campaña casi increíble... (La Jornada, lunes 15 de abril de 2002).

Con todo el poder de la imagen y en medio de la confusa información, la CNN destinó más de tres horas continuas de transmisión, en las que intercaló el mensaje del mandatario venezolano con las protestas en las calles aledañas al Palacio Miraflores, al tiempo que sus corresponsales y conductores dieron por buenas las versiones de los militares golpistas. CNN sintetizó de esta forma la versión chavista de los sucesos: "La principal dificultad son los medios de comunicación que han sido irresponsables; los dueños de las televisoras han incitado al pueblo a la violencia" (La Jornada, lunes 15 de abril de 2002).

Este incidente ilustra cómo se crea el miedo y la inseguridad a través de la manipulación de la violencia. Ahora echemos un vistazo a la confección de lo opuesto: la fe y la esperanza en medio de la atrocidad.

El EZLN y el sub-comandante Marcos, en México, habrían sido arrasados por las tropas castrenses si no hubiera intervenido, a su favor, la prensa internacional. Ésta los salvó al convertirlos en mártires y héroes, en vez de temibles terroristas.

La remoción del gobernador del estado mexicano de Guerrero, Rubén Figueroa, también es obra "mediática". El periodista Ricardo Rocha y la difusión de la filmación de la masacre campesina en Aguas Blancas, desnudaron al, en otro tiempo, inamovible gobernante, quien a pesar del amañado fallo jurídico a su favor, tuvo que renunciar al cargo.

Estos son algunos ejemplos que demuestran cómo la violencia y los medios masivos de comunicación viven, a veces, en amasiato; otras, en legal matrimonio, pero ambos son inseparables.

Gracias a la revolución informática (la computadora y la Internet) se intenta gobernar el orbe. Sin ella, sería una faena sencillamente imposible, pues además crea el mecanismo que justifica la detentación del poder: la socorrida "opinión pública", vital para las democracias representativas postmodernas.

No obstante, estas democracias amenazan con convertirse en flamantes "encuestocracias", debido a la importancia que le dan los gobernantes a los así llamados "polls" (sondeos de opinión pública).

Sin los medios masivos de comunicación sería inútil el sondeo, las campañas políticas, en fin, toda la parafernalia del año 2000, cuya finalidad es vender: un candidato, una guerra o alguna enmienda a la Constitución.

La pantalla chica está diseñada para mostrar imágenes más que para ahondar en la información, donde la prensa escrita lleva la batuta pues es un medio por naturaleza reflexivo: la lectura. La radio, a su vez, tiene el don de entretener y hacer recapacitar por ser un medio que se transmite, por lo general, en vivo y que no requiere toda la atención del radioescucha.

Sucede lo contrario en la televisión cuyo auditorio es atraído por los imanes de las explosiones, el fuego, las persecuciones, los balazos, es decir: escenas repletas de violencia... Basta ver subir el "rating" de los noticieros cuando cunden las notas brutales comparadas con las informaciones de las largas arengas en el Senado y La Cámara de Diputados, consideradas aburridas porque la imagen permanece fija en un interlocutor y carece de dinamismo.

El medio televisivo es un medio para la acción, no la reflexión. Está hecho para optimizar el entretenimiento, o sea, para distraer y manipular, no para pensar ni crecer...

En palabras del comunicólogo norteamericano Marshall McLuhan: "Las sociedades siempre han sido moldeadas por la naturaleza del medio con el que se comunican los hombres, más que por el contenido de dicha comunicación. "El Medio es el Mensaje" (Título de su célebre libro).

Esto nos lleva a las siguientes preguntas:

¿Es el público quien pide violencia?, o ¿con qué finalidad la ofrecen los medios masivos de comunicación?

¿Se ha intensificado el clima de hostilidad?, o ¿es fiel reflejo de una descomposición social debido al desempleo, la falta de dinero y los radicales cambios políticos por los que atraviesa el país?

¿Siempre ha existido y lo que ocurre es que se ha intensificado su cobertura?

Oferta, demanda o realidad. Los tres elementos, sin duda, se entremezclan pero en el tema que aquí trataré me concentraré en la oferta, como protagonista estelar de la violencia, y por lo tanto en la manipulación masiva a través de los medios de comunicación.

Comencemos con las raíces del viejo dilema de la violencia televisiva: ¿actúa como catalizador o como modelo? Es decir, la gente al ver una escena de violencia en la televisión ¿desahoga, descarga su inherente agresividad y si deseaba golpear o matar a alguien, se tranquiliza? El presenciar dicha escena, digamos la de un asesinato en la pantalla, ¿cataliza su impulso, lo neutraliza? O sucede lo inverso: ¿la imagen le sirve de escuela, le enseña a golpear y a matar?

Ésta es y ha sido la perenne polémica educativa en torno a la violencia televisiva y está fincada en la siguiente premisa: ¿es el ser humano violento por naturaleza o no?

Si lo es, hay que satisfacer esa demanda y usar los programas violentos como válvulas de escape. Por el contrario, si el ser humano es pacífico por naturaleza actúa como modelo para imitarse o instrumento de intimidación para crear inseguridad y miedo.

Este es el caso que abordaré:

Para comenzar a desmenuzar el dilema que no sólo es blanco y negro sino también gris, veamos que es la agresividad y cómo se distingue de la violencia.

Agredir equivale a atacar o provocar a un tercero física o verbalmente para satisfacer necesidades primarias: territoriales, reproductivas, alimenticias o jerárquicas.

Al contrario, la violencia es actuar de manera fuera del estado natural haciendo uso excesivo de la fuerza. Los animales son agresivos, feroces (atacan y devoran), mas no violentos. Usan la agresividad necesaria. La violencia la ejerce exclusivamente el hombre. De ahí que todo acto de violencia sea agresivo pero no toda agresión es violenta.

En su obra sobre la agresión (1963) el etólogo y zoólogo austriaco Premio Nobel de Fisiología y Medicina (1973), Konrad Lorenz, afirma que la agresión es innata en el hombre mas no así la violencia. Para probar su teoría, Lorenz adopta un modelo hidráulico, es decir, hace una analogía de la motivación agresiva como si se tratase de fluidos bajo presión. El nivel de agua sube en un recipiente presionando por salir. Esta presión crece hasta que la válvula de salida se abre y el nivel de agua se vacía. En el caso del animal este nivel de agua o sea esta presión sube cuando tiene apetito o se siente amenazado. Al atacar o defenderse suelta la tensión sobre el objeto que produce el estímulo y se libera de ella.

Si no hay objeto que produzca el estímulo, el animal (gatitos, por ejemplo) explota de energía listo para jugar. No es de sorprender que se lance sobre su sombra o corree en círculos tras de su propia cola, ante la ausencia de un estímulo real exterior.

Sin embargo, este comportamiento agresivo innato puede ser redirigido o desplazado. En el caso de dos gallos frente a frente, hay ocasiones que uno de ellos en vez de picotear a su rival, picotea el piso. La agresividad como advertencia y no provocación encuentra salida, redirigida hacia otro objeto: el piso, en vez del rival.

Dos gatos, por ejemplo, están a punto de pelear y uno de ellos empieza a lamer su pelambre. Lo que hace es desplazar su comportamiento al sentir un conflicto entre dos estímulos: la agresión y el miedo. Ambos estímulos se cancelan y ocurre un comportamiento irrelevante en ese momento: lamerse el pelambre.

Lo mismo le sucede a la gente en casos de pánico: desplazan el peligro al negarlo, siguiendo la rutina como si nada ocurriese o redirigen su agresividad al romper platos para evitar pegarle al amigo o familiar.

Existen cuatro tipos básicos de agresión: jerárquica (para establecer predominio), competitiva (territorial, alimenticia, amorosa), protectora (para defensa propia, de la manada o las crías) y depredadora (supervivencia).

Lorenz afirma que el ser humano es el único en matar intra-especie, o sea, miembros de su propia especie y culpa a las armas de producir dichas muertes. Las armas -apunta-- son herramientas que hacen posible la rápida y eficiente eliminación del contrario. Si los hombres pelearan entre ellos sin armas, pocos morirían pues carecemos de garras afiladas y colmillos depredadores como los carnívoros. Es difícil matar a alguien solamente con las manos.

Los mamíferos con garras han desarrollado un poderoso sistema inhibitorio que les impide matar a su propia especie. El lobo, por ejemplo, al perder la pelea con su rival, le ofrece el cuello en señal de derrota y el vencedor -pudiendo aniquilarlo de un mordisco- lo suelta y se aleja.

En el ser humano, dichos mecanismos inhibitorios no se desarrollaron pues con un físico tan inofensivo no era necesario crear ningún contrapeso. Empero, el invento artificial de las armas, ajenas a nuestra naturaleza, nos dan un poder de aniquilación incontrolable y sin precedentes.

Según Lorenz, esta es la mortal combinación: somos una paloma con pico de halcón. La culpa de las horrendas matanzas intra-especie la tienen, por lo tanto, las armas: un palo, una piedra, una flecha, un rifle, una metralleta, una bomba atómica.

En el otro extremo del espectro, tenemos la perspectiva opuesta. La creencia de que la agresión es un comportamiento aprendido a base de recompensa y castigo. Este punto de vista basado en el condicionamiento asevera que la agresividad no es innata sino

aprendida. El hombre y el animal recurrirán al comportamiento que más recompense sus necesidades y deseos.

Asimismo, esa conducta es mera imitación (el padre pega al hijo y éste a su descendencia) pues se transforma en valor cultural: el machismo, donde el comportamiento violento es visto como virtud y provoca admiración, miedo o respeto.

Los psicólogos que creen (al igual que el "padre del conductismo" el doctor B. F. Skinner) en el condicionamiento a ultranza, saben que la violencia mostrada en las pantallas de televisión no actúa como una catarsis sino como un aprendizaje y, por lo tanto, la exposición a la violencia aumenta la agresividad del hombre, en vez de reducirla, pues no es innata sino aprendida.

Así, los medios masivos de comunicación son los que provocan la violencia de la sociedad a través de películas que sirven como modelos.

En la lucha armada, por ejemplo, para los guerrilleros no existen víctimas pues todos somos responsables de mantener, aunque sea por obediencia, el injusto 'status quo'. La lógica del combatiente es: "nosotros nos defendemos de la violencia inherente en un sistema que no nos beneficia y como el sistema con su iniquidad es el que empezó la violencia, a nosotros no nos quedó más alternativa que combatirla".

Todos somos criminales potenciales, no por nuestros actos sino porque el régimen puede convertirnos en malhechores en cualquier momento. Y ahí es donde entran en escena los medios masivos de comunicación al convertir a un bando en héroes y al otro en villanos. En el primer grupo se justifica el uso de la violencia como defensa; en el otro se presenta como agresión.

El intelectual francés Laurent Tailhade dijo en 1893: "Qué importan las víctimas si el gesto es bello." Ese razonamiento fue el del sub-comandante Marcos y el de la prensa internacional durante la toma de San Cristóbal de las Casas, Chiapas, en México, el primero de enero de 1994.

"Hay que destruir para salvar, hay que hacer la guerra para alcanzar la paz." Son los mitos modernos que repiten incesantemente los medios masivos de comunicación hasta convertirlos en realidad...

¿Por qué en los regímenes totalitarios no existe el crimen? Porque el Estado posee el monopolio de la violencia. En nuestro país ese fuero lo mantuvo el PRI hasta hace poco.

En Estados Unidos, la criminalidad es incontrolable pues los civiles en conjunto poseen más armas que el mismísimo ejército norteamericano.

Si un cubano secuestra un avión para huir a Miami es un héroe, un luchador por la libertad, una víctima más del tirano de Fidel Castro, pero si lo hace para liberar a sus compañeros presos, es un terrorista. No se castiga la violencia ni el asesinato en sí, sino la finalidad del homicidio.

Los criminales no temen el castigo, la cárcel, perder una pierna o la vida, sino su imagen. Tampoco los espanta el peligro, por el contrario, son adictos a la adrenalina que éste produce. Lo que en verdad aborrecen es el ridículo. Ven las alternativas de la violencia como imperdonable debilidad. Ser violentos para ellos es una virtud. La violencia es un lenguaje internacional rodeado de glamour que invita a la imitación.

En ocasiones, cuando la violencia toca a nuestra puerta; cuando las víctimas son amigos y familiares, las noticias de los medios masivos de comunicación se pueden medir con la realidad, alérgica al mito. No obstante, en la gran mayoría de los casos el mito prevalece.

De la misma manera que los medios masivos de comunicación subliman la violencia --quizás por el interés de vender armas, la industria más remunerativa que existe-- también fabrican necesidades falsas cuya finalidad es convertir el consumo en la última meta del ser, ilustrado en forma humorística por la escritora Guadalupe Loaeza en su libro *Compro, luego existo*, remedando el célebre silogismo de Descartes, aplicado a la "filosofía hegemónica de mercado" del siglo XXI.

Y no es para menos, pues aquellos que vean cuatro horas de televisión diarias también se exponen a 120 comerciales y anualmente a 43,000. Los programas de televisión son el instrumento para bombardearnos la publicidad que es la constante a toda hora. El sesenta y ochenta por ciento del espacio de algunos periódicos y más del treinta por ciento del tiempo televisivo está destinado a los anuncios.

Asimismo, como ya mencioné antes, existen no sólo encuestas sobre la opinión pública, sino opiniones sobre la opinión pública. En vez de democracia estamos adentrándonos en la "encuestocracia". Lo que piensa la gente es una cosa; lo que se publica de lo que piensa la gente puede ser algo diferente. Más que manipular las opiniones, los medios masivos de comunicación tienen el poder de maquillar visiblemente dicha opinión: crear la imagen, según su punto de vista.

Esto fue evidente en la cobertura que se le dio a la guerra de Vietnam, por mencionar una. ¡Cómo se cubrió en un principio comparado con los últimos años del sanguinario conflicto bélico! Parecía que se trataba de dos conflagraciones diferentes. Al inicio todo era beneplácito. Un lustro después, esa aprobación se convirtió en álgida crítica. Luego en protesta y, por último, en confrontación.

Durante años hubo matanzas en Vietnam y los estadounidenses sólo se enteraron de la de My Lai como de un hecho aislado y no típico de la guerra. Tampoco mencionaron los medios de comunicación nada referente al nocivo químico desfoliador llamado "agente naranja" --utilizado para deshojar la tupida selva asiática-- hasta que, años más tarde, ese producto afectó la salud de los propios excombatientes norteamericanos que estuvieron en contacto con él.

Hay varias técnicas para desacreditar una protesta al convertir a los manifestantes en locos, extremistas, fanáticos, peligrosos e ignorar el motivo de dicha demanda. Las marchas en la Ciudad de México son un buen ejemplo: el diario *La Jornada* las califica de exitosas, mientras que el periódico *El Reforma* se refiere a las mismas desde la perspectiva del caos vial que provocaron.

Otro ejemplo es la leyenda de Francisco Villa. Doroteo Arango es obra del periodista estadounidense John Reed al servicio del cónsul gringo George Carothers, a quien Villa a su vez hizo rico.

Es sabido que en 1914, el así apodado Centauro del Norte, quien consideraba al cine como el mejor medio para hacerse propaganda, aplazó el ataque final de Ojinaga para ir a Ciudad Juárez a firmar, el 3 de enero, un contrato con la Mutual Film Company. Recibió veinticinco mil dólares para que la Mutual retratara sus batallas en exclusiva y exhibiera sus películas... El contrato exigía que Villa fuera vencedor y, a su vez, el debía simular contiendas en caso que los operadores no logran captar escenas de violencia.

Debido a que la primera película de la toma de Ojinaga resultó fallida desde el punto de vista técnico, la toma de Torreón tendría que salir de lo mejor. Fue entonces cuando a Villa se le ocurrió mandar uniformar a sus tropas para borrar la imagen de guerrillas improvisadas. De esta manera nació su escolta personal, los célebres "Dorados".

Se exigió también que se comprometiera a pelear únicamente de día para evitar la oscuridad. Villa llegó a Torreón agregando a uno de los trenes los vagones de la prensa y el cine. La lucha en Torreón fue encarnizada. Villa cumplió su palabra de efectuar batallas sólo de día. Los camarógrafos captaron así, por vez primera, los horrores de la guerra.

Sin embargo, después de once días de sangrientos enfrentamientos, Villa se olvidó de su contrato con la Mutual en cuanto se dio cuenta de que la victoria podía convertirse en derrota. Atacó las veinticuatro horas y estableció la censura...

También Obregón y Carranza tuvieron a su lado camarógrafos norteamericanos, pero exclusivamente para noticieros. Jamás con la elaboración de Doroteo Arango.

La filmación de los combates de la Revolución Mexicana ilustra la premisa de la oferta de violencia pues, en aquella época, los ciudadanos nunca antes habían visto escenas bélicas filmadas, por lo tanto, no podía existir demanda.

En la Ciudad de México se cometen cerca de tres mil delitos por cada cien mil habitantes, mientras que en Nueva York son nueve mil, en Miami trece mil y en París un sorprendente veintitrés mil. El año en que el D.F. tuvo el más alto índice de delincuencia fue 1995 cuando ascendió a un treinta y siete por ciento.

Lo que prevalece en México, sin embargo, es la impunidad. De cada mil delitos se presentan ante el juez 37 personas agraviadas, o sea, casi el cuatro por ciento. En contraste con Argentina y EUA que tienen una aprehensión del veinticinco por ciento, Brasil del dieciocho, los países escandinavos del cincuenta por ciento, mientras que Japón se lleva las palmas con un setenta por ciento de arrestos. (*Criminalidad y Mal Gobierno*, Rafael Ruiz Harrell, 1998).

Si las estadísticas son engañosas y manipulables en tiempos de paz, durante los conflictos bélicos son dolosas.

Sabido es que la primera baja en una guerra es siempre "la verdad". En palabras del ex-primer ministro británico Winston Churchill : "La verdad, a veces, es tan valiosa que debe ir acompañada por un guardaespaldas de mentiras..."

En el Cono Sur, a Augusto Pinochet lo describían como el gobierno chileno; mientras que al electo gobierno de Salvador Allende como el régimen de Allende.

Después de más de una década de dictadura pinochetista y miles de personas desaparecidas, los medios masivos de comunicación, al hablar de Chile, sólo aludían al orden en las calles y al crecimiento económico sin precedentes de la industria. Se omitió por completo toda información sobre torturas, asesinatos en masa y escuadrones de la muerte. En caso de que se les mencionara, se minimizaba el horror al presentarlos como una especie de "mal necesario de la civilización".

El lenguaje bélico que utilizan los soldados y que tergiversa la información es copiado fielmente por la prensa. Una zona "pacificada", por ejemplo, es una zona devastada donde se respira "la paz de los sepulcros". Las áreas ocupadas por las tropas amigas son "territorios liberados". Trillada frase, explotada al hartazgo, en las invasiones de Panamá, Granada y Yugoslavia, entre otras.

"Panamá: Operación Causa Justa" dejó a más de seis mil panameños muertos y miles más sin hogar.

El satélite que nos puede volar en pedazos a todos en la nueva guerra galáctica se llama "Mantenedor de la paz..."

Y así se pueden enumerar cientos de expresiones que conforman el engañoso lenguaje de los medios masivos de comunicación cuya finalidad es desinformar para manipular, al antojo del régimen en turno, la opinión pública sobre la violencia como una necesidad básica de la convivencia intra-especie.

Como copia calca de lo que ahora sucede con el mandatario George Bush, la misma estrategia fue utilizada después de la Segunda Guerra Mundial por el presidente Harry S. Truman. Creó una atmósfera ficticia de crisis y de expansionismo soviético para justificar las fábricas de armas, frenar derechos obreros, reprimir posibles huelgas y acabar así con los disconformes. En el caso de Bush, después de las elecciones más fraudulentas del país vecino, la disidencia alcanzó los niveles más alto de la historia norteamericana, pues más de la mitad de la población no estaba de acuerdo con su ascenso al poder que fue decidido por sólo media docena de jueces quienes, a su vez, no son elegidos sino designados.

Al igual que su homólogo del siglo XXI, la doctrina Truman defendía al mundo libre de los comunistas. Ahora Bush lo resguarda de los fanáticos islámicos y de todo aquel que se oponga al libre comercio como sola razón de nuestra existencia.

Es la misma táctica: el uso racional de símbolos irracionales.

El enemigo es el culpable, no el sistema.

También se proyecta la idea de que si a nosotros nos va mal, al supuesto enemigo le va peor.

Las campañas de desinformación tienen como finalidad crear un clima de alarma, de amenaza para justificar políticas de gastos militares, intervención y represión interna.

La verdad detrás de las mentiras se descubre hasta décadas después y, a veces, nunca.

En 1981, cuando comenzó en Polonia el movimiento del sindicato Solidaridad, encabezado por Lech Walesa, el partido comunista impuso ley marcial en el país, arrestó a Walesa y mató a una decena de personas.

Los medios masivos de comunicación hicieron un escándalo que llevó a la liberación del líder obrero y, dos años más tarde, a su nominación para el Premio Nobel de la Paz.

No obstante, ese mismo día de 1981, la noticia de que el gobierno turco en un acto de represión masiva arrestó a cien mil personas y ejecutó a cinco mil pasó inadvertida.

Sencillamente, la prensa cómplice guardó silencio pues el régimen turco era amigo del entonces mandatario norteamericano Ronald Reagan y, sobre todo, no se trataba de un gobierno comunista, el villano favorito del ex-actor californiano.

Como podemos comprobar, la manipulación esta implícita no sólo en la presentación sino en la selección misma de las noticias. El encabezado --telegráfico editorial-- es la clave pues debe aparentar objetividad. En ocasiones, balancear la información dando dos puntos de vista no es suficiente porque dos enfoques no son todos los enfoques.

En la mayoría de los casos, los verdaderos intereses detrás de los acontecimientos son omitidos o disfrazados en los medios...

Y la historia siempre se repite...

En los sesenta, en vez de llamar a los que se oponían a la guerra de Vietnam "movimiento por la paz", lo titularon "disturbios civiles de los sesenta". En el caso más reciente del Ejército Zapatista se reproduce idéntica la manipulación: sus "peticiones"

se convierten en el lenguaje oficial de los medios en "demandas" y el gobierno hace "ofertas".

Lenguaje amañado que intenta maquillar la realidad.

Recordemos la matanza de Acteal:

En un principio, el gobierno chiapaneco intentó desvirtuar los sucesos a través de una campaña de "medios", donde las víctimas fueron presentadas como figuras desafortunadas en una tragedia ordenada por "Dios" o el destino. Nunca los gobernantes. Al fracasar en esa tentativa, alteró las evidencias: inventó muertes con arma blanca y destripamiento de mujeres encinta para fortalecer la cómoda hipótesis de venganzas entre indígenas "primitivos".

Felizmente, en esa ocasión, los servicios periciales de la Procuraduría General de la República (PGR) determinaron que los cuarenta y tres occisos fueron baleados y dos habían muerto a golpes.

En el caso de la matanza de Aguas Blancas en Guerrero, el manejo de la información fue inédito al dejar varias preguntas sin contestación: ¿por qué se permitió la transmisión de esa masacre y no de otras? ¿Quién la filmó y la proporcionó? ¿Fue esa grabación televisada una sorpresa para los directivos de Televisa y una decisión aislada de Alejandro Burillo y Ricardo Rocha? ¿Consultaron con la Secretaría de Gobernación? ¿Fue, acaso, esa secretaría la que dio el visto bueno? ¿Quién o quiénes deseaban terminar con el nefasto caciquismo de Rubén Figueroa?

¡Cuántas interrogantes sin respuesta!

Sin embargo, por primera vez en la historia de México, los medios masivos de comunicación derrocaron a un gobernador.

Otra técnica manipuladora consiste en neutralizar la información, convertida en una realidad gris sin atractivo alguno. Eso ocurrió con la invasión de Granada, Panamá, el bombardeo a Yugoslavia y, hasta cierto punto, el de Afganistán. En contraste con la publicitada Guerra del Golfo o el increíble derribo de las Torres Gemelas en Nueva York.

La Casa Blanca y luego Los Pinos determinan lo que la prensa cubrirá y cómo. Para ilustrar la afirmación, echemos un vistazo a las cifras:

Durante la administración del presidente norteamericano Richard Nixon, el Pentágono gastó ochenta millones de dólares para diseminar información sobre su punto de vista del mundo. Contrató a cerca de tres mil personas para relaciones públicas y filtraciones de prensa.

La CIA, a su vez, es dueña del servicio de noticias más grande del planeta con un presupuesto mayor que todos los servicios informativos juntos: es propietaria de alrededor de doscientos servicios de noticias, periódicos, revistas y editoriales. Eso da una idea del enorme control que ejercen los servicios secretos de seguridad sobre los medios masivos de comunicación.

Asimismo, habrá quienes argumenten que la fascinación de los medios con la violencia puede verse como la prensa en desempeño de su labor: aprovechar el tema sensacionalista que es la vileza para subir el codiciado "rating".

En la pantalla chica, los razonamientos no atraen la atención del televidente. Una sesión de dos horas de la Cámara de Diputados es aburrida en televisión, en comparación a la acción de un conflicto bélico con bombas y gente matándose. Eso es más llamativo, es decir, vendible.

La violencia sirve varios propósitos y esto es obvio desde el once de septiembre.

Los medios masivos de comunicación, más que los acontecimientos mismos, laboran sutilmente para el gobierno al crear la idea de inseguridad, de amenaza pública. Eso le resta poder a la ciudadanía que por miedo se lo cede al Estado. Luego, se cancela la imagen de inseguridad para volverla a resucitar cuando haga falta (es decir, cuando el gobierno se sienta débil o vulnerable o necesite distraer a la población) como un asunto nuevo y sensacional, en perfecta orquestación con los discursos oficiales.

La idea es clamar y legitimar el uso de la violencia al grado de convertirla en realidad, cuando es inexistente.

Pese al sombrío escenario que describo, hay esperanza pues en ocasiones la violencia provocada se sale de la manos de sus propios protagonistas, quienes pierden el control. Las aguas se revuelven tanto que llegan a beneficiar a terceros imprevistos. Eso sucedió en la Segunda Guerra Mundial, en la Independencia de India, en la Revolución China, en la guerra de Vietnam, en Chiapas con el Ejército Zapatista, en Venezuela con Hugo Chávez...

Siempre se sabe como comienza una guerra, pero nunca cómo va a terminar.

Por fortuna, existe escape de esa maquinaria de control mental que son los medios masivos de comunicación, pues junto con la aparente estabilidad institucional nace su opuesto: el fermento popular.

Con la manipulación de unos cuantos también crece el escepticismo de las mayorías y frente a la coerción del gobierno se planta la resistencia de masas, como sucedió con el reciente y fallido golpe de Estado en Venezuela.

La prensa no puede ignorar por completo las realidades que afectan a millones de ciudadanos cotidianamente y esperar ganarse la confianza del público.

Al igual que la gente, los medios masivos de comunicación se resisten a la manipulación total.

La realidad, de repente, se cuele por debajo del maquillaje y convence más a las masas que la propaganda o el clima tendencioso que se quiera crear...

Milagrosamente aún sobrevive eso que llamamos "espíritu humano".

Referencias:

- CHOMSKY, NOAM; Dieterich, Heinz, *Los vencedores*, Joaquín Mortiz, México, 1996.
DE LOS REYES, AURELIO, *Cine y sociedad en México (1896 a 1930)*, UNAM-Cineteca, México, 1981.
GONZÁLEZ, MAURICIO, *La última llamada*, Edamex, México, 1981.
HACKER, FREDERICK J., *Crusaders, criminals and crazies*, Norton, USA, 1976.
Mc LUHAN, MASHALL, *The medium is the message*, Penguin books, UK, 1967.
MEYSSAN THIERRY, *La terrible impostura*, El Ateneo, Buenos Aires, 2002.
MUSSEN, PAUL; Rosenzweig, Mark R., *Psychology. An introduction*, D.C.. heath and company, USA, 1977.
RUIZ HARREL, RAFAEL, *Criminalidad y mal gobierno*, Sansores & Aljure, México, 1998.
SCHILLER, HERBERT I., *The mind managers*, Beacon press Boston, USA, 1974.

Graciela Barabino

Reportera de las revistas Contenido y Actual

