

Chasqui

Revista Latinoamericana de Comunicación



Comunicación y migración

En esta edición

Tema central

Comunicación y migración

 **4** A dimensão comunicacional como recorte metodológico para o estudo das migrações
Pedro Russi
Delia Dutra

 **13** El rol de los medios en los procesos de estratificación social en el contexto migratorio. Espacios mediáticos y consumos culturales
Jéssica Retis

 **23** Haitianos no Brasil: comunicação e interação em redes migratórias transnacionais
Denise Cogo

 **33** Recepção midiática na construção de imaginários do Brasil como país de migração
Liliane Dutra Brignol

 **43** Cinema, identidade e memória. A produção da alteridade migratória na cinematografia espanhola desde la aldea maldita, 1930 a princesas, 2005
Rafael Tassi Teixeira



 **51** Construyendo una esfera pública multiétnica: El aporte de los medios latinoamericanos en Alemania
Patricia Carolina Saucedo Añez





Ensayo

  **60**

Tiempos de hibridación.
Espectacularización y politización
en el espacio blográfico
Saleta de Salvador Agra

  **67**

Dinámicas de identidad y
representación en la cultura
gamer ecuatoriana
Ricardo Rosales Peralta

  **76**

Los jóvenes de contextos rurales
y su relación con las TIC en San
Luis, Argentina. Aproximaciones
a las prácticas y tensiones en el
proceso de apropiación.
María Elisa Fornasari

  **84**

Memoria y narración en el
periodismo: Sobre algunas
dimensiones teóricas y
metodológicas allí implicadas
Carlos Alberto Carvalho

Visual

  **91**

Postales Imaginadas de Quito
Santiago Ron

Reseñas

  **93**

Terrorismo Mediático: la
construcción social del miedo en
México
Anabel Castillo

  **96**

Monarquía, consenso y
democracia.
Ciudadanía comunicativa
y prácticas mediáticas de
migrantes latinoamericanos
Iván Rodrigo Mendizábal

Chasqui es un espacio para el desarrollo y difusión del pensamiento crítico en torno a la relación comunicación, cultura y política en el ámbito latinoamericano. Participan académicos, escritores, periodistas, artistas y otros pensadores unidos por la necesidad común de proponer, desde la comunicación, ideas impugnadoras al pensamiento dominante y al poder.

Terrorismo Mediático: la construcción social del miedo en México¹

Es un hecho que la inseguridad en el contexto urbano hace parte de los imaginarios sociales de los países de América Latina. De ahí que existan muchos estudios que analizan el nivel de influencia que los contenidos de los medios que se difunden en materia de seguridad tienen en los imaginarios colectivos y en las formas de definir y pensar el mundo.

La mayor parte de los estudios coincide en que la representación que los medios hacen de hechos relacionados con el tema de seguridad ciudadana incide profundamente en la construcción de una percepción de inseguridad en la población. Existe, sin lugar a dudas, una sobrerrepresentación de cierto tipo de información que incide en el imaginario de los ciudadanos, infundiéndolo y profundizando los temores de la población.

El tema no es que exista un aumento en el número de noticias sobre seguridad o sobre delitos, si no que su cobertura aumenta en énfasis y relevancia, dándole prácticamente categoría de espectáculo, principalmente debido a que la difusión de noticias sobre violencia se articula más que nada a una lógica comercial con la que operan la gran mayoría de los medios de comunicación.

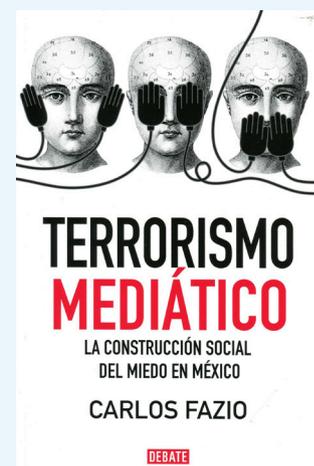
Es claro que los medios encuentran en los relatos sobre inseguridad un buen *cuento mediático* que no solo refiere

hechos, si no que genera impacto en la audiencia y logra filtrarse en las narraciones cotidianas de la gente. Ahí es donde se crean lugares de representación y figuración, pues la información que divulgan pasa a formar parte del imaginario colectivo. Esta inseguridad tiene un importante componente subjetivo, basado en percepciones sociales distorsionadas o sobredimensionadas.

Puesto que en el espacio mediático circulan tanto los relatos sobre la delincuencia como debates sobre políticas públicas, estos se vuelven agentes de propagación de relatos sobre inseguridad que circulan entre la gente y se vuelven, a la larga, parte de un consenso social, reproduciendo y difundiendo ideologías a través de un discurso que cumple un importante papel en la construcción de imaginarios colectivos.

En América Latina, la seguridad ciudadana es una de las preocupaciones de mayor impacto en las políticas públicas. Más aún, cuando existe un relato desde los medios de comunicación que apoya las construcciones sociales del miedo y la inseguridad a través de un discurso que resulta alarmista y espectacularizante.

La obra que presentaremos esta noche, *Terrorismo Mediático: la construcción social del miedo en México*, de Carlos Fazio, trata precisamente el tema de



Terrorismo Mediático: la construcción social del miedo en México
Carlos Fazio (2013)
ISBN: 978-607-311-410-3
429 páginas

¹ Publicado en Checa Montúfar, Fernando (coord.) (2014) *Economía política de la información: hegemonías y resistencias*. Quito: Editorial Quipus.

las estrategias que emplean los medios para manipular la opinión pública desde la construcción del medio, siempre guiados por los intereses del poder político y económico, que impone agendas y propone líneas de opinión cuyo único propósito es generar percepciones encaminadas a provocar en el público una conducta determinada por esos intereses.

El autor analiza un periodo crítico de la historia política de México en los últimos años (2006-2011), haciendo un recorrido que inicia con el análisis del discurso de la prensa norteamericana luego del ataque del 11 de septiembre a las torres gemelas, pasando luego al golpismo mediático suscitado por el asesinato de un conductor de televisión, el manejo de la información sobre la huelga de la UNAM, el intento por desaforar al líder nacional de la izquierda o los sucesos de 2006 en Oaxaca y Atenco, hasta llegar a la militarización del país bajo la bandera de la lucha contra el crimen organizado. Todo esto haciendo una revisión profunda de la plataforma mediática que generó un proceso de construcción social del miedo como soporte para apoyar las decisiones del poder, poniendo al monopolio mediático de Televisa en el centro de una dictadura guiada por el rating y la anuencia a las prácticas del poder político.

La comunicación es, sin lugar a dudas, un sector estratégico de la sociedad, un sector que se encuentra concentrado de forma desigual en pequeños grupos de poder, quienes tienen en sus manos la capacidad para definir la realidad. "Lord Nordcliffe, dueño de uno de los consorcios más poderosos de periódicos de principios del siglo XX, lo explicaba así: "Dios enseñó a los hombres la lectura para que yo pueda decirles a quién deben amar, a quién deben odiar y lo que deben pensar."²

El manejo de la información como herramienta de manipulación no es una práctica nueva: se ha usado por años para reescribir los hechos desde la versión de quienes ostentan el poder. Bajo esa perspectiva lo que se busca es generar noticias que provoquen, que conduzcan y guíen la opinión de la población.

El autor empieza analizando el caso del 11-S como un claro ejemplo del uso político de los medios para promover una campaña que justificara la incursión de Estados Unidos en Irak, basada en un

informe que luego fue señalado como falso, pero del que en su momento los medios sacaron todo el jugo posible siguiendo el juego del gobierno. Los pocos periodistas que buscaron publicar la verdad fueron perseguidos o encarcelados.

Así se explica la afirmación retomada por el autor: una mentira dicha muchas veces se convierte en verdad. Los medios narran noticias resaltando unos hechos y dejando otros ocultos, excluyendo cifras, nombres, detalles... bajo esto hay una intencionalidad muy clara que busca generar una opinión pública favorable a ciertos lineamientos e intereses políticos y económicos.

Tanto en el caso de Estados Unidos como en el de México, los medios cumplieron un papel de difusores del miedo, esparciendo noticias sobre posibles ataques que por algún tiempo generaron un ambiente de histeria en la población, manipulando las noticias en función de objetivos que buscaban afianzar posiciones de poder en la sociedad.

Desde Estados Unidos se creó la imagen del terrorismo como mal necesario de erradicar de toda sociedad. Los medios colaboraron en el apoyo de una construcción del miedo que otorgó poderes al Estado para tomar decisiones radicales que garantizarán la seguridad de los ciudadanos. En México, la guerra contra el terrorismo se extrapoló a las maras y a las pandillas como tema de seguridad nacional.

Así, más que información lo que existió fue una propaganda encaminada a influenciar la conducta de los ciudadanos y a justificar las ulteriores acciones del gobierno. Y es aquí donde entra en juego también la construcción de representaciones sobre el "otro", imaginarios que se anclan fuertemente en el subconsciente de la población fortaleciendo los prejuicios y la formación de estereotipos negativos; en Centroamérica el caso es claro con el tema de las Maras: todo aquel que lleva un tatuaje es considerado delincuente por asociación.

Así, se fue creando el escenario propicio para la formación de brigadas y patrullas comunitarias, que causan tanto o más daño que la delincuencia común o las pandillas, generando un círculo vicioso que el Estado aprovechó para promover políticas sobre seguridad ciudadana y políticas de seguridad interna y antiterroristas que le

² <http://www.rebelion.org/noticia.php?id=66104>

permitieran mantener un mayor control sobre la población y convertir a todo opositor al presidente en el enemigo de la nación.

Los medios masivos en general, y Televisa en particular, promovieron la generación de escándalos mediáticos a partir de sucesos a los que los medios “sacaron jugo” para generar audiencias y promover visiones de los hechos ampliamente parcializadas y que dejaban de lado información relevante, pero que resultaba no importante para sus propósitos.

Lo que el autor denomina “propaganda negra” creó héroes y villanos, destruyó reputaciones, elevó y hundió individuos, todo en favor de la audiencia o de los intereses políticos que en ese momento se manejaban, convirtiendo prácticamente en una tendencia la realización de campañas de acoso mediático que buscaban desprestigiar a un político, insistiendo con acciones agresivas que pretendían eliminar la competencia de una u otra forma.

El análisis que el autor hace de los hechos deja en claro que no se puede pensar que los medios son los únicos responsables de la percepción de inseguridad o del temor ciudadano, pero tampoco se puede negar que, como dispositivos simbólicos de la sociedad, los medios masivos reproducen y difunden información dentro de ciertos marcos referenciales que contribuyen a la generación de un discurso que sirve al poder.

La conclusión de la obra es clara: las noticias se presentan como hechos objetivos e imparciales, cuando en realidad se trata de fuentes exclusivas de información que se convierten luego en formas cerradas que imponen significados y tendencias. Existe un uso perverso del lenguaje que genera múltiples significados, pero todos guiados hacia la generación de una idea, de un objetivo que parece ser común, pero que está únicamente orientado a sostener el poder y sus prácticas.

**Anabel Castillo
CIESPAL**