



Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

Facultad de Derecho y Ciencias Sociales

Tesis

**Contenido antisocial. Análisis criminológico a la regulación de
la violencia mediática**

presentada por

Juan Raúl Cortes Palacios

como requisito para la obtención del título de

Licenciado en Criminología

Director de tesis

Dr. Erick Gómez Tagle López

H. Puebla de Zaragoza, Puebla, 2022

ÍNDICE

Introducción		1
Capítulo I	La importancia de la regulación mediática	
I.I	Alcance y conceptos iniciales	5
I.II	Medios de comunicación en México	8
I.III	Medios tradicionales y modernos	14
I.IV	La relación comunicaciones y violencia	19
I.V	Los efectos de la ineficiencia regulatoria	22
I.VI	Objetividad y profesionalismo en la regulación	27
Capítulo II	El manejo del contenido audiovisual	
II.I	Regulación y sus variantes	31
II.II	Marco normativo internacional: tratados, convenios y organizaciones	37
II.III	Normatividad nacional: leyes y reglamentos	44
II.IV	Organismos e instituciones	55
Capítulo III	Medios de comunicación y sociedad	
III.I	Teorías de los <i>mass media</i>	63
III.II	El uso de la telerrealidad	67
III.III	Involución a <i>homo videns</i>	75
III.IV	La metáfora del cuarto poder	80
III.V	La finalidad de la agenda <i>setting</i>	85
III.VI	Influencia mediática sobre la conducta	90
Capítulo IV	<i>Mass media</i> y conducta antisocial	
IV.I	Réplica de la conducta audiovisual negativa	93
IV.II	Desensibilización y legitimación de la violencia audiovisual	98
IV.III	<i>Mass media</i> como factor de riesgo	106
IV.IV	Niñez, adolescencia y violencia mediática	114
Capítulo V	Prevención audiovisual	
V.I	Criminología de los medios de comunicación	119
V.II	Violencia, cultura y ciencia audiovisual	123
V.III	Análisis criminológico al contenido mediático	129
V.IV	La importancia de la imagen y el discurso en la conducta	134

V.V	Principales problemas en el ejercicio de la regulación	139
V.VI	Conclusiones y consideraciones finales	142
	Referencias	147
	Anexos	155

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo, realizado para finalizar la licenciatura de Criminología bajo los requisitos de titulación de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, se denomina: *Contenido antisocial. Análisis criminológico a la regulación de la violencia mediática*. El objetivo general de la investigación es determinar la existencia, función y aplicación actual de la regulación del contenido mediático en México, con la finalidad de mejorar las deficiencias y prevenir los posibles efectos negativos en las audiencias, analizando desde la creación del contenido y sus involucrados hasta los diferentes tipos de audiencias o receptores y sus efectos diversos. Asimismo, se presenta la siguiente hipótesis: la regulación de contenido audiovisual, elaborada y aplicada de manera deficiente, propicia el fácil acceso a la violencia mediática, dejando a los espectadores en una situación de vulnerabilidad ante los efectos facilitadores de conductas antisociales.

Los medios de comunicación juegan un papel fundamental e indispensable dentro de la sociedad moderna, con sus diversos espacios y modalidades, ya sean visuales, escritas o auditivas, audiovisuales en conjunto, buscan múltiples finalidades, informar y entretener principalmente. En los últimos años hemos visto una creciente popularidad del contenido audiovisual, el alcance poblacional del material mediático aumenta con el paso del tiempo gracias a las mejoras tecnológicas, la globalización y la digitalización. Dichos avances generan no sólo un mayor acceso de las personas al contenido, sino también un mayor tiempo invertido en la creación y consumo de contenido, por lo cual debemos prestar atención a los diversos efectos, positivos y negativos (principalmente estos últimos) de los medios de comunicación sobre la población. En la investigación se recopilan los diversos efectos mediáticos para fundamentar la necesidad e importancia de la regulación a nivel nacional, pero puntualizando en la diferenciación de los medios y de una regulación específica para cada uno.

Desde el siglo pasado autores como George Gerbner, Elisabeth Noelle-Neumann, Giovanni Sartori, entre otros, buscaron relacionar el contenido mediático con diversos fenómenos sociales, individuales y colectivos, los cuales representaron efectos variados en aspectos políticos y psicológicos o de comportamiento, en este sentido al decir que incrementa el tiempo de consumo y el alcance diríamos que también incrementan los efectos mediáticos. El contenido es numeroso, es imposible que una persona pueda ver, leer y escuchar todo lo existente hasta la fecha, por lo que se clasifica de diversas maneras para que cada individuo elija de acuerdo a sus gustos y preferencias, no obstante, dichas clasificaciones pueden no ser totalmente eficaces, principalmente cuando hablamos de contenido violento o para mayores de edad, es decir, aquél con un lenguaje

inadecuado, vulgar o soez, así como explícito de conductas sexuales o ilegales, que pueden dañar la susceptibilidad de niñas, niños y adolescentes.

La tesis fue dividida en cinco capítulos, a lo largo de los cuales se busca dar sustento a la hipótesis antes mencionada, mientras se le da seguimiento a los objetivos específicos de la investigación distribuidos a lo largo de dichos capítulos, con una metodología hipotético-deductiva, siguiendo a Pérez, Pérez y Seca (2020) quienes mencionan que toma conceptos de los razonamientos deductivo e inductivo, constando con cuatro etapas: la observación del fenómeno, siendo la ineficiencia en la regulación del contenido violento en los medios de comunicación como un posible factor en la creación de conductas antisociales; la formulación de una hipótesis, mencionada anteriormente; la deducción, en donde se realizan las conjeturas pertinentes del fenómeno con relación a la hipótesis, en nuestro caso el análisis de teorías y ejemplos; y por último, la prueba o validación, la cual se presenta en el último apartado de la investigación a través de las conclusiones. Esta metodología nos permite un análisis extenso de la regulación audiovisual actual de los medios de comunicación en nuestro país con relación a diversas circunstancias antisociales como un punto importante dentro de la investigación criminológica, a través de la recolección de datos estadísticos, teorías de diversas ciencias relacionadas con el material audiovisual y ejemplos diversos de los efectos mediáticos documentados a lo largo de los últimos años.

Como se mencionó en el párrafo anterior, los objetivos específicos se encuentran distribuidos en el contenido de los cinco capítulos de la investigación, exceptuando el primero, pues dentro de este se realiza un breve repaso histórico y conceptual de los medios de comunicación en el ámbito mexicano, estableciendo el por qué resulta importante la temática, los principales conceptos y efectos sociales generados por el contenido mediático. Se presentan de manera breve las premisas de los capítulos posteriores, es decir, algunas teorías, ejemplos de los efectos mediáticos en las audiencias, el planteamiento de la regulación, su importancia y una breve mención de la normativa e instituciones nacionales, de igual manera se plantean una serie de cuestionamientos, preguntas de investigación, a lo largo del capítulo, los cuales servirán como guía de los posteriores, que buscarán darles respuesta.

El capítulo dos los objetivos específicos encontrados serán: describir el proceso de categorización audiovisual que realizan los medios, analizar las leyes, reglamentos, organizaciones e instituciones en materia de comunicaciones audiovisuales con el propósito de encontrar fallas y avances relacionadas a la regulación en los últimos 10 años y comprender cómo ha evolucionado el análisis de contenido y su difusión en México. Nos cuestionamos ¿por qué se permite la difusión y aumento del contenido violento en relación con otro tipo de temáticas? Se realiza una revisión a la normatividad en la cual se establecen los lineamientos para la difusión y manejo de contenido mediático, analizando los conceptos que mencionan las diversas leyes federales en la materia, el establecimiento de la regulación, correulación y censura, partiendo del contexto internacional con el cual observamos las medidas elegidas para tratar la temática en diversos países con

resultados positivos, siguiendo con la legislación nacional, en donde analizamos el manejo del contenido en los diferentes medios de comunicación, sus leyes, reglamentos y organismos o cámaras correspondientes, así como también hablamos de organismos no gubernamentales y extranjeros que trabajan la temática y cuya función radica en nuestro país, planteando de igual manera una regulación personal o individual fuera de toda normativa.

Como se mencionó anteriormente, un gran número de académicos se han interesado en los diversos efectos que los medios de comunicación provocan en las audiencias, en consiguiente, dentro del capítulo tres consideramos necesaria una revisión a las diversas teorías que permiten atender los objetivos específicos siguientes: investigar el propósito del contenido violento y su presencia mediática, identificar la existencia de algún tipo de presión que se ejerce sobre las instituciones mediáticas para la distribución del contenido y, con ello, determinar ¿cuál es la importancia social que tienen los diversos espacios mediáticos y como influyen en el actuar y pensar a nivel colectivo e individual? Aunque con un capítulo propio, las teorías son mencionadas de manera general para posteriormente puntualizar algunas de ellas, como la telerealidad, el cuarto poder, *homo videns* y la *agenda setting*, entre varias otras, puesto que existen un gran número de teorías provenientes de diversas ciencias y puntos de vista, de manera que abarcarlas todas haría demasiado extensa dicha sección. Dentro del análisis teórico veremos algunas de las implicaciones del uso correcto e indebido del contenido en esferas políticas, económicas y sociales, la participación del Estado, la manipulación, información y desinformación, así como el papel de las audiencias y de personas involucradas en la creación de contenido, especialmente reporteros.

Dentro del capítulo cuatro vemos a los medios de comunicación como un factor de riesgo, contemplando los objetivos: determinar la participación y aceptación de la sociedad en la difusión y consumo del material audiovisual con características violentas; examinar la influencia de los espacios audiovisuales y su representación de la violencia en la creación de ésta dentro de la sociedad y observar las condiciones políticas y sociales que colocan a los medios de comunicación como reproductores, representantes y posibles creadores de conductas antisociales. A través de diversos ejemplos y diversas circunstancias en las cuales el contenido termina con las audiencias realizando acciones antisociales, indebidas e incluso delictivas o criminales, abarcando incluso temáticas en las cuales el contenido no incluye violencia de algún tipo y, de igual manera, resaltamos la importancia del contenido para generar reacciones positivas, con la finalidad de incentivar un mayor consumo del contenido científico, cultural y pacífico.

En el capítulo final establecemos el papel de la Criminología dentro de todo lo anteriormente mencionado, determinamos qué tan necesario e importante resulta para los medios de comunicación la implementación de una regulación estructurada y quienes pueden colaborar en ello, identificamos la importancia de la Criminología en los procesos mediáticos, estableciendo la forma en que puede intervenir, su

participación dentro de los diversos medios, así como la imagen mostrada al público sobre ésta ciencia, la complicaciones para una inclusión inmediata en áreas mediáticas pues muchas veces los mismos medios intentan suplir o realizar sus actividades, sin embargo, carecen de conocimientos específicos. Consideramos el contraste del contenido violento con el cultural y científico, así como sus repercusiones; se presenta el modelo de análisis de contenido audiovisual que de manera completa permite ayudar a clasificar y regular el contenido, pues considera la importancia de sus componentes; asimismo cuestionamos sus partes de manera individual, visuales y auditivas, para determinar el punto de mayor interés al realizar el análisis, para finalmente realizar nuestros resultados, conclusiones, retos y expectativas de la investigación.

El estudio presentado es el resultado de un largo y cansado proceso. El confinamiento social y sus efectos ocasionados por la pandemia del Covid-19 durante un periodo de la redacción y recaudación de información terminaron por hacer todo un poco tedioso, no obstante, el interés en los diversos medios de comunicación y la forma en que reflejan la creciente violencia social permitieron continuar con el análisis. El interés que he tenido por la realidad, ficción, difusión de conocimiento y cultura, así como el imaginario de los medios de entretenimiento, combinados con la intención de disminuir la violencia que se presenta en los medios informativos, permitieron realizar esta investigación mediática que no únicamente pretende disminuir el factor de riesgo, sino también acrecentar el factor prosocial y darle mayor protagonismo a la cultura y la ciencia en los medios de comunicación.

Finalmente, agradezco al Doctor Erick Gómez Tagle López por su apoyo y conocimientos durante toda la investigación, a la Licenciada Karla Paola Hernández Pulido por las observaciones y revisiones de redacción y a mi madre, pues sin ella nada de esto sería posible.

CAPÍTULO I

LA REGULACIÓN MEDIÁTICA COMO PROBLEMÁTICA SOCIAL

Alcance y conceptos iniciales

La complicación del acceso a una vida libre de violencia en la sociedad mexicana, así como el acercamiento a las plataformas de información y comunicación han estado en aumento en los últimos años, por lo que la difusión y regulación de ciertos temas de carácter violento que pueda vulnerar a los espectadores y la forma en que se presentan en un espacio y duración determinada, se vuelven muy importantes, de tal manera que el uso o distribución inadecuado de éstos podría tener efectos negativos y propiciar conductas antisociales, por lo cual nos preguntamos: ¿cómo se regulan los medios de comunicación en México? ¿Cuál es su función y finalidad? Y ¿qué consecuencias trae consigo una adecuada e inadecuada ejecución? Si bien la regulación no suele ser parte del proceso creativo, el cual podríamos considerar de mayor relevancia, se lleva nuestro punto de enfoque por acreditar la responsabilidad de difusión de aquello que se ve o escucha como información y entretenimiento.

Los medios de comunicación forman parte importante en la vida de los individuos, ya que han creado una relación de retroalimentación y adaptación mutua difícil de evitar, en éstos se informa sobre los acontecimientos más importantes e interesantes de un determinado lugar, crean una conexión entre los espectadores, influye en la visión del mundo y puede ser utilizado como canal de aprendizaje, ya sea positivo o negativo, e incluso alterar la manera de actuar, vestir o pensar de acuerdo con lo percibido. Al ser tan indispensables se convierten en un factor al cual se le debe dar mucha atención, ya que las consecuencias que generan en la población pueden llegar a ser perjudiciales y ayudar a crear ideas erróneas sobre aquello que nos rodea y de lo que se nos presenta en el formato audiovisual en contraste con la realidad.

La situación de la sociedad actual se ha convertido en una con un gran número de violencia en los últimos años, siendo 2017 y 2018 aquéllos con los mayores índices, catalogados como “los más violentos de la historia” por varios medios impresos, principalmente por el aumento de homicidios, según las cifras de *Homicidios a nivel nacional, serie anual de 1990 a 2019* de INEGI¹, las cifras subieron drásticamente en los últimos años y se espera que se mantenga o siga subiendo en los años por venir, pero no es el único tipo de delito que vio un crecimiento en sus cifras, tenemos aquéllos dirigidos a las mujeres, como vemos en

¹https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/mortalidad/doc/defunciones_homicidio_2019_nota_tecnica.pdf (consultado: 16/06/2021).

las *Estadísticas a propósito del día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer*² en 2020, que muestran el aumento en feminicidios y violaciones.

Los espacios mediáticos se han visto influenciados por esta situación, ocasionando el declive de su carácter objetivo y disminuyendo la creación de relaciones sociales positivas, convirtiéndose a negativas, afectando así a todos con quienes entra en contacto el contenido, aunque de forma distinta a cada individuo. Las múltiples plataformas audiovisuales han llegado a cubrir los diversos actos antisociales, se normaliza el despertar y leer una nota roja, escuchar sobre un suceso trágico, ver una serie o película con un protagonista agresivo, situaciones que forman parte de tener un “día normal” y así obtener un tema en común para relacionarse con los demás. La capacidad de acceder a la programación se amplía cada día gracias al aumento de las TIC’s (Tecnologías de la Información y Comunicación), facilitando la capacidad de ver cualquier tipo de programa sin importar el horario o lugar, con ello la difusión de todo tipo de material tiene mayor amplitud y debido a esto los efectos pueden ser mayores.

Mencionado lo anterior nos preguntamos ¿cuál es el el propósito del contenido violento y su presencia mediática dentro de los *mass media*³ en México? Ya que consideramos que la difusión de dicho material, de manera poco o nada controlada, puede tener efectos negativos en los espectadores y ayudar a la creación de conductas antisociales. Ponemos en duda ¿cómo es el proceso de análisis y categorización del contenido? ¿Qué tan importante es una regulación estructurada y quiénes pueden colaborar? Partiendo de la importancia de su necesidad en la actualidad, podemos respondernos ¿cómo puede ayudar la Criminología a mejorar el sistema mexicano de telecomunicaciones? Para ello debemos tener en cuenta que los medios se encuentran en cambios constantes, por lo que la sociedad se adapta a los nuevos medios y éstos, a su vez, cambian para las nuevas generaciones, por ejemplo, con la llegada de internet se facilitó el acceso a todo tipo de material, ya sea una película, serie, noticiario, música, libros y más, sin importar la hora y el lugar.

Analizaremos la importancia que tienen los diversos medios en la población mexicana, cuáles son los instrumentos preferidos, sitios web o programación con mayor sintonización, su papel en la política o el comercio, la forma en que influye en la vida cotidiana y, por supuesto, su contenido visual y discursivo, con la finalidad de comprender mejor el mensaje que se hace llegar a su audiencia para determinar si éste resulta ser nocivo o positivo, si afecta en la toma de decisiones o vulnera de alguna manera. Principalmente se tomarán con suma importancia las instituciones y normatividad encargadas de regular la difusión de contenido audiovisual que incluya violencia o que se considere puedan influir a los espectadores a realizar una conducta antisocial o se sientan agredidos por el material disponible dentro de los

²https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/Violencia2020_Nal.pdf (consultado: 16/06/2021).

³ Medios de comunicación de masas.

espacios mediáticos más importantes en México, pero también analizaremos la parte individual de la regulación y recepción del contenido.

Revisaremos la situación mediática desde diversos enfoques, como la Psicología, Sociología, Ciencias de la comunicación, Derecho, entre otras, para posteriormente verla desde un punto criminológico, pondremos el contexto dentro de nuestro país, enfatizaremos en el ¿por qué resulta de importancia para las ciencias sociales? Analizaremos un poco la historia de los medios de comunicación, algunos conceptos importantes, casos distinguidos que pueden servir de guía para solventar nuestra investigación, de igual manera se analizarán los filtros o mecanismos de prevención y regulación que se aplican dentro y fuera de las instituciones relacionadas a la distribución de contenido, así como los posibles problemas que pueden ocasionar.

Lo consideramos un problema social debido a la importancia que tienen los medios masivos en las sociedades, su estrecha relación y la cantidad de debates que ha generado en los últimos años, no sólo entre expertos, de la misma manera entre un gran número de personas que se preguntan ¿los medios (televisión, cine, periódicos, videojuegos, entre otros) nos hacen violentos? Y nosotros nos preguntamos ¿cómo participa la sociedad y cuál es el proceso de aceptación de este tipo de contenido?

Durante la investigación encontraremos diversas palabras, ideas y teorías, por lo cual brevemente daremos nuestra interpretación de algunos conceptos clave que serán utilizados con mayor frecuencia, iniciando con la definición de medios de comunicación, que se refieren a las herramientas por las cuales se crea un diálogo e intercambio de ideas entre dos o más personas, existiendo como emisor y receptor personas consideradas como iguales, por ejemplo, una llamada telefónica, un *e-mail*, entre otros, mientras que a diferencia de los medios de comunicación de masas o *mass media*, la característica principal es que el emisor será una persona moral, es decir, una empresa y el receptor un grupo numeroso de personas físicas, por ejemplo, la transmisión de una serie en televisión o la proyección de una película en el cine, aunque la primera igualmente suele proyectar largometrajes, son medios totalmente diferentes.

Violencia audiovisual, partiendo del concepto de violencia como la imposición de la voluntad a través de la fuerza, será la representación de ésta en imagen, audio y escrito, principalmente de forma conjunta, pero en ocasiones con dos o una de sus formas, reproducida en un medio de comunicación de masas. Concepto un tanto similar, pero no idéntico, es la *violencia mediática*, entendida como la violencia relativa o presente en los medios de comunicación que puede afectar a la audiencia, en su comportamiento, conducta, ideologías, identidad, creencias, valores, estereotipos, comúnmente utilizada como medio de control social. Finalmente, el concepto regulación será tomado como todos aquellos métodos, procedimientos, reglas, normas o leyes, internas, externas, individuales y corporativas que se encargan de ordenar el contenido perceptible en los espacios mediáticos con el

objeto de mantener un control y garantizar que se cumplan sus obligaciones con la sociedad, mientras protege los derechos de la sociedad en el área.

A lo largo del trabajo sostendremos e intentaremos fundamentar la hipótesis de que la regulación de contenido audiovisual, elaborada y aplicada sin criterios científicos y sin actualizaciones constantes que contemplen su importancia y posibles consecuencias, propicia el fácil acceso a la violencia mediática, dejando a los espectadores en una situación de vulnerabilidad ante los efectos facilitadores de conductas antisociales de los *mass media*, los cuales sólo buscan satisfacer a cierto tipo de población con intereses específicos. Con la implementación de un análisis científico a los sistemas regulatorios, principalmente del punto criminológico, pero no descartando ninguna otra área, se podrá disminuir el riesgo de caer en consecuencias negativas, sin censurar al medio ni reprimir al espectador, pero sí dando opciones amplias y planificadas.

Medios de comunicación en México

Parte importante en el desarrollo de una sociedad, a tal punto que se vuelven indispensables, son los medios de comunicación. Contribuyen con la distribución de información, aportan entretenimiento, conocimiento, redes de interacción social a través de diversas partes del mundo, entre algunas otras funciones que pueden desempeñar, con ayuda de las nuevas tecnologías resulta cada día más fácil el acceso para un mayor número de personas. México no está exento del uso de dichos instrumentos e incluso cuando no destaca en invención e innovación, se mantiene al margen de los avances tecnológicos y hace el “intento” de utilizarlos de manera benéfica en la población, ya que podría decirse que tienen un uso a favor de cierto grupo social con diversos fines políticos o económicos, por lo cual nos preguntamos ¿cuáles son las condiciones político-sociales que colocan a los medios de comunicación como reproductores, representantes y posibles creadores de conductas antisociales?

Cabe señalar que México, al ser un país cuya economía no es muy alta y con diversas deudas, no ha tenido la oportunidad de explotar o financiar el potencial que podría tener dentro de los medios de comunicación y los avances tecnológicos, limitándose a la adquisición de nuevas tecnologías y la participación de empresas provenientes del extranjero, mientras que las empresas nacionales, que consideramos son muy pocas, suelen ser carentes de contenido apropiado y diverso. Dicho lo anterior no podemos dejar de mencionar a *Televisa* y *TV Azteca*, quienes por años han tenido el control de los medios audiovisuales, principalmente en cuanto a televisión y radio se refieren. En 2013 se aplicaron reformas constitucionales a los artículos 6, 7, 27, 28, 73 y 78 en donde se reiteraba la importancia social de la información y comunicación, la facultad del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para dar concesiones y el incremento en la competencia económica en esta área, actualmente sigue existiendo una

supremacía por parte de las empresas mencionadas, aunque han aparecido otras que se suman a la competitividad y diversidad.

Por parte de la población, cada día hay más personas con acceso a un instrumento que les permite estar conectadas con su entorno, incluso cuando aquellos artefactos con avances o “tecnología de punta” como celulares, tabletas o computadoras suelen tener precios muy elevados, existen algunos otros en el mercado que se ofrecen de manera accesible para todo tipo de economía, como los periódicos o la televisión abierta, ambos cumpliendo una función importante, aquella de informar lo relevante para la sociedad. De acuerdo con la *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Hogares (ENDUTIH) 2015 – 2018*⁴, para este último año, en una población de 6 años o más, se registró que existen al menos 74.3 millones de usuarios de Internet, que representan el 65.8% de la población en ese rango de edad y dentro de éstos el 6.9% se conectó a través de consolas de videojuegos, 73.5% utilizó el teléfono celular, los usuarios de computadora alcanzaron los 50.8 millones, equivalentes al 45%; por otro lado, 32.2 millones de hogares cuentan con al menos un televisor, lo cual representa un 92.9% de la población total del país.

Con esto observamos que la población, casi en su totalidad, tiene acceso a la información y comunicación de diversas maneras, con la llegada y uso de la web se expande aún más, ya que ésta contiene televisión, videojuegos, cine e incluso medios que no se mencionaron como periódicos o radio, que al igual que algunos programas o películas se pueden encontrar en línea como parte de la digitalización actual. Podemos ver las diversas plataformas y su alcance, por lo que la distribución de cierto material audiovisual resulta muy importante, debido a que la información alcanza cualquier lugar del mundo, incluso si no cuenta con algún medio de comunicación, debido a que, tras descubrirla en uno de éstos, se distribuirá de forma personal, llegando así a toda la población, de manera que un mensaje negativo puede generar un cambio importante en el pensar o actuar de gran parte de la sociedad.

Un número muy llamativo es el porcentaje que tiene la televisión, incluso con la incursión de la red en donde puedes ver noticias a cualquier hora, sitios en donde puedes mantenerte informado de aquello que no suele mencionarse, que te proporciona entretenimiento o estar en contacto con alguien sin necesidad de pagar una llamada e incluso ver series y películas gracias a los servicios de *streaming*, ha mantenido sus porcentajes altos, en forma concisa podemos decir que el servicio de internet es algo costoso, que no toda la población puede pagar y mucho menos si no es de un solo pago, a diferencia de una televisión, que al tenerla obtendrás un servicio público sin mucha inversión económica, la cuestión es que existen pocas cadenas de televisión mexicana que brindan un sistema abierto, es decir, que no

⁴https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH_2018.pdf
(consultado: 16/06/2021).

necesita de un pago mensual, anual o de algún otro tipo, simplemente requiere los instrumentos necesarios para recibir la señal, pero tiende a recibir programación escasa y con calidad cuestionable.

Otro aspecto destacable, es el porcentaje recabado del uso del teléfono celular, que comienza a desplazar a la telefonía fija y que cada día adquiere nuevas mejoras, ya no sólo de llamadas, también de conexión a la red, reproducción de video, fotografía, entre muchas más. En México, al igual que con la televisión, existe un grande que acapara la industria de la telefonía alámbrica y móvil: *Telmex* y *Telcel*, ambos bajo la propiedad de Carlos Slim quien ha estado acaparando los servicios en un 80% y 70%, respectivamente, del total del mercado mexicano (Trejo, 2014: 151).

Después de las reformas aplicadas en 2013 y con la *Ley General de Telecomunicaciones y Radiodifusión* publicada en 2014 se puso en marcha un plan para acabar con los monopolios que se presentaban en los diferentes medios con el propósito de asegurar la competencia entre instituciones mediáticas, esto ha generado el surgimiento de algunas empresas que se postulan a ser competencia con grandes propuestas y servicios como *Grupo Radio Centro* o *Cadena Tres*, sin embargo, las grandes corporaciones han alcanzado un nivel de popularidad que difícilmente puede ser reemplazado, es el caso de *Televisa* quien no sólo cuenta con televisión abierta y restringida, también con radio, telefonía, edición en revistas populares, como *Muy Interesante* o *National Geographic*, e incluso cuenta con manejo de casinos (Play City).

Como fundamento a la importancia de nuestro estudio y en relación a párrafos anteriores, en los resultados de la *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2018*⁵, encargada por el IFT al INEGI, la cual se desarrolló a través de encuestas realizadas a 112,573 personas; 98 mil 763 de entorno urbano y 13 mil 810 en entorno rural, entre noviembre del año señalado y enero del 2019, en donde el 72% de las personas que poseen un televisor consumen canales de tv abierta, el tipo de programa con mayor sintonización, con base en la estadística, son los noticiarios, seguidos de películas y novelas; igualmente, menciona la disminución del consumo en la opción de paga con respecto al año anterior. Encontramos que se visualizan en mayor medida los siguientes canales de tv abierta: Las Estrellas, Azteca Uno, Canal 5 y Azteca 7; mientras que aquellos más vistos en televisión restringida son: Fox, Discovery, Cartoon Network, Discovery Kids y ESPN, junto a lo anterior se menciona que incluso cuando se cuenta con algún sistema exclusivo se sintoniza en mayor medida el servicio público. Por otro lado, en la web hay mayor visita a los sitios de *YouTube* y *Netflix*, por último, el nivel de la radio se mantiene con respecto a otros años y es escuchada a través de estéreos, sitios en la red o en el teléfono celular.

⁵http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicado55ift_1.pdf (consultado: 17/06/2021).

Queremos resaltar la participación de la radio, medio que ha perdido mucho auge debido a la internet, pero que de igual manera sigue vigente dentro del formato digital con la aparición de plataformas, aplicaciones y nuevas formas de mantenerse comunicado. Podemos decir que la esencia de la radio empieza a desprenderse del aparato homónimo que la vio nacer. De acuerdo con la encuesta un 39% de los entrevistados que aún la escuchan suelen sintonizar estaciones principalmente en estéreo, sumando el *Estudio Hábitos de Consumo de la Radio 2017*⁶ del Departamento de Investigación de *Merca 2.0*, dependiendo de la edad, la estación puede variar, pero sin importar este aspecto los programas musicales son los que predominan, aunque los noticiarios son escuchados en mayor medida por gente adulta, lo cual puede ser por su interés en mantenerse atentos a los hechos relevantes o el desinterés por las nuevas tecnologías y el contenido nuevo que ofrece.

En cuanto a programación televisada, las personas consumen en mayor cantidad los noticieros ya que en ellos se presenta lo más destacado de un día en determinado lugar, ya sea a nivel mundial, nacional, estatal e incluso a nivel local o regional, situaciones que resultan de interés a todo aquél que pertenece a la zona o se sienta relacionada con la narración, por lo cual el discurso se puede considerar real y verdadero por ser una fuente de información con aspectos de interés para la vida cotidiana y en conjunto con el entorno. A la noticia le sigue lo ficticio, proveniente de las películas y novelas, siendo en nuestro país estas últimas muy populares. Ambas pueden contener conceptos realistas, pero al final es parte del imaginativo de otra persona. Incluso en dichos programas podemos encontrar varios tipos de violencia, ya sea verbal, física o psicológica, que van del programa hacia el espectador, pero que por su carácter narrativo atrae la atención de muchas personas para proporcionarles entretenimiento e imaginación, por lo menos una hora al día.

Hablando de películas podemos hacerlo en dos formatos: el doméstico, aquellas que se ven en televisión o que puedes comprar y ver a través de un reproductor de DVD y también tenemos el formato teatral, lo que implica ir a un cine para presenciar la función de una forma artística. Con base a la Cámara Nacional de la Industria del Cine (CANACINE)⁷ y sus resultados definitivos del 2019, las empresas mexicanas y sus producciones van creciendo en ventas y alcance poblacional, pero hay que tomar en cuenta que las grandes producciones que ocasionan las ventas en taquilla suelen ser películas extranjeras; dentro de las mismas estadísticas analizadas podemos ver un número significativo de películas mexicanas que se estrenaron en el año señalado, 102 películas nacionales en comparación a las 172 películas estadounidenses y 184 del resto del mundo, finalmente recaudando el 9.2% de la

⁶ <https://www.merca20.com/cuales-son-los-programas-de-radio-mas-escuchados-en-mexico-segun-la-edad/> (consultado: 17/06/2021).

⁷ <http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2020/03/Resultados-definitivos%C2%B419-2.pdf> (consultado: 18/06/2021).

taquilla global, dato que es interesante ya que no muchas películas mexicanas llegan a oídos de todos nosotros.

Si bien la industria del cine ha estado en aumento durante los últimos años y resulta una práctica social común y frecuente entre muchas personas, también significa un mayor beneficio para las empresas distribuidoras, así como las productoras, éstas últimas en mayor medida provenientes del extranjero, debido a que el cine hecho en México no tiene tanta popularidad, tanto fuera como dentro del país, en principio podríamos decir que las películas no son muy buenas, lo cual sería un punto válido porque suelen mantener un *status quo* que no los deja explorar apenas más allá de situaciones románticas, estereotipadas, con doble sentido, tramas simples y predecibles, y, en los últimos años, copias de otras cintas extranjeras, así como un repertorio de actores muy pobre. Esto lo podemos aplicar también a producciones televisivas (se hablará extensamente sobre esto en capítulos posteriores), pero afirmar dicho punto como válido dejaría fuera muchas producciones independientes de gran calidad que lamentablemente no alcanzan una comercialización al nivel de las de estudios con renombre, parece en mayor medida una situación de carácter económico, debido a que suele hacerse propaganda mediática de pocas películas, principalmente de aquéllas producidas por *Videocine*, quien posee las películas mexicanas más taquilleras. perteneciente a *Televisa*.

Pasando a los medios impresos, como ya se comentó, el tan mencionado grupo televisivo tiene en su poder algunas revistas, sin embargo, *Grupo Editorial Notmusa* en su *Información comercial 2020*⁸, se presenta como el grupo editorial líder en México en cuanto a revistas y diarios, presentan su revista *TVnotas* como la más vendida en el país, basándose en datos del *Padrón Nacional de Medios Impresos*, misma situación con el diario *¡Pásala!* Centrándonos en periódicos, *Merca2.0* y su *Estudio anual de periódicos 2016*, posicionan a *El Universal*, *El Reforma* y *El Financiero* como los tres periódicos de mayor venta, resaltando su popularidad gracias a su rápida adaptación a la web. Podemos notar una mayor competencia en estos medios, pero aun así existen deficiencias, revistas cuyas características suelen ser de información pasan a ser denominadas de “chismes” o periódicos que dentro de sus páginas podemos encontrar apología al delito y violencia explícita.

Haremos mención de los videojuegos debido a que autores como Tisseron (2007) los consideran un medio de comunicación, sin importar que provengan de consolas o de computadoras, más recientemente podemos decir que también de celulares y tabletas, ya que permiten la comunicación entre jugadores en diversas partes del mundo, algunos incluso con temáticas que podrían considerarse positivas y otras negativas, desde juegos que retan tus habilidades cognitivas, en los que requieres trabajo en equipo y, por el contrario, en donde vas solo explorando grandes mundos; algunos con violencia explícita o que se podría considerar sin sentido.

⁸<https://www.notmusa.com.mx/wp-content/uploads/pdf/mediakit/gen-press-comercial.pdf> (consultado: 18/06/2021).

México no resalta mucho en videojuegos, aunque existen varias empresas como *Fat Panda Games*⁹ o *Focka Games*¹⁰, que desarrollan títulos para diversas plataformas, pero principalmente la industria está dominada por el mercado extranjero a tal grado que no existen consolas o grandes títulos creados en el territorio nacional, incluso con el creciente número de jugadores a nivel mundial, situación que debería ser aprovechada; por otro lado, las clasificaciones no se otorgan dentro de nuestro país, por lo que el análisis en materia de videojuegos resulta pobre.

Por *videojuego* entenderemos la representación audiovisual que permite la manipulación del entorno, objetos, personajes o situaciones a través de comandos electrónicos y que por medio de un dispositivo especial permite la transmisión de video en una pantalla, colocando al jugador en la visión y conflicto principal de la temática del juego¹¹. Serán un medio de comunicación cuando permitan la relación y comunicación con personas de lugares lejanos, poder hablar con ellos a través de mensajes escritos o de voz; por otro lado, pueden tocar temáticas de interés como la historia, mitología, cultura, ciencia y tecnología, lamentablemente en ocasiones utilizan violencia como recursos de venta. Podemos decir que ayudan a fortalecer la capacidad cognitiva, mejorar la toma de decisiones y la reflexión, sin embargo, la exposición prolongada ocasiona ocio, costumbres sedentarias, falta de ejercicio físico, resaltando la introyección y recreación de conductas inadecuadas debido al mensaje mediático.

Hemos hablado de cómo los medios se adaptan al uso del internet y de algunas páginas de mayor frecuencia entre los internautas, para fundamentar la idea encontramos dentro del *Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos (2019)*¹² el estimado de que existen alrededor de 72.7 millones de internautas, de los cuales el 87% se conecta a través de un teléfono móvil, cuya función más utilizada es el entretenimiento en servicios de transmisión y descarga de video simultánea, también conocidos como servicios de *streaming*, como lo son *Netflix*, *Amazon Prime* o *HBO MAX*, entre otras que también pueden ser utilizadas para la reproducción de música y videojuegos. Posteriormente tenemos el factor comunicación, gran presencia de redes sociales, *e-mail* y chats, en conjunto las páginas de mayor uso son: *Facebook*, *WhatsApp* y *YouTube*, mientras que el contenido audiovisual con más índices de consumo son las imágenes.

Resulta interesante ver al internet como un medio que puede incluir a todos los ya mencionados e incluso mezclarse con ellos, transmisiones periodísticas en tiempo real, ver series y películas sin seguir un horario, llevar videojuegos a otro

⁹ <http://fatpanda.tv/> (consultado: 20/06/2021).

¹⁰ <https://www.fockagames.com/> (consultado: 20/06/2021).

¹¹ Definición propia.

¹² <https://www.iabmexico.com/estudios/estudio-de-consumo-de-medios-y-dispositivos-entre-internautas-mexicanos-2019/> (consultado: 20/06/2021).

nivel, los famosos *eSports*, las nuevas formas de comunicación, recepción, transmisión, envío y búsqueda de información, aporta muchas facilidades al mundo actual, lo cual podemos ver desde dos puntos de vista: el positivo y el negativo, estableciéndolo en nuestro contexto nacional, nos cuestionamos: ¿ estamos listos, como sociedad, para tanta tecnología? Y ¿Tenemos los conocimientos o herramientas necesarias para el manejo adecuado? Actualmente podemos ver en ocasiones adolescentes y niños con acceso a instrumentos tecnológicos, por consiguiente, a la red, un medio amplio y complejo, cuya regulación se convierte en un trabajo arduo y complicado. Por todo lo antes mencionado, pero de manera independiente, consideramos que también se necesita una regulación de instrumentos que permiten el acceso a los medios de comunicación.

Medios tradicionales y modernos

Los medios de comunicación pueden ser clasificados de diversas formas, ya sea por su utilidad, la forma en que se da la comunicación, por el dispositivo utilizado, entre varias formas de categorizar encontramos la de Domínguez (2012) clasificándolos en primarios, secundarios, terciarios y cuaternarios, aunque su clasificación se basa en el uso de instrumentos y tecnologías, siendo primarios aquéllos en donde la comunicación no utiliza algún aparato, como un profesor dando clase, mientras que serán cuaternarios si son de manera digital, como sería una clase a través de internet. En primera instancia para la investigación decidimos dividirlos en dos: medios tradicionales, aquéllos que llevan décadas e incluso siglos existiendo y que aun con las nuevas tecnologías no se han discontinuado, pero como veremos sí ha disminuido el uso o cambiado su función, y; medios modernos, aquéllos cuyo tiempo de existencia no es demasiada en comparación a los anteriores y cuya característica principal será su relación con los avances tecnológicos.

Dentro de los medios tradicionales encontramos la mensajería por correo, la telegrafía, telefonía fija, cine, la prensa, radio, la televisión, incluso para algunos autores la música y los libros, mientras que dentro de los medios modernos podremos encontrar la telefonía móvil, internet, videojuegos y los servicios de *streaming* de películas y series. A continuación daremos un breve repaso de éstos y la participación que han tenido en México, cronológicamente como fueron surgiendo, si bien podríamos hablar de la historia de cada uno y la relación estrecha con la sociedad, así como su periodo de popularidad de forma amplia, por el momento nos mantendremos en una explicación breve ya que resultaría extenso y ocioso, de igual manera gran parte de ellos tiene orígenes extranjeros que mencionaremos fugazmente ya que nos mantendremos en el contexto nacional.

La historia de México, así como del mundo, se encuentra rodeada de medios de comunicación, haciendo un recorrido breve Cienfuegos y Guzmán (2006: 120) mencionan cómo los aztecas tenían diversos tipos de mensajeros, como *payanis* o *painanis* y los *iciuchcatitlantis*, de la época prehispánica, quienes eran los

mensajeros del imperio azteca, comunicaban sucesos importantes, principalmente de guerra, al emperador. Esto considerado como un antecedente del sistema de correos que, con la llegada de los españoles, cambió totalmente, se implementaron los mensajeros a caballo, lo cual resultaba más fácil que correr grandes distancias. Posteriormente, con la independencia y la revolución, todo cambiaría nuevamente, el uso de los ferrocarriles y el poder llegar a toda la sociedad serían las bases para el medio que actualmente ha perdido mucha popularidad dentro de los medios que, si bien no está en desuso, ahora es utilizado como un mecanismo de envío y recibo de paquetes o de notificaciones debido a las nuevas tecnologías que permiten una mejor y más rápida comunicación.

La prensa fue impuesta en la conquista y al igual que nuestro antecedente anterior sufrió cambios con el paso de los años, principalmente por los movimientos sociales que acontecieron en el país. En el texto de Iñigo Fernández (2010) titulado *Un recorrido por la historia de la prensa en México. De sus orígenes al año 1857* menciona documentos históricos como la *Gazeta general. Sucesos de esta año de 1666. Provisiones y Mercedes, en los Reinos de España, Portugal y Nueva España*, podemos ver en nombre y fecha que fue de las primeras publicaciones en América, posterior a la independencia aparece la *Gaceta Imperial de México*, impuesta por Iturbide para informar a la población sobre lo que acontecía en su nueva patria y en el mundo. Seguidos de estos dos, aparecerían diversos títulos que disputarían el mercado, hasta llegar a los que conocemos actualmente, en principio considerados como fuente de información que llegaban a incluir aspectos culturales, pero con el paso del tiempo, el incremento de éstos, junto al desarrollo político y económico, generaron dudas sobre el verdadero uso que tenían las publicaciones, apareciendo periódicos inclinados hacia cierto grupo de personas y, como hablaremos posteriormente, con publicaciones orientadas en temáticas no aptas para todo público.

Siguiendo nuestro breve repaso histórico de la evolución mediática en México, mencionaremos uno que, si bien puede ser considerado como vigente por algunos sectores de la población, ya no se habla acerca de él cotidianamente, el telégrafo. Al respecto, Álvarez (2018: 26) nos menciona que “El primer servicio telegráfico fue entre la ciudad de México y Nopalucan, Puebla en 1851. Desde ese momento, la historia de las telecomunicaciones en México ha estado íntimamente vinculada con el desarrollo no sólo económico sino también político nacional”. Notamos cómo la autora remarca la importancia del medio en la sociedad mexicana, en este caso dentro de un aspecto económico. Con el paso de los años, con ayuda de los gobiernos posteriores, la telegrafía se volvió muy popular, las líneas de ferrocarriles que ya mencionamos eran utilizadas para correo, tenían diversas concesiones para líneas telegráficas, pero con la llegada de la telefonía fija poco a poco los telégrafos comenzaron a pasar a segundo plano.

Siguiendo a Álvarez (2018: 29), menciona que “El primer enlace telefónico se efectuó el 13 de marzo de 1878 entre las oficinas de correo de la Ciudad de México con otra ubicada en la población de Tlalpan”. El servicio telefónico en principio tenía

deficiencias y era muy cotizado por el sector privado, con el paso del tiempo se otorgaron concesiones y se crearon reglamentos. En su momento las empresas que competían por suscriptores a sus servicios eran *La Mexicana* y *Mexeric*, que después de varios años de disputas por el número de clientes, por las concesiones y los problemas técnicos que no permitían conectar a usuarios de un servicio con otros de la compañía rival, finalmente lograron llegar a diversos acuerdos hasta conformar lo que hoy conocemos como *Telmex*, que ya mencionamos anteriormente, siendo el grande de la telefonía fija, actualmente también dentro de los negocios de internet con *Infinitum* y televisión con *Dish*.

Los medios ya aludidos si bien crean comunicación entre individuos, algunos ya no se utilizan en demasía e incluso diríamos que son obsoletos, a excepción de la imprenta, los tomamos en cuenta porque forman parte de la evolución mediática y las diversas áreas que comprenden, sin embargo para nuestra investigación pueden quedar fuera debido a que no tiene un impacto social, ya que no distribuyen ideas o mensajes a numerosas audiencias; sin embargo, en el caso de la telefonía móvil, ésta ha evolucionado al punto de poder acceder a diversos espacios de información, comunicación o entretenimiento a través de un dispositivo, hablamos de la combinación con internet, situación que ocurre similarmente con periódicos y revistas, que cuentan con una versión en línea, de igual manera con libros o música y sus versiones digitales, principalmente dando un salto del papel al medio digital y del sonido a través del espacio radioeléctrico a uno vía web, mencionado lo anterior pasaremos a los medios que suelen generar mayor impacto.

Pocos meses después de presentar su invento al mundo en el *Grand Café* de París en diciembre de 1895, los hermanos Lumière llevaron esta experiencia a Latinoamérica unos años después, México siendo de los primeros países visitados, situación que daría a conocer la industria del cine, utilizada para mostrar partes del mundo a las que no podías viajar fácilmente y con lo cual rápidamente diversos empresarios salieron en busca de hacerse con los instrumentos adecuados para crear sus propias películas. Para mediados de los años treinta y finales de los cincuenta se daría la famosa época de oro del cine mexicano, la cual llevaría a la fama a diversos actores como Sara García, Pedro Infante, María Félix, Jorge Negrete, Dolores del Río y Mario Moreno, así como grandes productores como Luis Buñuel, Emilio "el indio" Fernández o Juan Bustillo, posteriormente fue perdiendo su brillo, si bien analizando las antiguas películas podríamos llegar a encontrar cierto contenido machista, detalles que actualmente se consideran ortodoxos, e incluso Silva (2011: 10) mencionando que la época "puede ser efectivamente catalogada de colonialista" incluso cuando fueron muy populares y posicionaron al cine mexicano como uno de los mejores de la época, situación que actualmente ya no es así.

Desde nuestra percepción, concebimos una producción cinematográfica como el conjunto de instrumentos adecuados como una cámara, micrófono, efectos visuales y de sonido, actores, extras, personal diverso, directores, guionistas, escenarios, entre otros elementos importantes, que hacen posible la creación y reproducción de

video en establecimientos adecuados a un gran número de espectadores, con el fin de contar una historia, entretener, algunas ocasiones para distribuir una idea, opinión e información. Por otro lado, una película será el conjunto de videos unidos de manera tal que su reproducción dé lugar a un solo metraje ininterrumpido, el cual gira en torno a una persona, una situación o alguna temática, dependiendo de esto se clasificará de manera adecuada para la audiencia, igualmente por su duración podemos hablar de cortometrajes (menos de 30 minutos), medimetrajes (más de 30 minutos y menos de 60) y largometrajes (más de 60 minutos), de acuerdo con el artículo 9 del *Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía*. En mayoría son relatos ficticios, tomando pequeños preceptos reales, pero que pueden afectar la percepción real del individuo, aunque se puede decir que serán un medio de comunicación siempre que difundan ideas o toquen temáticas de interés social o político, incluso cuando es entretenimiento cuenta con un mensaje de por medio.

Siguiendo con Álvarez (2018: 31) menciona que para inicios de 1901 se llevaron a cabo las primeras pruebas de radiocomunicación, siendo la radiotelegrafía la primera de ellas en ver la luz, inicialmente la radiocomunicación era utilizada con fines militares en zonas marítimas para ayudar a los navíos en la orientación, posteriormente en 1921 aparecería la radiotelefonía y con ello surgirían las primeras estaciones de divulgación y, al igual que con la telefonía, después de varios procesos y llevar a cabo las concesiones necesarias se creó lo que conocemos actualmente como radio, principalmente utilizada con fines de entretenimiento, gracias a sus programas de música o discurso y también por sus narraciones de eventos o noticias y así como con los periódicos comenzó a ponerse en duda su fiabilidad.

Ya hemos establecido que la televisión es el medio de comunicación de mayor accesibilidad en México, realmente ha tenido mucha historia, tuvo su aparición en los años 20 pero era un lujo, al igual que todos los medios en sus primeros años. En nuestro país aparece la creación de la televisión a color en 1940, según Sánchez (1991: 37) era "un sistema mecánico de televisión a colores, denominado "Tricromático", basado en los colores verde, rojo y azul" uno de los inventos más revolucionarios de la época, elaborado por Guillermo González Camarena, quien junto a Venustiano Carranza lograron sacarle provecho al invento, principalmente vendiéndolo a otros países. Como todo artefacto innovador y sorprendente, no tardó en aparecer un grupo de empresarios que querían hacerse con alguna concesión, de los muchos que aparecieron destaca Emilio Azcárraga Vidaurreta, quien ya contaba con estaciones de radio y se encaminaba a construir el imperio que hoy conocemos como la tan nombrada *Televisa*. Ya hablaremos más extensamente de los contenidos de la televisión y de los demás medios.

Como gran parte de las nuevas tecnologías y medios de comunicación, la llegada a México suele ser después de cierto tiempo a su invención, como la telefonía móvil, la cual llega en el año de 1984, varios años después de ser utilizada en otras partes del mundo, bajo la concesión de *Telcel*, empresa que ha logrado mantenerse hasta

la fecha como la más importante. Finalmente mencionaremos el internet que de acuerdo con Gloria Koenigsberger (2014: 234):

[...] Podemos afirmar sin lugar a duda que México se incorporó por primera vez a Internet el 20 de julio de 1989, fecha en la que Marco Ambriz, Susana Biro, Adriana Marroquín y Joseph Choy ponen en operación el enlace satelital entre el Instituto de Astronomía de la Universidad Nacional Autónoma de México y, del lado estadounidense, el National Center for Atmospheric Research (NCAR) en la ciudad de Boulder, Colorado, utilizando el satélite mexicano Morelos I.

La autora señala también la llegada de computadoras a la Universidad Nacional Autónoma de México en ese mismo año y menciona cómo posteriormente estaríamos atentos a los avances tecnológicos que nos permitirían acceder a la web, situación que actualmente resulta mucho más fácil para un gran número de personas. Con el crecimiento del internet aparecen páginas y empresas muy interesantes, las cuales prestan servicios que ponen a disposición el contenido que podemos encontrar en cualquier otro medio, por ejemplo, series, películas, música o juegos, el parteaguas en nuestro país fue *Netflix*, con su llegada en 2011 abrió camino para todo tipo de aplicaciones y páginas de prepago que brindan algún servicio (*streaming*).

El internet, como uno de los diversos espacios mediáticos, puede contener a otros y así ayudarlos en su difusión: películas y series, cadenas de radio o televisión, música y libros, sitios con características individuales, sin embargo, el canal o medio será la web y en este sentido hay que diferenciar los medios digitales de algunas otras páginas, principalmente redes sociales, foros o sitios de video, los cuales no se consideran medios de comunicación, ya que otorgar esta denominación daría a gran número de personas una cualidad de veracidad, la cual no deben tener. Los diferenciamos de los medios oficiales llamándolos espacios de opinión, debido a que cada uno da su punto de vista sobre algún tema de interés, dirigido a cierto número de personas o seguidores, lamentablemente, en ocasiones, tiene mayor impacto lo dicho por un famoso de internet o *influencer* que lo mencionado de manera oficial por un ente público, calificado o certificado para dar información.

Como podemos observar los medios modernos o contemporáneos suelen ser adaptaciones digitales o conceptos evolucionados de los medios tradicionales, sin embargo, estos últimos aún tiene un papel fundamental en la sociedad. Repasamos un poco de su contexto histórico con la finalidad de recalcar la importancia que tienen y por qué es relevante su estudio y regulación, ya que durante tantos años diversos espacios mediáticos han sufrido deficiencias que deben ser atendidas y también para poner en contexto que lo digital puede terminar desplazando a lo físico y, con ello, parte de la idea social de conectar a las personas de forma adecuada, es decir, una frente a otra, sin embargo, aunque esto pueda pasar en algunas partes del mundo, en México aún estamos lejos de eso.

La relación comunicaciones y violencia

Desde hace muchos años se ha estudiado el efecto que pueden tener los *mass media* en la sociedad desde diversos puntos de vista, principalmente desde la Psicología y la Sociología, intentando responder la pregunta: ¿cuál es la influencia de los espacios audiovisuales y su representación de la violencia en la creación de ésta dentro de la sociedad? Dividiéndose entre quienes consideran que el contenido audiovisual que se presenta en los diferentes espacios es capaz de causar cierto tipo de comportamiento inadecuado en las personas, por ejemplo, el caso del experimento del “muñeco bobo” que a través de videos en donde se observaban a personas golpeando a dicho juguete, los cuales se presentaron a un grupo de niñas y niños que repetían la conducta después de ver las grabaciones (Bandura, Ross y Ross, 1963). La otra división se centra en quienes piensan que, más allá de provocar conductas violentas, el material que se observa funciona como una especie de salida o descarga de comportamientos agresivos reprimidos, que de no ser por ellos la actitud negativa se desataría en cualquier esfera de la vida (Feshbach, 1964).

Nosotros consideramos que las corrientes son, en conjunto, una descripción de los efectos que puede llegar a tener el material audiovisual sobre la población ya sea de forma grupal o individual. Podemos ver parte del efecto en la toma de decisiones, no sólo del tema audiovisual (¿qué ver?) o de preferencias tecnológicas (¿en dónde ver?), sino también en esferas de la vida en sociedad o cotidiana, desde cómo vestir, hablar e incluso caminar o bailar, hasta en la elección de una marca comercial o de un partido político, se observa el gusto e interés por aquello que tiene mayor difusión y, desde luego, la morbosidad, la sangre, golpes y todo lo relacionado es un mercado muy bueno que puede llegar a causar la réplica o aceptación de la conducta no permitida, asimismo puede informar sobre problemas sociales e influir en la prevención y sensibilización del espectador.

Existen diversas tipologías que explican los efectos que tiene la exposición constante de cierta programación en la sociedad, de las que podemos mencionar los de conversión, cambio menor y refuerzo (Klapper, 1960), imitación, desinhibición y reducción (García y Ruíz, 2016: 155-156), entre muchas otras clasificaciones que, en un momento, comienzan a tener cierta igualdad. Consideramos que existe una influencia social por parte del contenido mediático que puede ser positivo o negativo: positivo ya que los medios pueden fomentar diversos valores, costumbres o buenos hábitos y negativos porque pueden ayudar a replicar conductas antisociales que bien pueden ser leves o graves; las primeras serán aquéllas que no dañen a un tercero, como gritarle al televisor, destrozar un periódico e incluso arrojar o golpear un aparato, mientras que los graves pueden ir desde la réplica de lenguaje soez, actitud desafiante a las leyes y normas, hasta llegar a conductas delictivas, como agresiones físicas, verbales o psicológicas, robos e incluso la privación de la vida a través de métodos difundidos principalmente en los espacios informativos y de entretenimiento.

En el aspecto de la conducta encontramos las teorías de George Gerbner (1967), de las cuales destacan la “aculturación” o “del cultivo”, que explica cómo los espectadores se adaptan y transforman no sólo su comportamiento, sino su identidad, en específico la parte cultural. También menciona la teoría denominada del “síndrome del mundo malo” en la cual nos habla de la alteración de la realidad y la pérdida del control del miedo, provocada a través del contenido audiovisual. Por su parte, Tisseron (2007: 70) menciona que “[...] según uno se sienta fuerte o amenazado, un consumo importante de imágenes violentas podría volverle más agresivo... o, al contrario, más preocupado y partidario de un refuerzo de la seguridad”. Este último autor hace una explicación un poco más extensa de la teoría que originalmente planteó Gerbner. Como se comentó, el consumo audiovisual de los medios se vuelve un factor importante, pero no una causa determinante, ya que dependerá de la postura que el espectador tenga hacia su realidad y aquello que percibe como información, bien podría hacerlo agresivo, o hacerlo tomar una postura pasiva o precavida. Algo destacable es la mención a la seguridad, la cual se ha vuelto importante en los últimos años.

Otro tipo de investigación que se debe resaltar es la que analiza la desensibilización, ya que no sólo se crea una adaptación y normalización de lo observado, igualmente se adquiere un desapego a las víctimas que, en la actualidad, ya son desplazadas a un plano secundario. Esta reacción consiste en la disminución de las respuestas emocionales o cognitivas en la percepción y atención que se brinda, tanto por el personal que debe atenderles como en la cobertura de los hechos (Fernández y Revilla, 2016). Aunque los autores sostienen que la insensibilización no se produce exclusivamente a través de los medios, sino también de la realidad misma que se crea en el pensamiento y las vivencias, pensamos que la realidad está condicionada a la comunicación, siendo una sola cosa y no dos como lo sostienen ellos y repetimos que la situación puede ser inversa orientándose a la prevención.

La *telerealidad* es un concepto que se ha estado utilizando desde finales del siglo pasado debido a los cambios constantes de la televisión en relación a las nuevas tecnologías y avances mediáticos, sin embargo, ha resultado complicado el formular una definición concreta con respecto a la expresión, pero se puede entender como el cambio en la programación con el propósito de alterar la realidad de la audiencia colocando aquello que suele ser diferente y poco común como actividades extremas o hechos en lugares distantes, generalmente abusando de un tema que resulte muy atractivo como la comedia o el drama, con esto se mantiene cierto tipo de programa en la mira de los espectadores, lo cual conlleva beneficios como la popularidad y el *rating* (Bienvenido, 2009). Este fenómeno podemos verlo aplicado al campo de la Criminología y a nuestro objeto de estudio en donde la violencia se ve tergiversada y representada en mayor medida que cualquier otro material, colocando una imagen falsa del mundo en el cual no hay más que la imposición de la fuerza.

En el aspecto político encontramos que “los programas violentos favorecen el negocio de las empresas de seguridad y a los gobiernos fuertes: legitiman sus servicios y su política” (Tisseron, 2007: 70). Podemos notar que no se detiene en mencionar los efectos que se pueden generar sobre la población, se extiende a lo importante que puede llegar a ser el tema para los entes de poder, ya sean empresarios, políticos o incluso grupos delictivos, ya que diversos autores hablan de la prensa, la información y la capacidad de divulgación como un poder más del Estado. Esta situación nos lleva a cuestionar si ¿existe un control o presión sobre el contenido y las instituciones mediáticas para obtener beneficios nada relacionados con el área audiovisual, pero sí a través de ella? Fundamentando la carente importancia de los entes de poder por la libertad de prensa, de divulgación de los medios, del individuo a elegir y acceder a fuentes confiables, asimismo limita e impide la buena regulación ya que no existe utilidad en proteger a la sociedad de la violencia mediática.

Una teoría que parece importante tomar en cuenta es la *agenda setting* “en ella se estudia cómo los medios ejercen influencia en las audiencias mediante los temas considerados de mayor relevancia. El medio no decide por el público qué es lo que éste tiene que pensar u opinar sobre un hecho, aunque sí decida cuáles son las cuestiones que van a estar en el calendario o en la opinión pública” (Rodríguez, 2004: 15). Si bien no hay intromisión sobre cómo pensar acerca de lo observado y escuchado, sí existe una determinada lista de prioridades sobre qué poner en sintonización, pero eso no disminuye los efectos, incluso pondría en evidencia la falta de autorregulación y responsabilidad de los mismos; de igual manera, pensamos que la retroalimentación del público no es tan relevante o escuchada como debería, las decisiones de quienes se encuentran arriba creando el modelo actual se sobreponen a las preferencias sociales en busca de sus propios fines y, en última instancia, la respuesta del espectador es creada a través de las mismas instituciones y su contenido.

Precisando la situación en nuestro país, encontramos diversas críticas al contenido, en su mayoría dirigidas a personajes que participan en los espacios audiovisuales, ya sean directores, actores, escritores, directivos empresariales e incluso ficticios y animados, entre otros. Principalmente se habla de la falta de calidad en el contenido, de forma precisa con la televisión mexicana, aunque también de los medios en general y su atención excesiva que se le da a los famosos y políticos, la falta de objetividad de los reporteros y en conjunto que todo el contenido pasa a ser simplemente un medio de control, que crea ideas falsas, estereotipos y entorpece a la audiencia, todo gracias a la violencia simbólica ejercida por los grupos de poder (Roura, 2009).

Los autores que hablan de la situación mexicana tienen como base o apoyo a Emilio Azcárraga Milmo, quien, en su momento, fue dueño de *Televisa* y, de acuerdo con una nota en línea de la revista *Proceso*¹³, en 1993 dio a conocer su opinión

¹³ <https://www.proceso.com.mx/336733/television-para-jodidos> (consultado: 16/06/2021).

acerca del país y específicamente de quienes eran fanáticos de su cadena mediática, ofendiendo a la mayor parte de la población afirmando que “la televisión es para los jodidos” y la obligación de su empresa era dar felicidad y hacer sentir mejor, de manera tal que las cosas en su organización eran realizadas de una forma ineficiente, de baja calidad y con objetivos nada productivos.

En su mayoría los autores concuerdan con que la censura no es la solución y optan por una regulación muy bien planteada, el punto de discusión es distinguir aquello que es realmente considerado como material vulnerante que puede perjudicar el comportamiento, por otro lado, es necesario analizar en qué punto el contenido audiovisual se vuelve legítimo o ilegítimo y, por lo tanto, aceptable o inaceptable para la población. Incluir esto dentro de la regulación lo hace un proceso más complicado. En una investigación se tomó como resultado que 40% del contenido es legítimo, otro 40% ilegítimo y el 20% presenta ambos tipos, señalando que “los *altos niveles de legitimación* como la *eficacia* de la violencia mostrada en las pantallas invitan a que el espectador la entienda y la acepte” (Domínguez, Fernández, Revilla, 2007: 26). Este aspecto lo entenderemos como aquellas acciones agresivas realizadas en pantalla que ponen al espectador en un estado de comprensión o simpatía, sin explicar de forma profunda la motivación del actuar de esa manera, centrándose en mayor medida en el hecho, incluso cuando sea inaceptable en otras condiciones.

Los efectos de la ineficiencia regulatoria

La aparición del material audiovisual con temáticas violentas en los diversos espacios mediáticos ha tomado realce en la actualidad, de modo que comienza a tener mayor participación en comparación a la cultura, la ciencia o algún otro tema de interés que no sea de carácter agresivo. Consideramos como factor clave la mala regulación que se realiza dentro de las instituciones, como fuera de ellas; de igual manera, tomamos en cuenta la influencia del gobierno o los entes de poder y la retroalimentación de los espectadores, así como el contexto de difusión. A continuación, mencionaremos algunos casos, circunstancias y datos importantes de los efectos que puede ocasionar un programa, nota, imagen, audio, entre otros, que nos ayudan a ver la importancia del análisis científico a la distribución de contenido y cómo se realiza actualmente, cuestionándonos: ¿cuáles son las leyes, reglamentos, instituciones y organizaciones en materia de comunicaciones audiovisuales y sus posibles fallas o aciertos?

Adentrándonos en los factores gobierno y legislación, se encuentran las normas, reglamentos e instituciones que intervienen en la protección de los espectadores en temas de regulación de programación y distribución audiovisual de aquello que pueda vulnerarlos; igualmente se observa que existen elementos que facilitan el ejercicio del llamado “cuarto poder”, el cual transforma la información y la capacidad de divulgarla en una especie de cualidad, facultad o herramienta, que permite al Estado mantener a la sociedad bajo un cierto estándar de programación y crear

ideales basados en las necesidades y beneficios de quienes controlan el llamado “poder”, siendo principalmente funcionarios públicos o políticos, aunque también tiene acercamiento a la capacidad del pueblo por conocer la verdad de sus gobiernos y hechos sociales con los medios modernos y nuevas tecnologías, en donde los periodistas juegan un papel muy importante.

Puntualizando algunos aspectos mencionados, encontramos la *Ley Federal de Radio y Televisión*, *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, *Ley Federal de Cinematografía*, *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia* y la *Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes*¹⁴, entre otras, algunas de ellas con su respectivo reglamento, que dentro de unos cuantos artículos mencionan el aspecto violento y sus limitaciones al representarlo, principalmente en la protección de la niñez, de aquello que pueda vulnerar su desarrollo, exponerlos a contenido sexual, estereotipos de género o imponerles alguna ideología que no sea benéfica, sin embargo, son muy pocos los lineamientos que se manejan para dejar claro cómo se realizaran las acciones anteriores, limitándose a una categorización que bien puede no ser acatada debidamente; por lo tanto, la forma en la que se puede disminuir o afrontar el problema resulta poco explorado dentro de las leyes.

En Europa la regulación de la programación es muy estricta, desde los años 90’s del siglo pasado ha estado en constante cambio hasta llegar a su punto más alto en 2002, tras varios conflictos con padres de familia preocupados, principalmente en Francia, sobre lo que sus hijos observan en televisión. Hecho que propició la creación de sistemas de autorregulación y co-regulación (Dagnaud, 2007). ¿Será éste el punto faltante dentro del mejoramiento al sistema de telecomunicaciones mexicano?

Las clasificaciones comunes en radio, televisión y cine son: “A” para todas las edades; “AA” para niños y niñas; “B” para mayores de 12 años; “B-15” para mayores de 15 años; “C” para mayores de 18 y “D” para adultos, de acuerdo con la *Ley Federal de Cinematografía* y la *Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía* (RTC).¹⁵ En la segunda, a diferencia de la primera, se detalla el rango de edad y se establece qué puede y qué no contener un programa, de acuerdo con el parámetro en que se encuentre.

Una situación que resulta interesante se presenta en las últimas dos letras, ya que ambas son para mayores de edad, resultando ambiguo el término “adulto” ya que no se explica cómo se entenderá el término y que legalmente hablando lo eres después de los 18 años y sólo se hace mención a que uno es más violento que otro; ahora bien, esto se siente como un señalamiento del contenido y una pequeña advertencia, más que como una regulación o filtración estructurada debido a que no se menciona cómo es el proceso de categorización o el perfil de quienes lo realizan.

¹⁴ <http://www.ordenjuridico.gob.mx/leyes> (consultado: 16/06/2021).

¹⁵ <https://rtc.segob.gob.mx/> (consultado: 17/06/2021).

En otras áreas, como los videojuegos, resulta con observaciones similares y es preciso señalar la carencia de una ley o reglamento específico, importante también el hecho de la clasificación, la cual es otorgada por la empresa estadounidense *Entertainment Software Rating Board (ESRB)*,¹⁶ la cual, si bien tiene buenos fundamentos, también tiene conceptos o escalas que pueden mejorar; de igual forma la opción de implementar un filtro o segunda revisión en México sería una herramienta que ayudaría a mejorar la distribución del material. En el caso de los periódicos se toma en cuenta de manera general y no por secciones, es decir, el conjunto de sus publicaciones le hará ser para determinado sector poblacional.

Por otro lado, tenemos organismos como el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)¹⁷ que se encarga de mantener un desarrollo eficiente en su área de trabajo, regulando, promoviendo y supervisando el uso de las redes del espectro radioeléctrico, que podemos entender como aquel espacio en el cual las ondas de radio o televisión viajan del punto de origen a un punto de destino sin la utilidad de un cable, las cuales, dentro del territorio nacional, serán controladas por el Estado. Sumándose a la polémica intervención gubernamental en las comunicaciones, dicha institución se queda muy lejos al momento de interferir en el contenido difundido, limitándose a ver el canal y no el mensaje, receptor o transmisor y es claro que con una mayor participación e influencia podría hacerse un cambio más extenso. Igualmente existen otras organizaciones no gubernamentales que por su parte intentan fomentar la cultura, el arte y la ciencia criticando la situación audiovisual del país, dentro de las cuales encontramos: *A Favor de lo Mejor*¹⁸, en donde una de sus actividades es analizar gran parte del material mediático.

Los medios son, en parte, reflejo de nuestra realidad y de la cual tenemos muchos aspectos de donde poder verla, uno de ellos es el negativo y que ciertamente ha incrementado en las comunicaciones, pero ¿hasta qué punto procesamos lo visto o escuchado de forma crítica? ¿Son estos espacios y su nivel de violencia audiovisual un canal de producción de ésta y no de información o de entretenimiento? Podemos cuestionar la conciencia que tienen las instituciones de los efectos que pueden llegar a crear en los espectadores, aunque por una parte se cumple con lo que al público le gusta, llama su atención y, de cierta manera, exige, pero por otra parte podemos decir que es gracias a la creación de una costumbre a la cual se le han puesto vista y oído durante años, pero también es cierto que las comunicaciones responden a cierto poder sobre ellas, que las usan para fines políticos, verse bien para cierto sector poblacional, desmentir o mentir ante cierto público e influir a través de la programación, creando realidades afines, de las cuales la sociedad se ha adaptado, especialmente el aspecto perjudicial, haciendo que otras esferas de la vida sean relegadas a un plano invisible.

¹⁶ <https://www.esrb.org/> (consultado: 18/06/2021).

¹⁷ <http://www.ift.org.mx/> (consultado: 18/06/2021).

¹⁸ <https://www.afavordelomejor.mx/> (consultado: 20/06/2021).

Adentrándonos un poco en los efectos negativos y en las consecuencias de no tener un filtro adecuado sobre el mensaje que se quiere dar encontramos algunos casos que resultan de interés y que pueden reflejar la carente práctica regulatoria. En un estudio realizado en Ciudad Juárez en 2012, en el cual se analizó el nivel de ansiedad durante un tiempo violento, los resultados mostraron que la ansiedad sube en los primeros meses del aumento de la violencia, pero baja posteriormente, lo que significa que la población se acostumbra, en parte gracias a la difusión de los acontecimientos en los noticiarios (Días, Rivera y Reyes, 2012). Este primer caso analiza la distribución prolongada y sin escrúpulos de la información que, si bien en su momento es importante, se hace de forma tal que provoca la insensibilización y, conforme pasa el tiempo, la normalización de la situación y de las conductas delictivas.

Este tipo de influencia la podemos encontrar distribuida de diversas formas y en diferentes espacios. En el caso anterior mencionamos el efecto ocasionado por los noticiarios, ya sea en periódicos, televisión, radio o internet, pero podemos verlo en otras áreas como la cinematográfica que, de igual manera, llega a tener gran impacto. Uno de los casos más sonados en los últimos años fue aquél en Estados Unidos en el que doce personas murieron y varias más resultaron heridas después de que un hombre armado lanzó granadas con gas lacrimógeno en un cine en Aurora, Colorado, y disparó a la audiencia durante una proyección de la película “*Batman: The dark knight rises*” en donde el autor de los hechos, James Holmes, mencionó ser el *Joker*, personaje del universo ficticio de *Batman*.

Al hablar de efectos y alcance social no podemos dejar de hablar del suceso radiofónico más impactante de Norteamérica, que provocó en los radioescuchas una reacción de pánico y desesperación, nos referimos a la transmisión narrada de la novela “La guerra de los mundos” de Herbert G. Wells en 1938, durante una noche de *Halloween*, en la ciudad de Nueva York como parte del programa *Mercury, Theatre on the Air*. El director y actor principal, Orson Welles, logró hacer creer a más de un millón de personas, aunque sea por breve tiempo, que el mundo estaba siendo invadido por marcianos.

Dentro del documental de la TVE llamado “La noche temática: la guerra de los mundos” (2015)¹⁹ se recopila la reacción de diversos ciudadanos que escucharon el evento, así como hubo quienes creyeron lo que oían y corrían de sus hogares, algunos otros reconocieron la radionovela y no reaccionaron alarmados, de forma semejante podemos ver al narrador preguntándose ¿cómo era posible que creyeran que realmente había una invasión? Cabe resaltar el contexto de los años, el cual se encontraba al borde de una guerra y, como menciona el documental, la población estaba hundida en el miedo.

¹⁹ El video fue retirado de la página oficial de la cadena televisiva, pero se puede visualizar en la plataforma YouTube mediante el siguiente enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=lmJHHEcAny0> (consultado: 17/06/2021).

Añadiendo casos recientes tenemos el ocurrido el 10 de enero del 2020 en el colegio Cervantes en Torreón, Coahuila, donde un joven de 11 años disparó a sus maestros y compañeros. Las primeras investigaciones propusieron que el joven era influenciado por el videojuego *Natural Selection*. Las especulaciones fueron tales que hubo gran debate alrededor del caso, si existiera un área especializada en videojuegos o en medios audiovisuales llegarían a la conclusión de que por sí solo el juego no es capaz de crear conductas delictivas, es un juego que no contiene violencia sin sentido, incluye trabajo en equipo a través de elaborar una buena estrategia, además de que el tema era la supervivencia de una especie sobre otra, en este caso humanos contra aliens, y no el matarse entre iguales como otros títulos. Fue tal el nivel de polémica que incluso se habló de prohibir la entrada de ciertos juegos en territorio nacional, terminando por clasificar a los videojuegos de forma similar a las películas y programas de televisión, lo cual tiene pros y contras ya que son medios totalmente diferentes.

Podemos ver la capacidad de los medios para difundir información no corroborada o su capacidad en la creación de rumores, pero también podemos verlo desde un lado totalmente opuesto con el caso de Ingrid Escamilla, quien fue asesinada por su pareja sentimental el 9 de febrero de 2020 en su casa. El caso por sí solo fue indignante, pero algunos periódicos no tuvieron escrúpulos para hacer públicas las imágenes del cuerpo sin vida de Ingrid, sumadas a encabezados como “La culpa la tuvo cupido” lo cual provocó gran descontento en grupos feministas que ya exigían justicia en diversos sectores más, que se preguntaban quiénes habían filtrado las imágenes y quiénes dieron el visto bueno a que fueran publicadas en diarios que son colgados a la vista de todos en puestos de revistas a nivel nacional.

Con los ejemplos mencionados podemos contemplar la importancia y magnitud de la divulgación audiovisual en el comportamiento humano y su función como un mercado a través de diferentes formas y métodos. En primera instancia quien lo presenta observa su aporte como entretenimiento, información o de utilidad para el desarrollo social, pero la audiencia puede entender algo diferente a lo que el productor, conductor, narrador o actor quiere decir; por otro lado, podemos tomar a consideración el contexto de la regulación que propició a que dichos eventos se cometieran, los permisos concedidos, la autorización de los editores o jefes que distribuyen o se encargan de filtrar el contenido que, como se mencionó, si bien no participan en la creación, sí lo hacen en la distribución.

El consumo del material puede ayudar a crear una visión de la realidad muy diferente o exacerbada de lo que realmente puede ser. Las imágenes, los sonidos y el discurso son factores que influyen en la percepción del mundo e inducen al interés, el miedo, la precaución e incluso la réplica de lo observado, ayudando así al desarrollo de conductas antisociales.

Objetividad y profesionalismo en la regulación

Los medios de comunicación presentan a la población aquello que consideran destacado, importante o de interés. Actualmente es cuestionable cómo se toma en cuenta la participación de hechos con material violento en contraposición a cualquier otro tema, ya que consideramos que el contenido de ese tipo tiene mucho protagonismo en la duración de un programa, ya sea en una película, noticiario, serie o en las páginas de un periódico. Todo lo anterior nos hace ver la situación como un factor de riesgo en el crecimiento de las conductas antisociales, las diversas reacciones ocasionadas por la mencionada difusión audiovisual genera la impresión de que los *mass media* empiezan a decaer en profesionalismo y calidad, encaminándose a ser empresas creadoras, representadoras y reproductoras de violencia, posicionándose como un problema al que se debe dar importancia de manera inmediata para el mejoramiento de la convivencia colectiva; para ello debemos analizar las condiciones políticas y sociales que colocan la influencia mediática como factor criminógeno y cómo participan realmente los entes reguladores en el tema.

Todo individuo que disfrute ver, escuchar o leer un espacio audiovisual queda bajo la decisión de quienes se encargan de crear filtros o categorizar el contenido, que, si bien se fundamentan en la protección de la niñez, carecen de un detallado análisis, por ejemplo videojuegos, series o películas con material fuerte, como sangre, vocabulario ofensivo o actos sexuales explícitos, en los cuales se permite su consumo después de la mayoría de edad, incluso algunos a los 17 años, sin que exista una base que sostenga que quienes son “legalmente adultos” tengan la capacidad de tolerar u observar conductas explícitas desde un aspecto objetivo y que no se convierta en un factor de riesgo. Generalmente se tiene la base de la retroalimentación del público a través de lo que se conoce como *rating*, que consideramos es creado por ellos mismos, al igual que su regulación, otorgándoles así los mejores beneficios y disminuyendo la capacidad del espectador a elegir.

Cabe mencionar que, de cierta forma, el material que incluye ciencia, cultura, historia, entre otras temáticas, comienza a ser distribuido por los canales de paga, cable o satélite, servicios de televisión como SKY, DISH, IZZI o los sistemas de *streaming* más populares, ya sea *Netflix*, *Amazon video*, *HBO*, entre otros. Estos últimos comienzan a ser los principales distribuidores de series, películas y documentales con grandes temáticas de interés, debido a que rompe con los horarios programados del servicio satelital y público de televisión, al igual que otros espacios ya suman un gran catálogo para elegir, que se encuentran al alcance de cierta clase social que puede pagar uno o varios, privatizando así la calidad y el conocimiento, dejando a quienes no pueden adquirir los servicios con programas burdos y nada interesantes en su contenido.

Ya hemos hecho mención a la necesidad de análisis científicos al contenido audiovisual, mejoras a la clasificación, así como la reinención de conceptos y la cobertura de mayor número de medios, de acuerdo con una regulación nacional,

pero también es necesaria una a nivel institucional y personal, es decir, un reglamento interno que ponga límites, sólidamente fundamentados, sobre el uso de palabras e imágenes que puedan vulnerar o implantar ideas en los espectadores, tanto dentro de la empresa hacia sus empleados, como de los trabajadores mismos, exigir el raciocinio del uso debido de palabras que son utilizadas, cuál es su significado y cómo será visto por la población, qué imágenes colocar, sin contenido ideológico, estereotipado, violento, que no vulnere la susceptibilidad de las personas y, sobre todo, no violente sus derechos humanos.

Existe una discusión alrededor del pensamiento de la necesaria participación del Estado en la red de comunicaciones, principalmente en aquello a lo que se le da difusión. Es de gran importancia ya que se habla de una organización libre en la cual no debe interferir el gobierno para reprimirlos o decirles aquello que pueden o no poner a disposición de la audiencia, por lo que la propuesta de una regulación impuesta puede ser difícil de acatar y podría generar disputas e incluso la censura del contenido o la represión de los productores, escritores, periodistas, actores, entre otros; asimismo, optar por una autorregulación nos dejaría en la situación actual, ya que parece que así es como se maneja actualmente, sin embargo, la combinación de ambas, desarrollando una co-regulación, podría mejorar la calidad, el profesionalismo y el interés con el material difundido, disminuyendo los efectos negativos y reforzando los positivos, aunque parece una solución viable puede ser poco factible debido a la cuestión en debate de la relación Estado-medios.

En el artículo 6º constitucional, apartado B, fracción II, se enlistan las condiciones en que se deben prestar los servicios de telecomunicación: competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias. Del primer punto ya hemos hecho algunas menciones con el tema de los monopolios y cómo se abren camino nuevas empresas; con respecto a la segunda, es un término difícil de comprender pues resulta entendido por varios autores, por ejemplo la ya mencionada Álvarez (2018), como una característica relacionada a la tecnología, es decir, calidad en la transmisión, recepción de señal, el que los instrumentos utilizados incluyan tecnología de punta, pero podemos agregar que la calidad puede observarse en el contenido audiovisual, pues el mensaje que se transmite no debe ser burdo, grosero, inmoral, estereotipado, con violencia desmedida, sin corroboración científica, que cumpla con la función de entretener e informar y que no entorpezca el criterio de la población.

Respecto a la pluralidad ya hicimos comentarios acerca de la televisión y la cantidad de empresas que ofrecen el servicio abierto y que su programación suele ser escasa, en este punto el espectador debe tener diferentes opciones que le permitan elegir el contenido que le agrada, si bien la televisión restringida es ofertada de manera diversa y con mayor número de canales, la programación pública continúa siendo de interés debido a la situación nacional que impide acceso a toda la población de pagar cierto tipo de servicios, con relación a los otros medios es visible la existencia de competencia y pluralidad.

El término cobertura universal igualmente puede verse de dos formas, la principal es aquélla en la que los *mass media* deben tener alcance a toda la población ya que de acuerdo con el artículo constitucional antes mencionado, son servicios públicos de interés general, por tanto, la televisión debe ser gratuita en el sistema abierto y llegar a lugares remotos, igual que la radio o la internet, los periódicos deben estar al alcance de todos con precios accesibles e incluso deben ir más allá del aspecto geográfico, deben ser capaces de llegar a personas con discapacidad; por otro lado, puede verse en el contexto informativo, dar a conocer lo que ocurre en nuestro círculo más cercano como en el lejano, en nuestro país, continente y el mundo.

De los primeros problemas que surgieron al contratar un servicio de comunicación, por ejemplo, el teléfono, era la incapacidad de conectar con alguien que tuviera el mismo servicio, pero de diferente compañía, por lo que la interconexión aparece para solucionar dicho problema. La convergencia hace alusión a la capacidad que adquiere una empresa de prestar diferentes servicios de comunicación, por ejemplo, televisión, internet y teléfono en una misma suscripción, en parte para subsanar el problema mencionado con anterioridad sobre la dificultad de un sector de la población que no puede costear muchos servicios.

La continuidad nos señala la responsabilidad de los prestadores de servicios a no interrumpir en ningún momento su funcionamiento, si una persona paga siete días por adquirir acceso a la web, se le deben respetar los días completos, ni un segundo menos o más. Finalmente, el acceso libre y sin injerencias arbitrarias, comprendido como el derecho de los individuos al acceso de los medios de telecomunicaciones sin oposición o barreras que dificulten su acceso, a excepción de los pagos por servicios privados, y que en todo momento se deben respetar los datos personales y las acciones que se realicen por parte del comprador, como intervenir sus llamadas o restringirles el acceso a ciertos sitios web. En última instancia se le puede presentar como una opción, aunque en casos de delincuencia organizada, por ejemplo, se pueden intervenir los números telefónicos, siempre y cuando exista una orden judicial.

Si bien el concepto de mayor interés resulta ser el segundo, consideramos que todos son importantes para llevar a los receptores una amplia gama de servicios carentes de complicaciones y deficiencias, que realmente los informe, entretenga, mantenga comunicados, les facilite el conocimiento, les introyecte valores y los fortalezca como sociedad. Es importante trabajar en los medios de comunicación en diferentes aspectos, en principio, la regulación de contenido audiovisual es un paso en la mejora de la televisión, radio, periódicos, sitios web y videojuegos que están presentes en nuestra sociedad y cuyas fallas son notorias. No pretendemos cancelar o censurar, sólo darle a la violencia una concepción diferente, a través de un análisis científico y una regulación bien estructurada que, en la medida de lo posible, pueda ser dirigida al público sin que genere apología, normalización o

desensibilización. Después de todo es necesario conocer la violencia para fomentar la paz.

CAPÍTULO II

EL MANEJO DEL CONTENIDO AUDIOVISUAL

Regulación y sus variantes

Antes de adentrarnos en la normatividad correspondiente, consideramos necesario abarcar las definiciones o diversas concepciones que podemos encontrar con respecto a la regulación. En el capítulo anterior establecimos la necesidad de reforzar la normatividad concerniente a la regulación de contenido audiovisual y la cuestión de que no sólo se trata de una actividad legal del Estado, es decir, de los órganos del gobierno que tiene relación con el tema (regulación), sino también de una situación institucional, interna de las organizaciones, empresas e individuos en los diferentes espacios mediáticos (autorregulación). Como veremos en este apartado son situaciones las cuales, por sí solas cumplen una función importante en el tema, de manera conjunta realizan acciones que benefician y mejoran la calidad de la difusión de material audiovisual, sin embargo, si una de las dos ramas minimiza sus esfuerzos o se aplica de manera inadecuada afectaría la regulación y, en consecuencia, a la población.

La regulación que establecimos como los métodos, procedimientos, reglas, normas o leyes, internas y externas, individuales y corporativas, encargadas de analizar el contenido perceptible en los espacios mediáticos con el objeto de mantener un control y garantizar que se cumplan sus obligaciones con la sociedad, mientras respeta sus derechos, lo apegaremos al ámbito normativo, es decir, lo establecido en la constitución, tratados, convenios, leyes y reglamentos, que colocarán la línea a seguir por parte del Estado, quien es el encargado de garantizar los servicios mediáticos a través de las concesiones otorgadas a las empresas, éstas últimas crean y difunden el contenido, siempre y cuando vaya de acuerdo con lo establecido legalmente, teniendo en cuenta que no deben incluir posturas políticas ni actuar en forma opuesta a lo establecido por el Estado.

Consideramos que el Estado al elaborar un sistema de regulación debe tener en cuenta diversos aspectos, de los cuales proponemos algunos indispensables puesto que nos aportan una visión general del contenido, de quién y a quién lo difunden: el alcance del medio (nacional o estatal, de masas), el tipo de medio (digital, impreso, audiovisual), su clasificación (tradicional o moderno), la empresa que posee la concesión, como hemos visto antes algunas empresas están presentes en diversos espacios informativos o de entretenimiento limitando el mercado, llegando a ser repetitivas en su contenido o por el contrario no difundir lo que otros espacios sí, en algunas ocasiones acusadas de ser partidistas o clasistas, pero lo que va a destacar es el análisis del qué y cómo difunden el contenido, es decir, que cadena televisiva, que periódicos o estación de radio cuenta con noticieros y cuál es la forma en la cual se da la noticia, las palabras utilizadas, las

imágenes que ponen a disposición o en su defecto audios y video, así como el efecto que pueden generar en la conducta dependiendo el contexto social y político.

Diversos países como Gran Bretaña o Alemania (Dagnaud, 2007) otorgan ciertas cualidades a cámaras u órganos especiales, los cuales se encargan de analizar el contenido, el horario de transmisión, la zona de difusión y la edad de los espectadores, siempre protegiendo el derecho a la libre expresión, los derechos de niños, niñas y adolescentes, de las minorías, de las mujeres, de las personas con discapacidad y, en general, todos los derechos humanos, tomando en cuenta la opinión de los padres de familia, aportando opiniones acerca de programas que consideran no ser aptos en ciertos horarios o preguntándose ¿cuál es la finalidad o el mensaje del material? Sin embargo, en diversas ocasiones pueden llegar a ser extremistas y comprender la idea de forma diferente al verdadero significado, al estar arraigados a sus ideales ortodoxos. En México se encuentra el Instituto Federal de Telecomunicaciones, cuya labor está orientada mayormente al aspecto técnico, el manejo del espectro radioeléctrico y el otorgamiento de concesiones a terceros, también contamos con la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, la cual está orientada al contenido de los medios aparecidos en su nombre, revisándolos y clasificándolos de acuerdo a los parámetros que establece, posteriormente retomaremos los organismos de forma más amplia.

Hablando ahora de la *autorregulación* consideramos que, si bien no es ajena a las normas internacionales o nacionales, sí se encuentra como una situación aparte, apegada de forma directa con los medios y su audiencia. La autorregulación, desde nuestro punto de vista, será entonces una cuestión interna, de individuos y organizaciones, es decir, la forma en la que una empresa decide las palabras a usarse, imágenes a compartir, los videos y audios que se reproducen dentro del espacio definido para la información o entretenimiento y, para nuestro interés, si se hace o no uso de contenido violento, grotesco, con lenguaje soez, permitiendo el acceso fácil o vulnerando de alguna manera al espectador. Una empresa está guiada mayormente por políticas económicas, por lo cual su foco de interés estará orientado hacia la compra-venta de sus productos y servicios a través de propaganda en y para su contenido, también por parte de algunos comerciales de otros que pagan por un breve momento de publicidad; ahora bien, sí aquello que genera más ganancia es la violencia no dudarán en colocarlo en el contenido sin importar la vulneración hacia el espectador.

Esto es aplicable de manera individual a los trabajadores de un medio de comunicación, principalmente para evitar que un periodista o un conductor de radio o televisión, en sus escritos y palabras, comiencen a incluir posturas partidistas, detallar de manera novelesca, fantasiosa o sin sentido un hecho, hacer insinuaciones clasistas, racistas o machistas, hacer uso de imágenes explícitas y, en algunos casos, hacer apología del delito o del acto antisocial. Este punto está ligado fuertemente al anterior, si la empresa no cuenta con una regulación interna que limite a los trabajadores en el uso de la violencia, difícilmente un empleado se regulará a sí mismo y si sumamos una carente regulación en la normativa nacional,

la libertad para hacer uso de contenido que puede vulnerar a su audiencia es muy amplia. Por otro lado, las diferentes audiencias debemos tener un criterio propio sobre lo que vemos y escuchamos, considerando si realmente somos aptos, incluso cuando entremos en el rango de edad, no obstante, esta parte se encuentra fuera de toda normativa al tener un carácter de criterio personal.

Navegando en los diversos medios de comunicación de nuestro país, podemos encontrar problemáticas diversas como: periódicos conocidos a nivel nacional que utilizan imágenes fuertes de ver o títulos los cuales resultan denigrantes para una de las partes del hecho, como el caso de Ingrid Escamilla²⁰; las diferentes acusaciones hechas a grupos televisivos acerca de su postura partidista, la pérdida de confianza, podríamos agregar su contenido poco desarrollado y con estereotipos; cine o videojuegos que en otros países poseen una clasificación alta o incluso son restringidos o prohibidos para la población, en México tiende a bajar el rango de edad, como el caso de la película *Deadpool* (2016) o *Joker* (2019) que tenían una clasificación para mayores de edad en su país de origen e incluso la primera tuvo prohibida su reproducción en China, en nuestro país se les asignó B-15, para mayores de 15 años (revisaremos clasificaciones en apartados siguientes); es curioso que ambas son películas de superhéroes, antihéroes y villanos para ser exactos, la disminución puede ser por la errónea idea de que los personajes de cómics son para todo público. Podríamos seguir mencionando casos respectivos a la violencia utilizada en diversos espacios mediáticos y llegaríamos a la misma conclusión de que, con los pocos mencionados, la autorregulación también necesita reestructuración y redefinición por parte de las empresas mediáticas, las cuales suelen confundirla con censura o autocensura.

Como mencionamos la *regulación* y *autorregulación* tiene funciones importantes, pero dependen la una de la otra, podríamos decir que la segunda, en mayor medida, de la primera, ahora bien, la existencia de fallas propicia una aplicación de manera adecuada e incluso que no se conforme como tal, siendo esbozos de una regulación que no termina de crearse, provocando el uso y difusión deliberada de violencia. Entonces, ¿qué se puede hacer para mejorar? Una de las respuestas es la unión de las dos formas, creando así la *co-regulación*. En el apartado anterior mencionamos algunas cámaras y órganos descentralizados, los cuales tienen la función de trabajar temas relacionados al contenido audiovisual, trabajando con las empresas que prestan servicios, cooperando para mejorar el material difundido y sirviendo de guía para no caer en problemas mediáticos como los ya descritos. Mora-Figueroa y Muñoz (2007: 427) dicen que co-regulación es:

El conjunto de procesos, mecanismos e instrumentos puestos en marcha por las administraciones públicas competentes y otros agentes del sector, en orden de establecer e implementar un marco de actuación adecuado a la normativa, equidistante entre los intereses de la industria y de los ciudadanos, y que se traduzca en prácticas concretas y efectivas, de tal forma que todos los agentes implicados sean corresponsables de su correcto funcionamiento.

²⁰ Más detalles en el capítulo 1 páginas 21 y 22.

La *co-regulación* será entonces aquella unión entre los factores mediáticos estatales y privados, que en colaboración logran alcanzar frecuentes acuerdos favoreciendo a las partes con respecto al uso de imágenes, texto, palabras, horario, entre otros temas técnicos como el área de distribución, la concesión, las mejoras tecnológicas, siempre en pro de contribuir al mejor ejercicio informático, comunicativo, de entretenimiento y libre de efectos negativos en la sociedad. Dagnaud (2007: 101-102) nos habla de las funciones de visionado de contenido a *priori* y *posteriori*, las cadenas, en ese caso televisivas, y el ente regulador del Estado, pero para que sea posible alcanzar esas metas es necesario un gran desempeño por parte del Estado, quien en su normatividad debe abarcar todo el campo de los medios de comunicación y aportar en la creación de una cámara especializada en medios audiovisuales de todo tipo, la cual debe contar con expertos de todas las áreas mediáticas. Por otro lado, en el sector privado, las empresas que cuenten con concesiones deben tener reglamentos en orden, estableciendo el manejo adecuado de los elementos que utilizan y los que ponen a disposición de sus colaboradores en la distribución de material, sin llegar a reprimir al periodista, escritor, editor, conductor o al sector creativo en general.

Ahora bien, nos preguntamos si ¿la co-regulación es la opción menos viable? Analicemos algunos aspectos actuales. Como primer punto encontramos la discusión Estado y medios, acerca de la intervención que debe haber; como ya señalamos, el primero es quien debe estar a cargo de los medios de comunicación, sin embargo, a través de concesiones otorga la facultad a terceros, los cuales pueden adquirir una o más dependiendo de las plataformas y medios a utilizar, con ello una mayor capacidad de difusión. Los concesionarios apelan a que la intervención del Estado en sus contenidos es reprimir la libertad de expresión, en vista de que se verán silenciados, limitados e incluso manipulados o utilizados por el gobierno, de forma que prefieren seguir con su libertad de poner a disposición de su público lo que ellos creen conveniente, y como mencionamos anteriormente, lo más popular y vendido. El Estado debe buscar la protección de las audiencias y si eso significa calificar de apto para mayores de edad a gran parte del contenido, no se debe dudar en hacerlo, sí bien es cierto que perjudica económicamente a las empresas, éstas también lo hacen con el público menor de edad al no ofrecer contenido apropiado.

En México los medios de comunicación presentan unas características alejadas del Estado, siguen ciertos reglamentos, pero como mencionamos anteriormente, es más valiosa la calidad visual de la imagen que su contenido cognitivo, por lo cual decir que existe co-regulación es poco acertado, es una especie de limbo, si y no, sí por la cuestión técnica, en nuestra opinión bien cimentada, pero no en su aspecto audiovisual-cognitivo que aún carece de fundamentos. En 2006 se hicieron modificaciones a la *Ley Federal de Telecomunicaciones* y la *Ley Federal de Radio y Televisión* a lo que también se le conocería como la promulgación de la *Ley Televisa*, afirmando que dicha ley benefició las concesiones de los grupos Televisa y TV azteca, por otro lado, la Comisión Federal de Competencia (COFECO) perdió

facultades sobre los concesionarios, ya no podía interferir directamente, sólo opinar sobre diversas circunstancias, el Estado perdía tiempo al aire, las concesiones se realizaban a través de pujas y no por medio del Estado, entre otros puntos políticos y sociales, los cuales incluso hicieron que “Los medios dejaron de ser precisamente tales, para convertirse en actores políticos en disputa por la voluntad política a través de una artificial opinión pública mediática” (Fregoso y Gaitán 2006: 42).

El beneficio de dicha ley para las empresas mencionadas fue basta, como para posicionarlas como las más grandes del país, pelando entre ellas por obtener el lugar número uno, dejando fuera a las pequeñas empresas que quisieran crecer; también se dejaba abiertamente el manejo del contenido audiovisual puesto que no se mencionaba nada al respecto, por lo cual fácilmente podían poner en pantalla, o en sus diversos medios, el material deseado en el horario elegido. Posteriormente, en 2013, con la llamada “Reforma de Telecomunicaciones” o “Reformas de Telecom” se intentaría equilibrar la competencia de empresas privadas, dando la facultad de otorgar concesiones al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) y devolviendo participación a la COFECO, que en cuestiones técnicas mantiene gran calidad y asegura un buen servicio a los usuarios, sin embargo, en el aspecto que nos interesa, es decir, en temas de análisis de imagen, audio y mensaje, podemos ver una escasa participación en la temática.

La co-regulación en otros países es algo ya establecido, lo cual se ha comprobado que funciona; si bien, como ya hemos mencionado, suele ocasionar debate entre los empresarios y las cámaras encargadas, funciona, principalmente en Europa, Dagnaud (2007) menciona países como Holanda, España y Francia, entre otros, en camino de una solución similar. La autora menciona también que la Unión Europea trabaja estos temas con todos sus países parte y dicha solución ha tenido resultados positivos, manteniéndose activos hasta la fecha en busca de mejoras constantes. En México aún tenemos camino por recorrer empezando por incluir en la normatividad aspectos relacionados al análisis audiovisual y el trabajo con las empresas, las cuales toman posiciones defensivas en relación al material difundido, apelando a la libertad de expresión, a la no censura ni autocensura y que han adquirido libertades en décadas pasadas que no dejarán ahora; lo más importante, que no se someten, a ellas mismas, a un análisis exhaustivo de su contenido, simplemente de forma superficial, por otro lado, hablamos de la importancia de expertos en una cámara especializada, quienes también pueden estar dentro de las empresas, orientado así al sector público y privado sin interferir directamente el uno con el otro.

Actualmente las empresas se encuentran bajo un análisis de contenido propio, siguiendo los estándares tecnológicos establecidos y apegándose a los horarios y clasificaciones establecidas por la RTC, sin embargo, no ahondan en la investigación de su material audiovisual debido a que lo consideran como censura o represión de la libertad de expresión; también es importante tomar en cuenta que gran parte del material suele venir del extranjero, de manera que algunos medios sólo fungen como reproductores. Sí bien pueden afirmar el uso de protocolos o

reglamentos, en la realidad existe mucha difusión de contenido que incluye violencia en diferentes formas, ya sea por seguir estereotipos o, en ocasiones, la inclusión de una ideología por encima de otra, por lo que la regulación se convierte en una mentira o una técnica para aparentar cambios y beneficios, con escasa actualización y en el peor de los casos no existe, convirtiéndola en una situación que necesita mejorar sus parámetros, replanteándose las definiciones relacionadas constantemente, dado que como hemos establecido, los medios evolucionan y actualmente lo hacen con gran rapidez.

Consideramos que a nivel nacional la autorregulación está por encima de la regulación, en sentido audiovisual, lo cual le otorga diversas libertades, sumando su arraigo a la libertad de expresión y derecho a la información, por consiguiente, se colocan en una posición difícil para llegar a un acuerdo el cual permita la co-regulación; por lo tanto, el proceso de creación de material a difundir no ve más allá de los posibles ingresos, abusando del morbo de las personas, reforzando sus estereotipos y, en dado momento, atrayéndolos a su favor en el conflicto de la libertad de expresión o corriente ideológica de su preferencia. Mientras lo anterior siga ocurriendo, los emporios sigan teniendo libertades creativas que excedan o vulneren a las audiencias bajo las excusas legales de su libertad de difusión, que pueden ser contrapuestas con el derecho de la población de percibir medios de comunicación libres de aspectos vulnerantes para ellos, y los organismos expertos no se involucren como deberían, seguiremos bajo lo que a su entender los miembros de las empresas mediáticas establezcan y proporcionen, esto es una *pseudorregulación audiovisual*.

En este punto es necesario mencionar la *censura* y *autocensura*, así como la importancia que tiene darles una definición para poder distinguirla una de la otra y posteriormente ambas de la regulación, el primer término estará presente dentro de la normatividad legal, genera gran interés y no es para menos pues ha sido causa de numerosos debates, no sólo entre empresas y analistas de contenido, sino también entre audiencias, quienes presentan quejas sobre las situaciones de alguna serie, película, publicación o programa de su agrado en el cual se retiran ciertas situaciones, en gran parte de los casos las omisiones son de carácter grotescas, viscerales, sexuales explícitas e inclusive relacionadas con el lenguaje escrito o verbal, principalmente por periodistas e informantes que ven sus ideas e historias limitadas y algunas ocasiones reprimidas para no salir a la luz, siendo ésto último una forma de violencia hacia los medios de comunicación. Por otro lado, igualmente encontramos el concepto de autocensura, el cual también es necesario establecer.

El acto de censurar es “examinar correspondencia, escritos, películas etc., para ver si hay algún inconveniente, desde un punto de vista político o moral, para darles curso, publicarlos o exhibirlos” (Moliner, 2000: 273), por su parte Sanz-Moreno (2017: 48) menciona que dichos inconvenientes salen de temas tabú para la sociedad, como sexo, muerte, enfermedades, entre otros. Desde nuestro punto de vista la *censura* será toda aquella omisión, eliminación o cancelación de una escena, diálogos, imágenes, videos, hechos, conceptos e inclusive personas dentro

un espacio mediático, ya sea para informar o entretener, y que afecte directamente la intención del autor o su idea principal, por ejemplo, cuando una empresa contrata a un cineasta para filmar una película y con el trascurso del tiempo decide quitar escenas por ser muy viscerales, sexuales o de otra índole que consideren incorrectas y al hacerlo los personajes o la historia pierde totalmente sentido haciendo que la idea no pueda ser expresada, entonces hablaremos de censura; sin embargo, si al retirar dichas escenas la historia, el desarrollo de los personajes y el mensaje mantiene su esencia entonces hablaremos de *regulación del contenido*. En el sentido informativo está orientada en la supresión de ciertos acontecimientos que pueden comprometer la imagen o reputación de una o más personas. Con respecto a la *autocensura*, será la misma acción, pero realizada por uno mismo, es decir la misma compañía, director, autor, redactor, sin la intervención de un tercero, apegándose a ciertos estándares para que su producto sea aceptado, pero alterando de cierta medida su propia información o contenido.

La línea entre la censura y la regulación suele ser muy delgada, mientras las grandes corporaciones pueden intentar disminuir los niveles de violencia, los espectadores pueden apelar a que existe censura en su programación, un ejemplo de gran magnitud en Latinoamérica fue lo ocurrido con el anime *One Piece* del mangaka japonés, Eiichiro Oda, en 2004 y la desaparecida *4kids*, la cual doblaba al español diversas series, películas y anime, ésta obra era muy esperada por los fanáticos, la cuestión es que como podemos ver en el nombre de la empresa, estaba dirigida a un público en la etapa de la niñez y la serie contiene algunos conceptos no aptos para ellos, para cuando lo notaron, tiempo después de adquirir los derechos de doblaje, realizaron cambios y un ejercicio de regulación extraño para que su contenido fuera apto, sin embargo, terminaron por cambiar el material original de manera considerable, llevando la serie a su cancelación en la región. Si bien las intenciones fueron buenas y no se pretendía censurar, la falta de un proceso regulatorio adecuado, como no investigar el material que se pretende adquirir, refleja una parte del problema planteado.

Marco normativo internacional: tratados, convenios y organizaciones

Para poder adentrarnos en mayor medida a lo que respecta a la violencia mediática y su regulación, tomaremos como base los diferentes organismos, instituciones, tratados y convenios establecidos a nivel internacional, principalmente aquellos de los que México es parte, pues nos ayudarán a poner un contexto más amplio de la situación audiovisual en el país; ahora bien, también podemos mencionar algunos casos en los que no sea miembro para contrastar cómo es la regulación a nivel mundial, por ejemplo, en la Unión Europea los avances al respecto del tema han sido bastos, con la imposición de cámaras especiales relativas al sector audiovisual en gran número de sus países miembros, supone un avance importante que otros sectores del mundo podrían ver como inspiración para mejorar en ese ámbito.

Como el organismo internacional de mayor relevancia del cual México forma parte nombraremos a la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT)²¹, la cual se desprende directamente de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y cuya especialización son las tecnologías de la información y la comunicación (TIC's). De acuerdo con su página oficial hacen posible las llamadas telefónicas y el acceso a internet, coordinan el posicionamiento de los satélites y sus orbitas globales, colaboran en la gestión del espectro radioeléctrico, ayudan en situaciones de desastre y emergencia utilizando canales de comunicación especiales, trabajan para definir la tecnología del mañana, impulsan la revolución móvil, ayudan a que los servicios sean universales, asequibles y equitativos, realizan capacitaciones en temas de tecnología, además de llevar a cabo eventos como la *Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información y el Conocimiento* (CMSI)²² en la cual se plantean metas que aprovechan las tecnologías informativas y de comunicación para mejorar el uso de los recursos digitales.

La UIT cuenta con normativa de diferente tipo, el primer documento data de 1865 (París): *Convenio Telegráfico Internacional*, actualmente conocido como el *Convenio Internacional de Telecomunicaciones de Ginebra* (1959), donde hablan sobre el derecho a la comunicación internacional, las redes que utilizarán entre países, servicios globales, entre otros aspectos económicos y de calidad técnica. Encontramos también el *Reglamento de Radiocomunicaciones*, que habla del uso de sistemas de comunicación, de bandas de frecuencia, enlaces de conexión entre diversos temas de carácter técnico, por último, cuenta con su propia constitución, la *Constitución de la Unión Internacional de Telecomunicaciones* de 1959, dentro de su artículo primero tiene como objeto “mantener y ampliar la cooperación internacional entre todos sus Estados Miembros para el mejoramiento y el empleo racional de toda clase de telecomunicaciones”.

Es importante mencionar que en éste último instrumento por miembro no se refiere sólo a los países, también cuenta con empresas privadas y grupos universitarios que buscan garantizar una mejor comunicación, así como mantener al mayor número posible de la población global en conexión, aprovechando los recursos modernos y ayudando en el crecimiento de las entidades que no las poseen. Por un lado, la cooperación internacional en el mejoramiento de la comunicación es importante, pero no se trata únicamente de recursos materiales y tecnología, mejorar el contenido es muy relevante por cuanto la mayor parte suele salir de su país de origen.

Dentro de la constitución también enlista los deberes de los miembros, así como las herramientas de las que se apoyarán para hacer cumplir los deberes y realizar sus trabajos correspondientes; por otro lado, su reglamento no suele tocar temas fuera de los ya mencionados, sus divisiones, secretarías y administración a favor

²¹ <https://www.itu.int/en/about/Pages/default.aspx> (consultado: 10/02/2020).

²² <https://www.gob.mx/mexicodigital/acciones-y-programas/cumbre-mundial-de-la-sociedad-de-la-informacion-y-el-conocimiento-cmsi> (consultado: el 10/02/2020).

del desarrollo social hacia una vida digital accesible. Si bien los puntos resultan interesantes y contribuyen al mejoramiento de las comunidades y relaciones globales, no encontramos relación con el material audiovisual, es decir, el interés de la institución se centra en mayor medida sobre los avances tecnológicos que mejoran la experiencia de las personas al utilizar un medio de comunicación y en la importante tarea de llevar dichas herramientas a cada rincón del mundo, en primera instancia parece que su énfasis se encuentra en la radiodifusión, la telefonía, la señal satelital y la tecnología de punta, pero su nombre nos habla de telecomunicaciones, si bien lo antes mencionado forma parte de ellas, el contenido difundido de manera audiovisual también lo es, lo cual significa un punto en contra, dicho ésto resulta interesante mencionar que no se habla de violencia en los medios de comunicación.

Acercándonos al contexto audiovisual encontramos el *Tratado de Beijing sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales*, elaborado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)²³, documento que dentro de su artículo 2, apartado B, nos aporta el concepto de *fijación audiovisual*, como el uso de imágenes en movimiento sin importar que contengan sonido o la representación de éstos, siempre que se reproduzcan a través de un dispositivo electrónico. Resulta curioso que una definición, de un concepto como éste, prescindiera de lo auditivo, aun cuando de cierta manera el sonido puede ser sustituido por palabras; igualmente llamativo es el uso de la palabra fijación, toda vez que es mayormente utilizada por la Psicología, en la cual a través de la repetición de las ideas éstas se introyectan, en nuestra opinión una respuesta más acertada al concepto sería: implantación de imágenes y sonido en la memoria de una persona de forma involuntaria a través de la repetición en el consumo de éstas y cuya dificultad para eliminar u olvidar es elevada.

Si bien el documento nos habla de interpretaciones y ejecuciones audiovisuales, su contenido se encuentra lejos de lo que se esperaba encontrar, recordemos que el organismo el cual lo elabora está a favor de la propiedad intelectual, de modo que el documento es dirigido para ver por los derechos de los artistas o intérpretes, confiriéndoles derechos tales como la reproducción, distribución, alquiler, de radiodifusión, de comunicación al público, entre otros, en pocas palabras confiere el derecho que tienen acerca del uso de sus interpretaciones, pudimos observar que se encuentra dirigido hacia un sector artístico, por ejemplo: pintores o escritores. Resulta confuso que un documento el cual maneja temas audiovisuales se mantenga alejado de los medios de comunicación y es razonable tomando en cuenta la institución de la cual proviene y el sector al cual se dirige.

Cuestiones como la regulación o la violencia no se menciona, pero de igual manera toca temas interesantes y, en sentido artístico, podemos hablar de una *Criminología del Arte*, la cual analiza la violencia reflejada en las bellas artes y las emociones que provoca en quienes disfrutan de este tipo de obras (García y Gómez

²³ <https://www.wipo.int/> (consultado: 20/03/2020).

Tagle, 2014: 30-31). Es posible hablar de violencia audiovisual en esta área, pero se encuentra fuera de nuestro enfoque centrado en los medios de comunicación.

Alejándonos un poco de la situación audiovisual y su regulación pasaremos a temas relacionados con los derechos humanos y cómo se involucran con los medios de comunicación, ya sea que dentro de sus textos encontremos relación directa o indirecta que pueda ser relacionada al tema desde nuestra consideración. Comenzaremos con la *Declaración Universal de Derechos Humanos* de 1948, la cual en su artículo 19 menciona el derecho a la información y a las ideas, y en el número 22 habla sobre la dignidad y el libre desarrollo de la personalidad, estos últimos puntos serán importantes en las leyes, las cuales analizaremos más adelante, debido a que los medios de comunicación y el contenido que difunden puede vulnerar la dignidad de las personas e incluso influir en su personalidad, con los mensajes transmitidos a través de los medios.

En la Convención *Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial*, adoptada por la Asamblea General de las Naciones Unidas, con entrada en vigor el 4 de enero de 1969, encontramos algunos puntos interesantes con respecto a la difusión de ideas que si bien no menciona directamente a los medios de comunicación si lo podemos relacionar. En su artículo 4, fracción A, dice:

- a) Declararán como acto punible conforme a la ley toda difusión de ideas basadas en la superioridad o en el odio racial, toda incitación a la discriminación racial, así como todo acto de violencia o toda incitación a cometer tales actos contra cualquier raza o grupo de personas de otro color u origen étnico, y toda asistencia a las actividades racistas, incluida su financiación; [...]

Como podemos ver nos habla de difusión de ideales racistas, superioridad, odio y en el peor de los casos incitar la violencia contra ciertos grupos. Resulta importante en los medios de comunicación debido a que han causado polémica por diversos casos de racismo, como la película *Sounds of the south* (1946) de Disney, la cual tenía como protagonista un hombre de color que cantaba sobre el “buen estilo de vida que es la esclavitud”, o más recientemente una publicación del *Wall Street Journal* (WSJ) con su encabezado *China Is the Real Sick Man of Asia*²⁴ del día 3 de febrero del 2020, el cual fue catalogado como racista por el gobierno chino y no era para menos pues la situación global no era la indicada para un título así. Ambos casos resultan interesantes y por demás violatorios de derechos humanos, aun cuando cabe mencionar que el primer ejemplo fue mucho tiempo antes de la promulgación de la Convención, el segundo caso refleja el poco criterio por parte de periodistas y editores.

Continuando con dicha Convención, en su artículo 5 fracción B nos habla de la seguridad personal que el estado debe brindar contra todo tipo de violencia proveniente de servidores públicos, individuos, grupos o instituciones, siendo éstas

²⁴ <https://www.wsj.com/articles/china-is-the-real-sick-man-of-asia-11580773677> (consultado: 22/03/2020).

últimas las de mayor interés, específicamente aquellas con cualidades mediáticas, debido a que pueden ejercer violencia simbólica sobre la población con la imposición de ideas en los mensajes subliminales, la reproducción de estereotipos o afectando a sus trabajadores, tales como periodistas, locutores o presentadores a difundir cierta información y negar otra. Uniéndose con el sector gubernamental, los medios se convierten en un arma que algunos consideran mayormente como un poder, el cual tiene la capacidad de colocar a las audiencias en una situación de sumisión e incluso distribuir ideales, como racismo, sexismo, machismo, xenofobia, misoginia o algún otro pensamiento en contra de ciertos grupos sociales.

En el *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos* adoptado por la Asamblea General de las Naciones Unidas en 1966, cuya entrada en vigor fue en 1976, en su artículo 20, primer párrafo, nos habla de la prohibición de propaganda a favor de la guerra y, en el segundo párrafo, menciona la ilegalidad de la apología al odio nacional, racial, religioso, a la discriminación y la violencia. Si bien esto no está plenamente dirigido a los medios de comunicación, éstos son los canales por los cuales se pueden realizar las acciones mencionadas, propaganda y apología.

Anteriormente habíamos mencionado periódicos con titulares que resultan ofensivos, el caso de Ingrid Escamilla, los cuales de cierta manera victimizan y alientan a la ejecución de casos similares, por lo cual resulta de interés e importancia incluir el artículo por tanto que, como menciona el título del documento, es un derecho civil y pese a no hablar de guerra actualmente podemos encontrar propaganda violenta y apología del delito, los cuales no se deben incluir en los medios. Más adelante hablaremos de la protección de la niñez y conceptos como el horario protegido, por el momento nos enfocaremos en mencionar la *Convención sobre los Derechos del Niño* de 1989 en la cual contamos con un artículo completo enfocado en los medios de comunicación, precisamente el artículo 17, el cual menciona:

Los Estados Parte reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental. Con tal objeto, los Estados Parte:

- a) Alentarán a los medios de comunicación a difundir información y materiales de interés social y cultural para el niño, de conformidad con el espíritu del artículo 29;
- b) Promoverán la cooperación internacional en la producción, el intercambio y la difusión de esa información y esos materiales procedentes de diversas fuentes culturales, nacionales e internacionales;
- c) Alentarán la producción y difusión de libros para niños;
- d) Alentarán a los medios de comunicación a que tengan particularmente en cuenta las necesidades lingüísticas del niño perteneciente a un grupo minoritario o que sea indígena;
- e) Promoverán la elaboración de directrices apropiadas para proteger al niño contra toda información y material perjudicial para su bienestar, teniendo en cuenta las disposiciones de los artículos 13 y 18.

Sin decirlo textualmente, la Convención apela a la existencia de una regulación audiovisual enfocada en la protección de la niñez, que los resguarde del contenido agresivo para su desarrollo, alejándolos de situaciones violentas e incitándolos a la cultura, la ciencia y la paz con una visión internacional, cuestión que los medios de comunicación pueden hacer, implementar ideales positivos en las niñas y niños como la lectura o la investigación; con todo, difícilmente estas temáticas logran destacar debido a que el material que puede vulnerarlos es encontrado con mayor facilidad por ellos, en parte podemos decir que la responsabilidad cae en los padres por regalar un dispositivo electrónico a sus hijos en edades tempranas, sin conocer conceptos como el control parental, ni les enseñan a procesar lo que ven y escuchan, pero por otro lado, tenemos al Estado, el cual debe reforzar sus medidas de prevención para que la población no acceda a cierto contenido a temprana edad. Por su parte los artículos 13, 18 y 29, mencionados dentro del instrumento antes citado, hablan de la libertad de expresión, la crianza y la educación del menor, respectivamente.

En la *Convención internacional sobre la protección de los derechos de todos los trabajadores migratorios y de sus familiares* proveniente de la Organización Internacional del Trabajo (OIT)²⁵, cuya entrada en vigor fue en el año 2003, encontramos aspectos vistos y analizados anteriormente; en su artículo 13 nos habla de la difusión de apología y en el 16 de la protección de estado, individuos, grupos e instituciones. Tomar en cuenta este tipo de normatividad nos sirve para ampliar el campo de estudio sobre la violencia audiovisual y hacer visible la problemática planteada. En ocasiones al hablar de violencia se piensa en sangre, robos, homicidios, entre otro tipo de delitos, sin embargo, existen diversos tipos de violencia que pueden vulnerar a las audiencias y grupos sociales específicos como los antes mencionados.

Cerrando con el aspecto internacional de los derechos humanos encontramos la *Convención sobre los derechos de las personas con discapacidad*, instrumento aprobado por la Asamblea General de las Naciones Unidas, entrando en vigor en el año 2008, en el cual tenemos mayor presencia de los medios de comunicación en su artículo 8, fracción C, alienta a los organismos mediáticos a difundir una imagen de las personas con discapacidad que promueva y asegure el goce de sus derechos posicionándolos en una situación de igualdad con toda la sociedad. Su artículo 21 fracción D insiste en alentar a las organizaciones en hacer que sus contenidos sean accesibles para las personas con discapacidad, donde podemos incluir diversos tipos de subtítulos, sonidos e imágenes. Finalmente, en el artículo 24 fracción C, habla de la educación, señala la existencia de “medios de comunicación más apropiados para cada persona y en entornos que permitan alcanzar su máximo desarrollo académico y social”.

Con respecto a los últimos dos artículos, podemos decir que son aquellas acciones que permiten a una persona con discapacidad acceder al contenido o

²⁵ <https://www.ilo.org/global/lang--es/index.htm> (consultado: 20/06/2021).

poder entenderlo, sin importar la situación en la que se encuentre, por ejemplo, los noticieros con pequeños recuadros en donde una persona traduce todo a lengua de señas, los comerciales, series o películas con subtítulos de diversos tipos como los especiales para sordos, las cuales describen el entorno: ruidos de fondo, música, sonidos corporales o de animales (Talaván, 2011: 267), también conocidos como subtítulos descriptivos, de forma similar se cuenta con periódicos o libros con ediciones en *braille*, lugares especiales en los cines, entre otros. A diferencia de los documentos internacionales antes mencionados, incluye las palabras “medios de comunicación”, sin embargo, no hace alusión a la prohibición de la apología del delito, odio, discriminación con respecto a la difusión de material, lo cual consideramos es importante, al igual que los grupos mencionados con anterioridad, dicho sector también merece ese tipo de protección audiovisual.

En un principio habíamos mencionado la situación en Europa, en donde a mediados de los 90’s y principios de los 2000’s tuvo problemas con respecto a la programación televisiva por lo que comienza una serie de cambios en la regulación mediática que hasta la fecha sigue aplicando mejoras, como medida cada país de la Unión Europea debe tener un consejo regulador o un sector especializado, como el OFCOM (Office Of Communications) en el Reino Unido, el CSA (Conseil Superior de l’Audiovisuel) en Francia, la Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni (AGCOM) en Italia o el Consejo Audiovisual de Navarra en España, los cuales analizan el contenido y lo clasifican, hacen que se cumplan los derechos de las audiencias, protegen a las mismas del contenido, principalmente a los menores de edad, mientras buscan que no se viole la libre expresión (Dagnaud, 2007).

A nivel continental contamos con la Asociación Interamericana de Empresas de Telecomunicaciones (ASJET)²⁶, de la cual diversas empresas mexicanas forman parte, sin embargo, al igual que las primeras organizaciones internacionales analizadas en el apartado, se enfoca en los avances tecnológicos, orientándolos al crecimiento de la industria, buscando el beneficio de sus asociados, de acuerdo con su página oficial buscan el fortalecimiento del mundo digital a través de políticas en las cuales las nuevas tecnologías y los medios de comunicación se vean como aliadas estratégicas del gobierno.

Finalmente, podemos hablar de organismos especializados como la Federación Internacional de Periodistas (FIP)²⁷, fundada en 1926 para ser la voz de miles de periodistas y profesionales de los medios de comunicación, principalmente enfocada en la protección de quienes desempeñan actividades de escritura impresa que funciona como información. Dentro del organismo destacamos el documento titulado *Carta ética mundial para periodistas* en el cual se establece la forma de actuar de los profesionistas del área, en su punto número diez menciona las faltas profesionales graves del periodista, las cuales son: la distorsión mal intencionada, la calumnia, la maledicencia, la difamación y las acusaciones sin fundamento.

²⁶ <https://asiet.lat/sobre-asiet/> (consultado: 20/03/2020).

²⁷ <https://www.ifj.org/> (consultado: 05/04/2020).

Resulta curioso que no se marque como “grave” el usar imágenes duras, titulares ofensivos y victimizantes, así como no se hace mención a la violación de derechos humanos o la denigración con la difusión del contenido.

Como podemos observar la mayor parte de la regulación mediática se centra en alcanzar el mejoramiento tecnológico y llevarlo a cada rincón del mundo, lo cual se ha vuelto necesario e indispensable para la sociedad; estar al margen de los nuevos acontecimientos tecnológicos es sinónimo de ser una sociedad avanzada en muchos aspectos. Con ayuda de la globalización, el apoyo de las empresas, así como sus alianzas, esto se transforma en un buen mercado y lo pone en la mira de los gobiernos y entes privados que buscan crecer, sin embargo, queda desplazado el factor social; por un lado, le das tecnología a quien la necesita para poder entrar en contacto con el mundo, pero no se observa la capacidad que tienen los espacios mediáticos de influir en la personalidad, ¿o sí? Se crea un mundo digitalizado, pero también se le hace vulnerable al basto contenido violento que se encuentra inmerso en él, debido a la poca regulación con la que se cuenta.

Por otro lado, quienes pertenecen a estas instituciones mediáticas ven por sus intereses, la protección de sus derechos y apelan a la libre expresión, a la no cesura ni autocensura, ignorando u omitiendo los derechos de las diversas audiencias. Son pocos los artículos de la normatividad revisada los cuales hablan sobre la importancia de los medios de comunicación en la defensa de los derechos humanos y los diferentes grupos sociales, así como mayormente son aquéllos que hablan del avance tecnológico y el crecimiento mundial, situaciones que consideramos deberían estar a la par dentro de la normatividad. Es bastante positivo que el mundo quiera modernizarse cada día, llevando los inventos a cada rincón del mundo, pero debe considerar las posibles consecuencias negativas y los usos positivos que con ello pueden venir.

Normatividad nacional: leyes y reglamentos

Como siguientes puntos de análisis tomaremos la normatividad nacional en materia de comunicación audiovisual, con el fin de conocer lo que se menciona con respecto a la violencia, las clasificaciones establecidas en diversas leyes y reglamentos, los conceptos utilizados, cómo podemos vincular diversas áreas con los medios de comunicación para mejorar el contenido y su difusión, respondiendo a la pregunta: ¿cuál es el nivel de regulación que posee nuestro país actualmente? Mencionaremos las leyes principales con sus reglamentos correspondientes, organismos descentralizados y cámaras especializadas provenientes del gobierno, así como algunas instituciones que realizan actividades relacionadas con el tema, ya sea en cuestión de análisis de violencia o clasificación.

Como elemento principal tenemos la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, de la cual tomaremos como base el artículo 6, el cual habla de la libertad de expresión, derecho a la información por toda clase de medios, el acceso a las

nuevas tecnologías, así como a las telecomunicaciones y radiodifusión, haciendo mención a que estos últimos son considerados servicios públicos de interés general y la obligación del Estado para garantizar que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias, estas cualidades en el caso de las telecomunicaciones, para el caso de la radiodifusión dicho artículo en su apartado B, fracción III, menciona que deberán presentar: las condiciones de “competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3 de nuestra Constitución”.

Ya se ha mencionado el enfoque técnico que tienen algunos de los conceptos, resaltando la concepción de “calidad” como la más importante, la cual está orientada en cuestión visual, de recepción y reproducción de imágenes, video y sonido, escala, nitidez, frecuencia de la señal, entre otros aspectos técnicos, y que nuestro enfoque se vería orientado hacia el sentido profesional, en el cual la distribución y creación de contenido en los medios de comunicación sean elaborada mediante análisis científico, benéfico para sociedad, con mensajes de cultura, valores, entretenimiento positivo, reflexión y sin vulnerar a las audiencias. Es interesante como en el artículo 6, antes señalado, la radiodifusión menciona cultura y valores mientras que las telecomunicaciones no lo hacen, sería conveniente que ambas mencionen estas áreas, por cuanto opinamos que están dentro de todos los medios de comunicación.

En el primer párrafo del artículo se mencionan las excepciones por las cuales se pondrá a discusión judicial o administrativa la difusión de ideas, siendo el ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, que incite al delito, o perturbe el orden público, como ejemplo podemos mencionar el caso de TV Azteca y su noticiero con Javier Alatorre el día 17 de abril de 2020 quien después de presentar una entrevista hacia el gobernador de Baja California, Jaime Bonilla, con información relativa a decesos ocasionados por el COVID-19, los cuales no concordaban con las cifras oficiales del subsecretario de salud, Hugo López-Gatell, realizó comentarios hacia éste último, en los cuales aconsejó a su audiencia no hacer caso a dicho personaje ni a la Secretaría que representa, esto último atrajo la atención del Estado y la Secretaría de Salud, en materia de telecomunicaciones se consideró como “perturbar el orden público” debido al contexto de la información vinculada en la situación sanitaria del país con respecto a la enfermedad.

El artículo 7 de la Constitución, se encuentra relacionado con el anterior, con nuestro objeto de estudio y algunas menciones antes realizadas, establece como inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas a través de cualquier medio, la obstrucción de los medios o vías utilizadas para su difusión, así como se establece la prohibición a la censura. Resulta de interés debido a la incógnita ocasionada con los límites que puede tener un periodista, redactor, creador de contenido, conductor o un relator con respecto al mensaje que desea dar o las

imágenes utilizadas, es decir, si el contenido resulta ofensivo, pero no sea sancionable, aun cuando también puede suceder a la inversa, una sanción sin algún motivo específico, será entonces necesario replantear la definición de censura (como lo hemos hecho en apartados anteriores).

Resulta importante tomar en cuenta que durante años los medios han estado en contra de dicho término y las represiones ocasionadas por ciertos grupos sociales, debemos considerar de igual manera las consecuencias negativas que recaen sobre los integrantes de un medio por difundir una opinión, foto, entrevista o investigación.

Anteriormente mencionamos las reformas constitucionales del 2013 en materia de telecomunicaciones, con ello la salida de la *Ley Federal de Radio y Televisión* y *Ley Televisa*, ésta última beneficiaba a la compañía homónima y su principal competidor, TV Azteca, reducía el tiempo al aire del gobierno, cedía control sobre el aspecto radioeléctrico a la empresa, considerado un bien nacional, situando ambas empresas como las grandes de México en materia de difusión de material audiovisual. Un año después aparece la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, como hemos mencionado anteriormente, orientada con una visión mayormente técnica. Desde su primer artículo establece esa postura:

Artículo 1. La presente Ley es de orden público y tiene por objeto regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes públicas de telecomunicaciones, el acceso a la infraestructura activa y pasiva, los recursos orbitales, la comunicación vía satélite, la prestación de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión, y la convergencia entre éstos, los derechos de los usuarios y las audiencias, y el proceso de competencia y libre concurrencia en estos sectores, para que contribuyan a los fines y al ejercicio de los derechos establecidos en los artículos 6o., 7o., 27 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Destacamos el respeto a los derechos de los usuarios y la audiencia, así como apegarse a los artículos constitucionales que mencionamos anteriormente, agregándose dos, 27 y 28, los cuales hablan sobre la protección de recursos naturales, refiriéndose principalmente al espectro radioeléctrico y sobre la prohibición de los monopolios, respectivamente. Continuando con el análisis de la ley, podemos encontrar que menciona los derechos de la población que adquieren los servicios, también recae en aspectos técnicos, por lo cual, resulta interesante resaltar que dentro del artículo 2, se menciona la prohibición al uso de cualquier tipo de discriminación que atente contra la dignidad humana, siendo esto lo más cercano con relación a la violencia mediática.

Posteriormente nos ofrece algunos conceptos como banda ancha, de frecuencias, canal de transmisión, calidad (la cual ya hemos mencionado antes), interconexión, satélite, entre otros. Mencionaremos algunos que consideramos fueron omitidos y con respecto a la ley son importantes: en el artículo dos nos habla de algunos tipos de audiencias y usuarios, sin embargo, no se da un concepto de las primeras, mientras que de las segundas encontramos uno, pero consideramos

no es tan relevante y está orientado al tema tecnológico. Aporta conceptos como radiodifusión y telecomunicaciones, pero sería apropiado añadir algunos específicos como radio y televisión, así como se da el de película cinematográfica y por supuesto no se hace alusión al contenido mediático o audiovisual, que como ya hemos establecido, está inmerso en los medios de comunicación.

Definición importante también, debido a que estará presente en demás leyes y organismos importantes relacionados con el tema, será la del *espectro radioeléctrico* el cual según el glosario del IFT²⁸ menciona como el “Espacio que permite la propagación de ondas electromagnéticas sin guía artificial y con bandas de frecuencias que se fijan convencionalmente por debajo de los 3,000 gigahertz.” Podemos entenderlo como el espacio en el cual las ondas de transmisión de radio o televisión viajan de un punto de origen a un punto de destino sin la utilidad de un cable y las cuales dentro del territorio nacional serán controladas por el Estado debido a que es considerado un recurso natural y un bien de dominio público de la nación, cuyo uso será otorgado a las empresas mediáticas a través de concesiones asignadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones. Después de las reformas de 2013 dicho recurso toma gran importancia ya que vuelve a ser parte del Estado que había perdido control años atrás.

Continuando con la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, el título décimo primero nos adentra en lo relativo a los contenidos audiovisuales, en donde menciona la importancia de dicho concepto, pero sin mencionar una definición, por lo cual proponemos al contenido audiovisual como: la implementación de instrumentos perceptibles a través de los sentidos de audio y vista, en conjunto o independientes, utilizados en los medios de comunicación para ofrecer al espectador conocimiento, información y entretenimiento, así como una mejor y más amplia experiencia de éstos. Omitiendo la falta de una definición, el título centra su atención en el tema, mencionando las diferentes secretarías con las que se relaciona: la Secretaría de Salud, de Educación Pública, de Cultura, y de Gobernación, lo cual refleja la amplitud e importancia de los medios de comunicación.

Establece lineamientos con respecto a difundir la integración familiar, el desarrollo sustentable de la niñez, valores artísticos, históricos y culturales, igualdad, conocimiento científico y técnico, estimular la creatividad, el respeto, la cultura de la prevención, el cuidado de la salud y el correcto uso del lenguaje, entre otros. Con relación a la violencia, se prohíben las transmisiones contrarias a principios de paz, no discriminación y de respeto a la dignidad de todas las personas, contenidos que estimulen o hagan apología de la violencia, también menciona que debe promover el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia. Con respecto a los derechos de las audiencias, se habla en sentido de los contratos, aspectos técnicos del servicio móvil y la no discriminación en la adquisición de un servicio.

²⁸ <http://www.ift.org.mx/que-es-el-ift/glosario> (consultado: 20/06/2021).

Como último punto con respecto a dicha ley, resaltamos la figura del “defensor de la audiencia” quien de acuerdo con el artículo 259 “[...] será el responsable de recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia” señalando que será asignado por el concesionario el cual preste el servicio o por un organismo de representación, labor interesante, estar al tanto de las audiencias y sus quejas, en principio podemos suponer que se ejerce en el sentido técnico, como la mayor parte de la ley, sin embargo, puede ampliarse a nuestro ámbito, el análisis audiovisual que no vulnere al espectador y que proteja sus derechos, siendo lo más cercano a un ente regulador físico.

El *Reglamento de Telecomunicaciones*, al igual que la ley de la cual se desprende, contiene normas relativas al aspecto técnico, las concesiones y los permisos de servicios públicos y privados, no se hace mención del contenido audiovisual ni siquiera en las posibles formas de sanción, recalcando así la necesidad que se tiene de incluir este aspecto en la normatividad. De igual manera podemos encontrar el *Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión*, en gran parte confiere la parte audiovisual y su regulación a la *Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía*, pero destacaremos lo mencionado en uno de sus artículos:

Artículo 34.- Queda prohibido a los concesionarios, permisionarios, locutores, cronistas, comentaristas, artistas, anunciantes, agencias de publicidad, publicistas y demás personas que participen en la preparación o realización de programas y propaganda comercial por radio y televisión lo siguiente:

- I. Efectuar transmisiones contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad nacional, a la paz o al orden públicos;
- II. Todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto de los héroes o para las creencias religiosas, así como lo que, directa o indirectamente, discrimine cualesquiera razas;
- III. Hacer apología de la violencia, del crimen o de vicios;
- IV. Realizar transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante palabras, actitudes o imágenes obscenas, frases o escenas de doble sentido, sonidos ofensivos, gestos y actitudes insultantes, así como recursos de baja comicidad;
- V. La emisión de textos de anuncios o propaganda comercial que, requiriendo la previa autorización oficial, no cuente con ella;
- VI. Alterar substancialmente los textos de boletines, informaciones o programas que se proporcionen a las estaciones para su transmisión con carácter oficial;
- VII. Presentar escenas, imágenes o sonidos que induzcan al alcoholismo, tabaquismo, uso de estupefacientes o de sustancias psicotrópicas, y
- VIII. Transmitir informaciones que causen alarma o pánico en el público.

Podemos observar una lista, en nuestra opinión completa, de los posibles infractores y las prohibiciones, destacamos la discriminación, alteración de paz y orden público, apología, de forma más extensa en cuanto a otras leyes, de la violencia, del crimen o vicios, la provocación de alarma o pánico, presentar

imágenes o sonido que alienten a la drogadicción, lo cual se podría ampliar a cuestiones delictivas, y la mención acerca de transmisiones que corrompan el lenguaje o las buenas costumbres como obscenidades, doble sentido, sonidos ofensivos e insultantes y la baja comicidad, advirtiendo que varios de estos últimos puntos resultan populares y frecuentes en producciones nacionales, también es importante mencionar la protección del Estado hacia cierto contenido.

En los tres artículos posteriores al citado señala lo que será considerado como apología, corrupción de lenguaje y aquello contrario a las buenas costumbres, uno para cada numeral en el orden mencionado (artículos 35, 36 y 37). En el primer caso, se considerará apología cuando se aconseje o incite al desorden, robo, crimen, destrucción de bienes o la justificación de un hecho delictivo. Para el segundo caso (corrupción de lenguaje), cuando las palabras puedan llegar a ser tomadas como procaces o de connotaciones sexuales. El último caso, ir en contra de las buenas costumbres, será todo aquello que estimule ideas o prácticas contrarias a la moral, integridad familiar, el pudor, la decencia, incite la prostitución o justifique relaciones sexuales ilícitas y promiscuas, así como aprobar el tratamiento no científico de la drogadicción y alcoholismo.

Como mencionamos, el aspecto técnico predomina y la definición de algunos conceptos no aparecen, a pesar de ser mencionados, la clasificación se vuelve tarea de la RTC por lo cual no aparece en dicha ley, pero establece que debe ser acatada por los medios o en caso contrario proporcionar su clasificación en su guía o al inicio de sus secciones y programas. Todo lo relacionado con las TIC's resulta importante, los puntos del último reglamento mencionado son útiles y benefician al consumidor de los servicios, no obstante, el aspecto principal que investigamos no está inmerso y resulta importante incluirlo, aun cuando desde cierto punto de vista puede llevar a extender la ley o hacer confuso lo establecido, pero eso no lo hace menos indispensable o un motivo razonable para dejarlo fuera, sin embargo, aunque consideramos indispensable el análisis audiovisual, también pensamos que dicha normativa funciona sin ello, por lo que una ley o reglamento en materia audiovisual independiente resultaría eficaz.

Lo anterior mencionado engloba gran parte de los medios de comunicación, aun así, podemos encontrar otro tipo de normativa más específica como la *Ley Sobre Delitos de Imprenta*, apegándonos a medios como los periódicos o revistas. Con anterioridad hemos mencionado casos en donde los titulares y el uso de imágenes resultan ser una falta a la dignidad, se hace alusión a la discriminación o resultan ser victimizantes. Dicha normativa en su artículo 2 menciona los atentados a la moral, destacando la apología del delito, ya sea defendiendo, disculpando o aconsejando las faltas de los autores. En el artículo 9 se mencionan las prohibiciones, principalmente a la difusión de material relacionado con actos delictivos en alguna de las fases del proceso penal, siempre y cuando sea sin consentimiento de alguno de los interesados, actualmente ligado a la *Ley Ingrid*, que busca sancionar a quienes difundan información e imágenes de las víctimas de un hecho sin consentimiento. En ambos artículos se alude a la defensa de las

víctimas de atentados al pudor, estupro o violación y, por consiguiente, a la difusión de contenido relacionado con ellas. Consideramos que se encuentra inmersa la cuestión de propagar imágenes o texto que resulte vulnerante o explícito de las situaciones antes mencionadas.

Con respecto a los espacios mediáticos impresos tenemos el *Reglamento Sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas*, que nos señala en su artículo 6 aspectos contrarios a la moral pública y la educación en los titulares y el contenido, en donde resaltamos algunas consideraciones: aquellos escritos, dibujos, grabados, pinturas, impresos, imágenes, anuncios, emblemas, fotografías y todo lo que directa o indirectamente induzca o fomente vicios y constituya por sí mismo un delito, relatos que induzcan al desprecio hacia normas o costumbres nacionales y proporcionar o enseñar métodos para la realización de actos contrarios a las leyes, la moral y las buenas costumbres. Ya hemos proporcionado algunos ejemplos de titulares e imágenes fuertes en medios impresos, los cuales violan lo establecido en el reglamento pero, así como incumplen la norma, también parece que empiezan a tener mayor frecuencia y popularidad.

En éste punto podemos sumar la *Ley General de Víctimas* y su artículo 115, fracción VIII, con el cual corresponde al gobierno federal vigilar y promover directrices para que los medios de comunicación fortalezcan la dignidad y el respeto hacia las víctimas; por su parte la fracción IX menciona que de no hacerlo, deberán ser sancionados con respecto a lo establecido en la norma, en los últimos tres documentos legales revisados encontramos apartados que establecen las sanciones posibles de incumplir alguno de sus artículos, sin embargo, podemos notar poca efectividad ya que algunos medios impresos suelen colocar imágenes de víctimas de delitos graves en su primera plana para llamar la atención, sumados a un encabezado burlesco, lo cual es claramente una falta hacia la dignidad.

Adentrándonos en el cine, como un medio de comunicación, encontramos la *Ley Federal de Cinematografía*, que nos muestra la primera clasificación de medios audiovisuales, también la regulación en el sentido comercial y algunos conceptos como película²⁹, o industria cinematográfica nacional, de acuerdo con su artículo cuarto, ésta última es “[...]un vehículo de expresión artística y educativa, y constituye una actividad cultural primordial, sin menoscabo del aspecto comercial que le es característico”, cuestión interesante, debido a que, como mencionamos anteriormente, a pesar de producir gran cantidad de películas, no todas tenían una propaganda o difusión adecuada, sólo aquellas pertenecientes a grandes empresas y con lo cual, cabe mencionar, no incluyen aspectos educativos o culturales realmente influyentes o positivos.

Pasando a la clasificación, en su artículo 42 menciona que será establecida por la Secretaría de Gobernación a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, y en el artículo 24 establece que, apoyado en el organismo

²⁹ En nuestro capítulo uno página 12 se ofrece una definición de película.

especializado, antes de la exhibición, distribución y comercialización de alguna película se deberá asignar alguna de las categorías del siguiente artículo:

ARTICULO 25.- Las películas se clasificarán de la siguiente manera:

- I.- "AA": Películas para todo público que tengan además atractivo infantil y sean comprensibles para niños menores de siete años de edad.
- II.- "A": Películas para todo público.
- III.- "B": Películas para adolescentes de doce años en adelante.
- IV.- "C": Películas para adultos de dieciocho años en adelante.
- V.- "D": Películas para adultos, con sexo explícito, lenguaje procaz, o alto grado de violencia.

Las clasificaciones "AA", "A" y "B" son de carácter informativo, y sólo las clasificaciones "C" y "D", debido a sus características, son de índole restrictiva, siendo obligación de los exhibidores negar la entrada a quienes no cubran la edad prevista en las fracciones anteriores.

Más adelante analizaremos con mayor detenimiento la dirección encargada y las definiciones que nos otorga, por el momento sólo puntualizamos en aspectos de interés. Dentro de esta primera clasificación encontramos cinco asignaciones, principalmente divididas por rango de edad: público en general o cualquier edad, siete, doce y dieciocho años, ya habiendo mencionado nuestro problema con conceptos como adulto, destacamos el uso del término "lenguaje procaz", que se debe diferenciar de lenguaje soez, éste último más vil, ofensivo o grosero, el primero con acercamiento a lo sexual. Igualmente menciona que las primeras tres áreas son de carácter informativo y las últimas dos restrictivas, siendo obligada la edad mínima para visualizar la proyección de alguna película con dichas características, aun cuando resulta común ver a menores en salas en las que no deberían estar, situación que recae sobre la empresa de distribución cinematográfica, la falta de profesionalismo en sus empleados y el raciocinio de los padres.

Es importante resaltar que la mayoría de las proyecciones dentro de los cines son de películas extranjeras, principalmente provenientes de los Estados Unidos, por lo cual, ya están clasificadas por el organismo especializado del país de origen, clasificación que en su mayoría resulta similar pero no idéntica a la nuestra, debido a esto, en ocasiones México termina por aceptar la clasificación asignada y en otras aumentando o disminuyendo el rango de edad, en algunos casos resultando ser una decisión cuestionable, mencionamos el caso de *Deadpool* y la nula restricción de edad que tuvo en nuestro país cuando en otros, como China, incluso se prohibió. Puede resultar complicado adaptar o aceptar una tipología cuando el *filme* no es elaborado en tu país, independiente de eso pueden realizarse cambios, como en el ejemplo antes mencionado, pero deben estar fundamentados, no basta con saber qué clasificación posee en el lugar de origen y adaptarlo, es necesaria una revisión de la cinta y establecer niveles de violencia y edad adecuados para un mejor control de contenido en cada país.

Sumado a la temática podemos revisar el *Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía*, en el artículo 18: “[...] cuando se incluyan escenas explícitas, no ficticias, de violencia, tortura o actividad sexual y genital, o cualesquiera otra, para cuya filmación se presuma la comisión de un delito o alguna violación a las leyes, así como la apología de dichas conductas, no serán autorizadas por la Dirección General para su distribución, exhibición pública o comercialización y, cuando corresponda se dará parte a la autoridad competente.” Resulta interesante debido a que, en ocasiones, únicamente se otorga una clasificación para mayores de dieciocho años o un horario elevado, cuando incluso podrían no proyectarse.

Finalmente, para la parte comercial el artículo 50 menciona que los envoltorios o paquetes de las películas u otro material audiovisual con formato físico, deben tener cintas en las cuales den a conocer la clasificación otorgada por la RTC, en caso de películas y series, o el organismo encargado del medio para clasificar su contenido, como la ESRB³⁰ para el caso de videojuegos, etiqueta que debe señalar si se incluye lenguaje procaz, alto grado de violencia, drogas o sexo explícito, entre otros.

Como se pudo observar en la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión* son diversas las áreas y secretarías que remarcan la importancia de los medios de comunicación, una de ellas y que nombramos con gran relevancia es el sector encargado de una parte importante del desarrollo humano, la adquisición de conocimiento a través de la educación, en la *Ley General de Educación*, específicamente su artículo 74, con relación al 7 y 8, menciona la intervención que deben tener los medios en la formación educativa, fomentar valores, cultura, el conocimiento de los derechos, actitudes solidarias y positivas, nutrición, educación física, las artes, la investigación científica, contribuir al desarrollo integral, reconocer la diversidad lingüística y los derechos de los pueblos indígenas, la justicia, conocimientos democráticos, entre otros aspectos sociales los cuales resultan indispensables en distribuir información y entretenimiento.

Destacaremos uno de los puntos del artículo 8 el cual menciona la calidad y una definición para temas relacionados con el área en cuestión y los medios diversos, entendiéndola como “[...] la congruencia entre los objetivos, resultados y procesos del sistema educativo, conforme a las dimensiones de eficacia, eficiencia, pertinencia y equidad.” Características que pueden ser tomadas de forma mediática para la difusión de material con fines de apoyo educativo como lo pueden ser la diversidad de series, programas, películas documentales, canales especiales, en busca de solidaridad hacia las niñas, niños y adolescentes, mejorando considerablemente su programación y contenido, ya que resultan indispensable una gran cantidad de material audiovisual educativo para todas las edades, además amplían el concepto que hasta ahora se mantenía como algo técnico.

En la *Ley General para la Igualdad de Hombres y Mujeres*, en sus artículos 17 fracción XII y el 42 fracción V, aluden a los medios de comunicación masivos, el

³⁰ Entertainment Software Rating Board.

primero enfocado en la erradicación del uso de estereotipos sexistas o lenguaje de la misma índole, mientras que el segundo se enfoca en la promoción de la pluralidad, no discriminación y difusión del principio de igualdad entre hombres y mujeres, ya sea a través de medios electrónicos e impresos. Consideramos que ciertas producciones siguen teniendo clichés de género, la señora que se queda en casa y utiliza cierto atuendo, como el mandil, o realiza cierta actividad comercial, tener una fonda, el hombre alcohólico, provocador de problemas familiares y que suele tener trabajos que detesta, alejándonos un poco también podemos encontrar estereotipos clasistas, forma de vestir, de hablar, la profesión, entre otros.

Podemos igualmente mencionar la *Ley General para la Inclusión de Personas con Discapacidad*, en su artículo 19 fracción IV señala que los medios de comunicación deben dar una buena imagen e incorporar la participación de dicho sector de la población en la programación mediática, así como fomentar la sensibilización hacia ellos, recalcándose en el *Reglamento de la Ley General para la Inclusión de las Personas con Discapacidad*, en su artículo 59 y en el 23 menciona a los medios de comunicación como instrumento para difundir los derechos laborales, el respeto y la no discriminación. Es poco común visualizar personajes con discapacidad, así como actores, actrices, escritores o directores famosos con estas características, también resulta difícil encontrar un protagonista con alguna discapacidad, mayormente relegados a personajes secundarios y poco explorados e interesantes.

Añadiendo mayor normativa con base en eliminar la discriminación sumamos la *Ley del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas*, otorgando en su artículo 4 fracción XLV, el deber del instituto a promover medidas eficaces para que los pueblos indígenas puedan tener sus propios medios de comunicación respetando sus culturas e idiomas, así como el libre acceso a medios de información públicos y privados ajenos a los suyos en condiciones de equidad e interculturalidad y sin discriminación alguna. Es muy conocido que las señales de transmisión suelen tener límites, se pierde o no cubre ciertas zonas del territorio nacional, dicho esto, en zonas indígenas y algunas comunidades rurales no cuentan con mucha tecnología para desarrollar o adquirir algunos servicios, pasando al contenido, no existe gran número de programas, fuera de los documentales que trabajan estos temas y en cuanto a personajes no se les da el respeto merecido, podría inclusive decirse que reciben cierto estereotipo.

Normatividad que resulta de interés debido a los frecuentes y notorios movimientos relativos al tema es la *Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia* en su artículo 38 fracción VIII concede al *Programa Integral para Prevenir, Atender, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres* el deber de vigilar que los medios de comunicación no fomenten la violencia en contra de las mujeres, por el contrario deben fomentar el respeto a sus derechos humanos y su dignidad, erradicando todo tipo de violencia audiovisual en su contra, reforzándose dentro de su reglamento respectivo en el artículo 54 fracción VI, mencionando que de no hacerlo serán sancionados. En el artículo 41 fracción VIII

confiere a la federación vigilar que los medios no promuevan imágenes estereotipadas de mujeres y hombres, y alude a eliminar de la programación patrones de conducta generadoras de violencia, de no ser así serán acreedores a una sanción.

Recientemente, el 1 junio de 2021, se agregó el capítulo IV TER “De la violencia digital y mediática” en donde encontramos las definiciones de *violencia digital* y *violencia mediática*, señalando que tanto personas físicas como morales pueden cometer ambos tipos; posteriormente establece las medidas a seguir por parte del Estado cuando se presenten estos casos, volviendo a los conceptos señalados el primero esta descrito en el artículo siguiente:

ARTÍCULO 20 Quáter.- Violencia digital es toda acción dolosa realizada mediante el uso de tecnologías de la información y la comunicación, por la que se exponga, distribuya, difunda, exhiba, transmita, comercialice, oferte, intercambie o comparta imágenes, audios o videos reales o simulados de contenido íntimo sexual de una persona sin su consentimiento, sin su aprobación o sin su autorización y que le cause daño psicológico, emocional, en cualquier ámbito de su vida privada o en su imagen propia.

Y en el artículo siguiente encontramos el otro concepto mencionado:

ARTÍCULO 20 Quinquies. - Violencia mediática es todo acto a través de cualquier medio de comunicación, que de manera directa o indirecta promueva estereotipos sexistas, haga apología de la violencia contra las mujeres y las niñas, produzca o permita la producción y difusión de discurso de odio sexista, discriminación de género o desigualdad entre mujeres y hombres, que cause daño a las mujeres y niñas de tipo psicológico, sexual, físico, económico, patrimonial o feminicida.

Es interesante e importante la inclusión de estos tipos de violencia dentro de las diversas leyes y reglamentos, en este caso un sector el cual se ha visto vulnerado en diferentes formas, por lo cual incluir el formato digital y mediático en una época en donde predomina el uso de estas tecnologías es un logro, podemos decir que es el primer documento normativo que toca el tema mediático y audiovisual, también simbolizando años de lucha y protesta en busca de la seguridad de las mujeres, en éste aspecto recalcamos que dichas reformas también son conocidas como la *Ley Olimpia* y la *Ley Ingrid*, ambas surgidas de casos en que diversos medios de comunicación sirvieron como herramientas vulnerantes de dos jóvenes, la primera sanciona la difusión sin consentimiento del contenido íntimo de forma digital, mientras que la segunda busca evitar la filtración de contenido correspondiente a la víctima de un delito hacia los medios de información.

Volviendo al *Reglamento de la Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia* su artículo 10 fracción IV prohíbe el uso de lenguaje o imágenes que reproduzcan estereotipos o roles de género que refuercen y naturalicen la violencia en contra de las mujeres. Finalmente, en el artículo 59 Bis habla sobre la situación laboral y la intervención mediática, la cual tiene como función informar a la población sobre los supuestos que se consideran violencia laboral, de igual manera describe las formas de prevenirlas, atenderlas y erradicarlas. Este tipo de

vulneraciones hacia las mujeres, como hacia otros sectores de la población, refleja la importancia de esclarecer y ampliar conceptos debido a que “agresión” o “violencia” suelen ser considerados únicamente como sangre, golpes, lenguaje ofensivo, sin embargo, todas las formas de estereotipos e ideologías, mayormente machistas o clasistas, en el contenido audiovisual puede afectar negativamente la percepción de las audiencias.

En conclusión, la normativa cercana o que lleva en su nombre algo relativo a los medios de comunicación, no incluye temas de regulación audiovisual, menciona situaciones consideradas como incorrectas, pero que sin embargo podemos seguir observando, la necesidad de establecer límites profesionales entre la libertad de expresión y la dignidad, así como la reformulación de conceptos y definiciones, creación de tipologías englobando lo que pueda vulnerar a los diferentes grupos sociales, resulta evidente y necesario. Por otro lado, leyes alejadas de los medios, pero cuyo enfoque es orientado en los derechos humanos y algunas hacia ciertos sectores específicos de la población, remarcan la importancia que debe tener la difusión de contenido con temas de discriminación, apología al delito, sexismos, estereotipos o el utilizar la imagen de un individuo de forma inadecuada, consideramos que si bien son puntos interesantes los encontramos dispersos en toda la normativa, siendo una opción la recolección en un solo documento.

Organismos e instituciones

Pasando ahora a los organismos e instituciones relativos a los medios de comunicación comenzamos con el Instituto Federal de Telecomunicaciones, el cual es un organismo autónomo, que de acuerdo con su página oficial en internet³¹ se encarga de “[...]regular, promover y supervisar el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de telecomunicaciones y la radiodifusión (TyR) en México, así como el acceso a infraestructura y otros insumos esenciales, contribuyendo a garantizar el derecho a la información y el acceso universal a dichos servicios”. Como podemos ver, centra su atención principalmente en promover y regular la competencia económica de los servicios de comunicación, información y entretenimiento que ocupen como vía de transmisión el espectro radioeléctrico.

Cuenta con algunos objetivos como impulsar la diversidad y el mejoramiento de las opciones de los usuarios al escoger un proveedor, la condición de universalidad en la prestación de servicios y uso de tecnologías, la cuestión de calidad, que ya establecimos mantiene un sentido técnico y con respeto a los derechos de los usuarios, los cuales también son enfocados en cuanto a la parte tecnológica. Apegado a la ley y reglamentos de la materia, principalmente la *Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión*, el instituto no va más allá de las concesiones, contratos o la situación empresarial e innovación tecnológica, ¿es importante? Claro

³¹ <http://www.ift.org.mx/conocenos/objetivosinstitucionales> (consultado: 24/03/2020).

que sí, después de todo, los servicios deben prestarse de la mejor manera posible y conforme a lo que establecen las leyes en la materia mediática que refieren a la prestación de este tipo de servicios, sin embargo, el punto central de nuestra investigación, el contenido audiovisual, sigue sin ser explorado y, ya que es relativo al área del organismo, debería serlo.

Mencionamos en reiteradas ocasiones la Dirección General de Radio, Televisión Y Cinematografía³², así como su importancia en el área de análisis y clasificación de contenido, siendo la unidad administrativa encargada de ejercer las atribuciones de las leyes de radio, televisión y cinematografía, entre sus facultades supervisa los contenidos para poder clasificarlos y posteriormente transmitirlos, comercializarlos, distribuirlos o exhibirlos, también es la principal encargada del programa de radio *La Hora Nacional*. Tiene como misión vigilar el cumplimiento de la *Ley Federal de Telecomunicaciones* y difundir programación que refuerce los valores históricos, democráticos, culturales y sociales de la población. Como visión tiene que proveer lo necesario para el uso del tiempo que le corresponde al estado y fortalecer los procesos de regulación, supervisión y vigilancia de los contenidos con respecto a lo establecido en la normatividad, en éste último punto, y como analizamos en el apartado anterior, el aspecto legal no hace la mención necesaria sobre la violencia mediática, de modo que no hay una línea clara a la cual seguir en cuanto a la regulación.

En la página web encontramos la clasificación señalada al hablar de la *Ley Federal de Cinematografía*, es actualizada con la suma de la categoría B-15, no apta para menores de 15 años, situada entre la B y C, las asignaciones de un nivel serán tanto para radio, televisión y películas, para los primeros dos casos encuentran fundamento en la publicación del *Diario Oficial de la Federación* (DOF) del 21 de agosto del 2018 como los *Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringido*³³ en la cual menciona las clasificaciones de la siguiente manera:

[...]la **Clasificación "AA"** son programas dirigidos a las niñas y niños, con contenidos predominantemente positivos que tienen como fin promover el libre desarrollo armónico e integral de ese sector de la población; la **Clasificación "A"** son programas aptos para todo tipo de audiencias con contenidos que buscan propiciar la integración de las familias y la convergencia de audiencias; la **Clasificación "B"** son programas aptos para audiencias a partir de los 12 años de edad, en los cuales pueden mostrarse escenas o diálogos con violencia, adicciones o sexualidad en un contexto informativo y siempre que se encuentren justificadas y se muestren proporcionalmente sus consecuencias negativas; la **Clasificación "B15"** son programas aptos para audiencias a partir de los 15 años de edad en las cuales se permite un aumento gradual en las escenas o diálogos con violencia, adicciones o sexualidad, las cuales no deben ser detalladas y deben mostrarse sus consecuencias negativas; la **Clasificación "C"** son programas en los cuales pueden mostrarse diálogos, imágenes o situaciones que pudieran resultar inapropiados para personas menores de 18 años, sin que puedan incluirse escenas o diálogos de violencia, adicciones y sexualidad

³² <https://rtc.segob.gob.mx/> (consultado: 24/03/2020).

³³ https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5535366&fecha=21/08/2018 (consultado: 15/04/2020).

excesivamente detalladas; y la **Clasificación "D"** consiste en programación adulta, en la cual se permite contenido extremo de violencia, adicciones y sexualidad, es decir, son contenidos con elementos agravantes para el desarrollo armónico de los menores de edad, al incluir en un alto grado de exposición y detalle escenas, imágenes o diálogos con violencia extrema, contenido sexual explícito, consumo o inducción a consumo de drogas ilegales, tabaquismo y alcoholismo graves, y lenguaje soez u obsceno;

Como mencionamos con anterioridad, al analizar en primera instancia una división similar según lo establecido en la *Ley Federal de Cinematografía*, notamos que se basa principalmente en el rango de edad, pero dentro de la clasificación citada también expresa mayormente cada categoría, se protege el principio de interés superior del menor, se recalcan las consecuencias negativas de actos delictivos, y conforme avanza la edad, la libertad de visualizar o escuchar material se adentra en temas sociales difíciles de comentar.

Resulta curioso que temáticas sangrientas, sexuales, de adicciones sean considerados cosa de adultos, por otro lado, enviar material a dicha categoría no significa que deba contener netamente eso, alguien mayor de edad puede estar interesado en temas complejos o desagradables pero no forzosamente debe escucharlos o verlos explícitamente, de igual manera un programa de menores puede tocar temas como la sexualidad, el uso de drogas o violencia de forma tal que generen reflexión y puedan ayudar a comprender que no es correcto, así como dibujos animados hay para todas las edades, temas serios debe haber para todas y todos, siempre y cuando no se vulneren los derechos ni la susceptibilidad de la audiencia. En la página oficial del RTC se establecen horarios para el contenido, los cuales, de acuerdo con la clasificación asignada, son:

- I. Para la clasificación (AA) en cualquier horario;
- II. Para la clasificación (A) en cualquier horario;
- III. Para la clasificación (B) de las 16:00 a las 5:59 horas;
- IV. Para la clasificación (B15) de las 19:00 a las 5:59 horas;
- V. Para la clasificación (C) de las 21:00 a las 5:59 horas, y
- VI. Para la clasificación (D) de las 00:00 a las 5:00 horas.

Podemos decir que el contenido con temáticas complejas empieza a ser transmitido a partir de las 19:00 horas, es complicado saber si un joven de una edad menor a los 15 se encuentra dormido o viendo alguna otra cosa en televisión o escuchando la radio, de mayor interés resulta saber si los padres tienen el conocimiento del contenido de la programación y a qué hora es transmitido. De igual manera llama nuestra atención algunos criterios otorgados, uno de ellos es violencia, definida de manera insuficiente al decir que se trata de las "representaciones de violencia física, psicológica, verbal, de género o sexual". Podemos notar una especie de escala en la clasificación, la violencia se amplía en cada una de las categorías, desde decir que se prohíbe cualquier modalidad hasta afirmar que está permitida su utilización sin sentido siempre y cuando no haga apología del delito.

En el apartado de cinematografía utiliza los parámetros ya establecidos para radio y televisión, con la diferencia de que los últimos dos adquieren la cualidad de restrictivo, es decir, no todos pueden verla y será cuestión de la empresa de cine prohibir la entrada a personas que no cumplan el rango de edad correspondiente, mientras que las primeras serán informativas, es decir, mencionan los temas a incluir en la película. Es común que para cintas de clasificación alta te pidan una identificación para entrar, el caso de películas como *fifty shades of Gray* de 2015 o *Logan* de 2017. Es importante observar la forma en que se categorizan temas y conceptos para cada apartado, partiendo de la narrativa de fácil comprensión, hacia una más compleja la cual requiere uso necesario de criterio propio. Así como la inclusión de la violencia o sexo aumenta con los últimos niveles, también lo hace el lenguaje y llama la atención el último apartado que vuelve a mencionar el lenguaje procaz para películas asignadas a la D, en donde podría entenderse que hablamos de películas casi pornográficas.

Un área poco mencionada corresponde a los videojuegos, debido a la posible inexistencia de una normatividad oficial al respecto, podríamos incluirlos dentro de las telecomunicaciones, pero resultaría una manera fácil de evitar el tema, el cual ha dado mucho de qué hablar tras preguntarnos si éstos generan violencia o no. Existen algunos documentos como el *Reglamento para el Control y Funcionamiento de Maquinas de Videojuegos y Similares, para el Municipio de Canatlán, Durango* o el *Reglamento de Videojuegos y Juegos Electromecánicos de Uso Público para el Municipio de Tepatitlán de Morelos, Jalisco*, no obstante, están dirigidos a hacia los locales de *arcades* o máquinas de videojuegos, que hace algunos años eran muy populares, pero actualmente obsoletos, además de ser normativas municipales.

En relación con lo anterior, añadimos la falta de una normatividad, la cual ocasiona la falta de un organismo o instituto nacional experto en esta área, aunque de acuerdo con una entrevista de *El Universal* después de los hechos ocurridos en el Colegio Cervantes de Torreón, Coahuila, en enero del 2019, Rodolfo González Valderrama, director de Radio, Televisión y Cinematografía, aseguró que los videojuegos en México contarán con una nueva clasificación, similar a lo que pasa con las películas³⁴ pero ¿cómo se regulaban antes? Los videojuegos se clasifican por la empresa estadounidense *Entertainment Software Rating Board* (ESRB) y posteriormente se distribuyen a nivel internacional, incluyendo los juegos de empresas mexicanas, si un país cuenta con una empresa pos-regulatoria a la norteamericana, la cual en el nuestro no existía hasta ahora, es una situación independiente la decisión de cambiar o respetar la categoría asignada.

Aun cuando la empresa es de origen extranjera mencionaremos algunos puntos interesantes debido a que trabaja con los diseñadores de juegos nacionales y los productos que clasifican se venden en el territorio nacional. De acuerdo con su página oficial las clasificaciones que otorga son: E (everyone), para todo público,

³⁴<https://www.eluniversal.com.mx/nacion/van-por-reclasificacion-de-videojuegos-tras-ataque-en-colegio-cervantes> (consultado: 23/03/2020).

pudiendo contener dibujos animados, fantasía o violencia leve; E10+ (everyone 10+), contenido adecuado para mayores de 10 años, con dibujos animados, fantasía, violencia y lenguaje moderado o temas sugerentes; T (teen), para adolescentes mayores de 13 años, con posible contenido de temas sugerentes, violencia, humor crudo, sangre mínima, juegos de azar o lenguaje fuerte; M (mature 17+), mayores de 17 años y puede incluir violencia intensa, sangre y *gore*, contenido sexual o lenguaje fuerte; A (adults only 18+), apto para mayores de 18 años, puede contener escenas prolongadas de violencia intensa, contenido sexual gráfico y juegos de azar con dinero real; aportando una categoría poco frecuente, RP (rating pending) el cual es utilizado en el proceso de publicidad cuando el juego aún no está en venta y la clasificación está pendiente.

Posteriormente ofrece un glosario, en donde especifican sus etiquetas, de acuerdo con su página web, es un listado de descriptores de contenido que ayudan a clasificar el material o videojuego y que pueden llegar a ser motivo de preocupación o interés en padres de familia³⁵. Encontramos conceptos como violencia y algunas modalidades de ésta, como en dibujos animados, sexual, intensa o simplemente referencias. Los conceptos podrían mejorar en algunos aspectos, mencionamos también que el concepto visto en los primeros niveles como violencia moderada o leve no es apreciado en los descriptores, por lo tanto, sólo queda especular o deducir con respecto a los otros niveles. A continuación, tomaremos a consideración algunos conceptos que ofrece la ESRB dando nuestra opinión acerca de ellos:

Violencia, entendida como conflictos agresivos y desmembramientos sin sangre, podría ser más extenso o explicar que es un conflicto agresivo, dejando fuera aspectos de lenguaje o drogadicción que tienen sus propios descriptores, pero podría agregar o extender a golpes o la inclusión de algún delito en el juego.

Violencia intensa, como la representación gráfica y explícita de un conflicto físico, sangre, armas, *gore* (mutilaciones), heridas y muertes realistas y extremas, en principio da la impresión de ser un término más acercado a violencia explícita, tomando en cuenta que no hay algún otro parámetro que indique que se encuentra por debajo, es decir, leve, moderado, nulo, entre otros posibles.

Violencia sexual, la representación de violaciones u otros actos sexuales violentos. Hablando de violencia no es posible darse la libertad de dejar a la especulación o subjetividad de la audiencia, comprador o padre de familia, aquello considerado como un acto violento al decir “otros actos...” definición la cual termina por ser reiterativa y nada clara con respecto al parámetro que intenta explicar.

Finalmente uno de sus apartados publica el proceso de clasificaciones³⁶, que será diferente dependiendo del formato del cual se trate, juego físico, contenido

³⁵ <https://www.esrb.org/ratings-guide/> (consultado: 20/04/2020).

³⁶ <https://www.esrb.org/ratings/> (consultado: 20/04/2020).

descargable (DLC), digital o aplicación, ellos utilizan dos formas de revisar los juegos, a través de un cuestionario que detalla cualquier contenido relevante, como el lenguaje o la violencia, entre otros aspectos como las recompensas y los controles, la segunda forma siendo a través de un video mostrando como es la experiencia para el jugador, también conocido como *gameplay*, para poder ver el tipo de material correspondiente al análisis. Esto es aplicable a los primeros dos formatos, en cuanto a los últimos tienen cámaras especiales, pero siguen mayormente lo establecido por la *International Age Rating Coalition* (IARC)³⁷ quien se encarga de clasificar contenido digital.

Por último, hablaremos de una institución no gubernamental la cual realiza actividades relacionadas al contenido audiovisual y su categorización, así como su análisis detallado para ofrecer una opinión a la audiencia. *A favor de lo mejor*³⁸, una organización interesada en el discurso y material mediático, centrada en los efectos que ocasiona en la población, busca disminuirlos o reforzarlos, así como utilizarlos en favor de las audiencias y la sociedad para crear mensajes los cuales impacten de manera positiva y fomenten la solidaridad, generosidad, responsabilidad e impulsar el talento de la producción de series, películas y videojuegos. Para ellos el término calidad es entendido como el mejoramiento de la creatividad constructiva, afirmación de valores, pertinencia, adecuación y armonía comunicativa, siendo posible la inclusión de violencia, conducta sexual, lenguaje, vicios y adicciones, de forma positiva o con sentido.

Su página oficial cuenta con un apartado en el cual se mantiene al pendiente de las series de servicios de paga como *Netflix*, *Amazon video*, *HBO MAX*, entre otros de la programación de televisión de paga, películas en carteleras de cine y videojuegos, en los cuales contrastan la clasificación del país de origen, mayormente provenientes de Estados Unidos, la nacional y una que ellos asignan, la cual suele estar apegada y en ocasiones ser similar a la nacional. Usando una escala de tres secciones divididas en cuatro números, verde de 1 a 4, amarillo de 1 a 4 y rojo de 1 a 4, determinando el uso de violencia, conducta sexual, vicios y adicciones, lenguaje y vulgaridad, en donde verde 1 refleja una baja densidad y rojo 4 una alta densidad. De igual manera estiman la creatividad, la presencia de valores, los mensajes positivos y si acredita su recomendación o no.

Las instituciones nacionales todavía se encuentran lejos de comprender un aspecto regulatorio de calidad, gran parte de la problemática se debe a que no cuentan con una guía especializada, es decir, siguen lo establecido legalmente, pero no hay gran mención al contenido audiovisual, no se definen de manera acertada o suficiente los conceptos relativos a ello, su ámbito es muy técnico y concordamos con su importancia, pero también lo es el área de investigación en la cual nos enfocamos. En algunos medios específicos no se cuenta con una normativa, tal es el caso de la internet o los videojuegos, incluso en el aspecto

³⁷ <https://www.globalratings.com/> (consultado: 20/04/2020).

³⁸ <https://www.afavordelomejor.mx/> (consultado: 20/04/2020).

técnico o comercial, se apegan a la norma u organismos extranjeros, sin embargo, el primero podemos incluirlo en la legislación de telecomunicaciones. Concluimos en la necesidad de un reglamento, por no decir una ley, de contenido audiovisual, un mejoramiento y actualización constante del RTC en el área e incluso, la creación de una figura regulatoria experta en el tema, para cubrir el vacío legal.

CAPÍTULO III MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD

Teorías de los *mass media*

Los medios de comunicación y la sociedad han creado una estrecha e interesante relación, en la cual ambas toman elementos de la otra para crear realidades, los medios utilizando inspiración de la realidad y la realidad tomando como modelos a los medios, una acción recíproca y compleja que difícilmente podemos evitar o intentar eliminar. Este efecto sucede en las dos vertientes principales de la comunicación: la divulgación de información y el entretenimiento, ambas ofreciendo espacios de debate y opinión, la capacidad de interactuar con otros incluso a largas distancias, así como la retroalimentación e influencia que hacen los medios hacia la sociedad acerca de las costumbres, tradiciones y pensamientos, de manera similar en sentido contrario, siendo una fuente de inspiración a los diversos hechos sociales, para medios tanto informativos como de entretenimiento, siendo éstas dos razones por las cuales resulta importante investigar el área mediática dentro de las Ciencias Sociales y en un aspecto específico, para la Criminología, el contenido violento es un tema de interés.

Analizaremos algunas teorías de los medios de comunicación de masas y su relación con la sociedad debido a la capacidad de difusión que poseen, como mencionamos en capítulos anteriores, serán aquellos medios de comunicación que suelen tener numerosos receptores, los cuales representan a gran parte de la población catalogada como audiencia. En principio las grandes teorías se encuentran enfocadas a espacios de información específicos, ya sea televisión, radio y periodismo, sin embargo, no descartamos la posibilidad de aplicarse a los medios de entretenimiento, como cine o videojuegos, que cada día atraen a más personas, cuyos fines y propósitos resultan muy similares a los informativos.

Comenzaremos por revisar la recopilación de teorías de Dennis Mcquail (2000) en su texto *Introducción a las teorías de los medios de comunicación de masas*, como primer punto a destacar tenemos la división de posiciones respecto a los medios de comunicación y su función principal, divididos principalmente en dos: el enfoque *mediacéntrico*, aquel cuya atención está en la influencia de la comunicación y el ejercicio de los medios de comunicación a los cuales observan con mucha autonomía e, incluso, como agentes de cambio para la sociedad, impulsados principalmente por las nuevas tecnologías; por otro lado encontramos el enfoque *sociocéntrico*, el cual ve a los medios como un reflejo de los poderes políticos y económicos, dejando sin autonomía el ejercicio de la comunicación, siendo otra herramienta para la élite.

A estos enfoques principales se suman otras dos líneas divisoras del pensamiento, aquéllas que ven sobre los intereses y convicciones: como primer punto encontramos lo perteneciente al ámbito cultural y la expresión de las ideas; mientras en el segundo tenemos orientación hacia las fuerzas y los factores materiales, así como el aspecto económico. Mcquail (2000: 31) suma estas posiciones a las antes mencionadas y propone cuatro enfoques principales, los cuales menciona brevemente de la siguiente manera:

1. Un enfoque *mediaculturalista* implica conceder la mayor importancia al contenido y a la recepción de los mensajes mediáticos teniendo en cuenta la influencia del entorno individual inmediato.
2. Un enfoque *mediamaterialista* considera los aspectos político-económicos y tecnológicos de los medios de comunicación, y éstos reciben la mayor atención.
3. Una visión *socioculturalista* recalca la influencia de los factores sociales en la producción y recepción mediáticas y de sus funciones en la vida social.
4. Una perspectiva *sociomaterialista* considera que los *media* son más un reflejo de las circunstancias económicas que una de sus causas primarias.

Podemos tomar las cuatro ramas para expandir nuestra investigación, sin embargo, aquéllas relacionadas con el área culturalista (*mediaculturalista* y *socioculturalista*) son más apegadas al enfoque principal de este capítulo, ya que analizan la importancia del contenido, la retroalimentación con el emisor y su influencia en el entorno, mientras que las materialistas (*mediamaterialista* y *sociomaterialista*) se encuentran en un área mayormente económica, con temas relacionados al consumismo y la relación con el Estado, en donde podemos incluir las leyes que analizamos en el capítulo anterior, con una visión capitalista por encima de los efectos antisociales del contenido audiovisual, aun así ambas ramas principales parecen fundamentales para comprender la base estrecha e importante de la relación medios-sociedad, sin mencionar que sirven para introducirnos en las diversas áreas en que se puede intervenir.

Si bien se dice que los medios de comunicación tienden a elegir una de las posturas mencionadas, no parece correcto decir que todos van detrás de una misma corriente, serán factores como el tipo de medio, la empresa que lo dirige, incluso el gobierno en turno, para el caso de algunas teorías de cuestión económica, entre otros aspectos que definirán en qué dirección ir. No obstante, podemos encontrar una misma tendencia o variabilidad con relación a los temas culturales, sociales, políticos o económicos del material audiovisual, aun cuando un mismo proveedor de servicios cuente con diferentes espacios, como pueden ser televisión, radio y cine, de manera conjunta o separada, cada uno puede girar en torno a un enfoque, así como los tres dirigirse hacia el mismo, siendo importante para un análisis el tipo de postura seleccionada, ya sea mediocéntrica o sociocéntrica.

Como ya hemos establecido, el contenido audiovisual no es determinante en la conducta antisocial, pero si es un factor de riesgo, e incluso preparante. A tomar en cuenta, en este sentido Carabaza, Hernández y Martínez (2008: 302) nos hablan de factores de riesgo como elementos que orillan a un individuo a realizar actos

delictivos, por ejemplo, la educación, economía, ambiente familiar, entre otros. Por su parte, Rodríguez (1981: 470) habla de los factores preparantes como elementos exógenos, externos al individuo, de afuera hacia dentro y que pueden ser sociales (como una provocación) o de naturaleza mixta (como el alcohol), por lo tanto, al ser los medios de comunicación y el contenido audiovisual un elemento externo que distribuye material violento, los consideramos como un elemento que puede propiciar conductas antisociales. Así establecemos la importancia del enfoque *mediaculturalista* y su relación con el contenido audiovisual sin llevarlo al punto de hacerlo responsable de los cambios social e individuales de los últimos años, sumando también la variabilidad del mensaje, aquél planteado por el emisor como el significado otorgado por el receptor, el cual no siempre resulta ser el mismo, dando sustento a esto se encuentra el punto del entorno individual inmediato, la percepción de una idea puede variar dependiendo del contexto en que se percibe, mientras que para unos puede ser una idea positiva para otros puede ser negativa o simplemente no tener relevancia, por una comprensión desinteresada o errónea del mensaje.

Este último punto es de gran interés debido a que cada individuo tiene un contexto diferente, por lo cual un mensaje transmitido de manera audiovisual tendrá diversas interpretaciones. Stuart Hall (1890), en su modelo de *codificación-descodificación*, dice que los mensajes son enviados en forma de código, planeado de una forma específica por el emisor pero que al llegar a su destino influyen diversas circunstancias para que el mensaje sea comprendido con la intención del autor, en las cuales menciona que intervienen las condiciones de las audiencias, como los niveles de conocimiento del tema y las estructuras de significados, ya que el emisor puede poseer una base y relacionarlos con sus propias definiciones, mientras el receptor puede tener otros conceptos del mismo punto.

Hall centra su teoría en los programas de televisión, pero como ya hemos mencionado anteriormente algunas teorías funcionan de manera general para los medios de comunicación, ésta es una de ellas. Para esclarecer más este punto, como ejemplos de las diversas posturas que puede generar el contenido es común ver como se crean posturas alrededor de series, películas, videojuegos o música, entre otros medios audiovisuales, provenientes de diversos grupos que debaten si cierto elemento es bueno o malo, si los personajes funcionan, los diálogos son intensos o no, si se tiene un propósito y cuál es el mensaje real, incluso en un grupo que ha decidido que algo es bueno se debaten ahora pequeñas cosas dentro de éste para determinar por qué llegaron a tal conclusión y, en consecuencia, siempre existirá algo que para algunos sea aceptado y para otros no.

En principio podemos decir que la opinión recae en cuestión de gustos propios, pero ¿de dónde salen estos gustos? De nuestro contexto mediato, experiencias y forma de pensar, sumando el mensaje del autor, el cual puede o no ser idéntico al que le damos nosotros, lo que nos lleva a generar una postura con respecto al contenido que visualizamos y escuchamos. Con respecto a la violencia las ideas también pueden ser diversas, si es necesaria, si fue innecesaria, si hace falta o se

utilizó en exceso y lo que para algunos puede ser ofensivo para otros no, de esta forma conceptos como cultura, familia y educación en los medios necesitan una reinvencción apegada con la realidad actual y las necesidades sociales, para dejar de ser temas romantizados o idealizados que no son tangibles para la audiencia en su cotidianidad, por otro lado, relacionarlos con la violencia se vuelve de suma importancia al analizar el material audiovisual, pero con respecto a estos puntos, serán desarrollados en el último capítulo.

Cuando hablamos de teorías podemos intentar agruparlas por el parecido de su objetivo, como lo hicimos hasta ahora con el campo de los *mass media*, pero incluso en su recopilación podemos encontrar ramificaciones diversas que debemos explorar desde varios ángulos, las cuatro posturas antes mencionadas aparecen como las principales, pero Mcquail (2000: 39) señala tres enfoques alternativos que vale la pena mencionar: estructural, conductista y cultural. El primero, mencionado con un punto de partida mediocéntrico, retomando aspectos de áreas múltiples, principalmente la Sociología, pero también de la Historia, Derecho y Economía, centrando su atención en las organizaciones mediáticas y su relación con las sociedades, aborda temas como las pautas de contenido en dicha relación, en cuestión de efectos basa sus deducciones a través de análisis de entrevistas u otros instrumentos estadísticos.

El segundo enfoque tiene su base en la Psicología social, pero con algunos toques de Sociología, su principal interés es la conducta individual con relación a la elección, procesamiento y respuesta de los mensajes mediáticos, obteniendo datos de instrumentos como entrevistas, encuestas en condiciones reales u observación participativa. Desde su aspecto psicológico entra la rama del conductismo y la interferencia social que permite clasificar a los individuos en relación a su posición social. El tercer enfoque tiene sustento en las humanidades, Antropología y Sociolingüística, aplicado principalmente en el significado, lenguaje, en el contexto social y las experiencias culturales, centrado su atención en aquellas que son concretas o únicas, entrando en el área de la producción y recepción de los medios de comunicación, guiándose de instrumentos cualitativos, así como de las prácticas humanas y sociales significativas.

Los tres enfoques tienen un origen en las dos primeras líneas de investigación mencionadas, mediocéntrica y sociocéntrica, con una leve inclinación sobre una, pero sin ser exclusiva de ella, notamos como cada uno utiliza diferentes instrumentos y resultan interesantes las bases sobre diversas áreas del conocimiento, dejando ver lo amplio de las comunicaciones y las ciencias que pueden intervenir en su análisis, por otro lado se caracterizan por tener un objeto de estudio particular, por nuestra parte nos vemos inmersos en el enfoque estructural en primera instancia por su apego a las ciencias sociales, la importancia que tiene la relación medios-sociedad, las pautas de contenido y su importancia legal y significativa, aunque de igual manera podemos tomar algunos aspectos de los otros enfoques, como los instrumentos de análisis que nos aportan una visión más amplia.

Continuando con algunas teorías, Mcquail (2000: 32-33) reúne todos los postulados y principios de análisis para los medios de comunicación, de manera específica con la comunicación de masas, la cual el autor menciona como un proceso diferente al término “medios de comunicación de masas”, concepto que podemos entender como el ejercicio de la distribución de ideas y mensajes a través de diversos mecanismos (radios, televisión, cine, entre otros) con una presencia audiovisual y cuyo alcance poblacional es bastante numeroso, con cualidades diversas y en lugares distintos. El conjunto de las posturas da como resultado a cuatro teorías principales: *de ciencias sociales, normativa, operativa* y *de día a día*.

Repasando brevemente cada una de las teorías, según el mismo autor, la primera gira alrededor de la naturaleza, el funcionamiento y los efectos de los medios a través de observaciones sistemáticas y objetivas, también menciona que su campo es muy amplio, de manera que para cierto punto se vuelve algo incoherente, perdiendo su organización y formulación precisa; la segunda, enfocada en ¿cómo deberían de operar los medios de comunicación con respecto a los valores sociales? Tomando en cuenta su legitimación y configuración, así como la importancia de la percepción que tienen otras instancias sociales y las mismas audiencias sobre los medios, encontrándose principalmente dentro de un aspecto legal regulatorio como leyes, códigos de ética, políticas públicas con intenciones mediáticas y la regulación, cuestión que analizamos a fondo en el capítulo anterior con la regulación nacional.

La tercera teoría, nombrada *operativa* debido a las ideas aplicadas por los expertos en temas mediáticos con respecto a la labor y funcionamiento de cada una de sus áreas, como la selección de noticias que se presentan al día, el intentar que el contenido sea de agrado para el público, quizá no para todos, pero sí para la mayor parte posible del público, que los anuncios sean eficaces y útiles tanto para el espectador como para la marca que los solicita. Dicha corriente mantiene a los medios dentro de lo permitido por la sociedad, mientras los ayuda en su relación con la sociedad, buscando una mayor eficacia de las fuentes de información y, en consecuencia, una mejor conexión con las diversas audiencias. Teoría netamente de contenido, es decir, busca el mejoramiento del material presentado, otorgándole un fundamento y una función sin importar el tipo de medio, dejando de lado algunos aspectos como el político o el técnico.

Aunque se menciona como algo que puede aplicarse al estilo de una técnica o programa a seguir, Mcquail (2000, 33) menciona que se ha mantenido como una teoría ya que sigue ciertas pautas y busca efectos en el comportamiento, inclusive chocando un poco con la teoría anterior (la *normativa*), ya que entra en temas como la ética profesional, por ejemplo, en los periodistas con la selección de sus noticias, palabras e imágenes a utilizar. Quienes formulan estas teorías son conocidos como “investigadores de la producción mediática”, Mcquail destaca autores como Katz (1977) quien coloca en contraste a estos investigadores con los teóricos de la música, quienes pueden ver ciertas regularidades que los músicos no, sin la

necesidad de hacer música, por lo tanto, dichos investigadores serían un grupo de personas que analizan a los medios, encontrando fallas y mejoras, visualizando y escuchando desde fuera sin necesidad alguna de formar parte de las funciones del proceso mediático.

Finalmente, la teoría del *día a día*, que Mcquail también llama *del sentido común* con relación a los medios masivos de comunicación, toma como sustento que las personas tenemos cierto conocimiento mediático debido a una larga exposición que genera experiencias y, con ello, una mayor comprensión de lo que vemos y escuchamos, respondiéndonos ¿cómo un medio audiovisual puede encajar en la vida social o privada? ¿Cuál es la forma correcta de leer los contenidos? Y ¿Por qué leerlos de tal manera? Distinguimos las diferencias entre medios, la comprensión de los distintos géneros y contenidos, entre otros temas. Esta teoría surge para explicar la capacidad de elección coherente de contenido, ayuda con la configuración de los gustos diversos, es decir, por qué nos gusta cierto material que a otras personas no, aporta con la formulación de opiniones a “leer entre líneas”, a distinguir entre la realidad y ficción, ayuda a los medios para conocer qué tipo contenido proporcionar a su público, tomando en cuenta hacia donde dirigirá su influencia mediática.

El estudio criminológico relacionado con los *mass media* podemos orientarlo hacia las cuatro teorías mencionadas, quizá en mayor presencia con la *de ciencias sociales*, con respecto a la influencia mediática y los efectos antisociales que puede ocasionar. Para las otras ramas teóricas ya tuvimos un breve acercamiento a la *normativa* en el capítulo anterior, el cual retomaremos para el último capítulo, ya que los puntos legislativos forman parte importante para mejorar la situación mediática del país con relación a la calidad y posibles efectos en las audiencias. Dentro de la teoría *operativa* ya nos hemos planteado el ¿por qué? De diversos contenidos, concluyendo que deben estar bien estructurados a través de un proceso de análisis para ser transmitidos; por otro lado, entraríamos dentro de los llamados “investigadores de producción mediática” de Katz, ya que nuestra ciencia no es meramente de la comunicación por lo cual no comprendemos en su totalidad la actividad mediática, pero hacemos la investigación desde uno de los puntos de interés y nos adentramos por encima de lo posible.

Por su parte la teoría del *día a día* puede ayudarnos a comprender la elección del contenido violento sobre otro tipo para poder intervenir en el cambio de elecciones. Ya habiendo mencionado las principales posturas y enfoques de análisis repasaremos algunas de las teorías que resaltan de entre todas aquellas que ponen en evidencia la importancia de los medios y su relación con la sociedad, pero principalmente tomaremos las que pueden ayudarnos a dar sustento a nuestra investigación, mostrando como los diversos espacios mediáticos son un factor importante dentro de la sociedad y como su ejercicio irresponsable, con relación a la violencia, puede contribuir a generar conductas antisociales.

El uso de la telerrealidad

Plantear una definición precisa sobre la telerrealidad resulta complicado debido a que diversos autores aún debaten su significado, Cáceres (2007: 2) habla del método por el cual las televisoras se posicionan en el mercado a través de cambios en la programación, contenido, discurso, entre otros; Escudero y Gabelas (2016: 2), por su parte, hablan de “[...] realidades distantes, pero próximas. Desiguales, pero homogeneizadas. Reales, pero alteradas, filtradas. [...] la televisión transmite, a través de su pantalla, una(s) realidad(es) particular(es) a las audiencias. [...] Es la mostración del todo, pero con la perspectiva de una mirilla graduada de antemano.”

Partiendo principalmente de que no hablamos únicamente de un término que describe una teoría sino también de un fenómeno televisivo del cual se habla y surge como aquél que genera cambios en la programación en busca de finalidades específicas, dicho proceso se realizará de forma diferente dependiendo de la época y audiencia a la que se dirige, siendo los años de las últimas décadas del siglo pasado en que resalta mayormente dicho fenómeno (la fecha exacta de su aparición aún se debate). El principal efecto es buscar la manera en que la realidad plasmada en la programación sea tergiversada hasta el punto de lograr captar la atención del espectador y así la televisora al mando de dicho material pueda posicionarse, destacando dentro de todas las demás, como aquella que posee un canal o programa con más alto *rating* o nivel de expectación, Jauset (2008: 58) se refiere a este término como el “número estimado de espectadores que ven un programa o canal”. Tener un gran *rating* también significa tener mayor número de audiencia, sintonización y popularidad del momento.

Como se puede notar esta teoría está centrada en el medio televisivo por lo cual el apartado estará centrado mayormente sobre ese medio, sin embargo, eso no descarta que la idea se pueda aplicar con otros espacios mediáticos. Como primer punto tocaremos la parte teórica, en la cual la realidad presentada al espectador se mantiene alejada de la realidad, fuera de aquello que puede experimentar y sentir a su alrededor, es decir, las situaciones que se visualizan en pantalla resultan ser diferentes a lo que una persona puede vivir en el mundo real, pero son tan llamativas y atractivas a tal punto de cruzar la línea de lo ficticio y volverse real para la audiencia, ahora la realidad creada de forma mediática es auténtica, las personas quieren y piensan que su vida puede ser como lo visualizado, replican conductas, lenguaje o vestimenta con la finalidad de llevar un estilo de vida similar.

Dicho en pocas palabras, la televisión crea una visión falsa de la realidad, con el paso del tiempo se vuelve real, pero ¿por qué? O ¿cómo sucede esto? Es aquí donde entra el proceso mediático de producción de contenido. Tras la aparición de diversos canales y proveedores de servicios; para los empresarios de los medios de comunicación es importante posicionarse sobre las demás, llamar la atención para que los contraten, para que los vean, a través de todo lo que tienen para ofrecer. Tras varios años de programación presentada de diversas maneras, ya sean informativos o de entretenimiento, se llegó a la conclusión de que aquello que

sirve para atraer al público es lo extraño, extravagante, fantástico, raro, pero también lo privado, los temas íntimos y lo grotesco, debido a que la cotidianidad del mundo real es aburrida para la sociedad.

Diversos autores como Escudero y Gabelas (2016) o Bienvenido (2009) hablan de diversas etapas de la televisión y cómo el fenómeno de la telerrealidad fue apareciendo, describiendo dos principales eras televisivas, las épocas de la *Paleotelevisión* y la *Neo-televisión*, igualmente dependiendo del autor y del año de la fuente consultada se mencionará una tercera época, denominada como la *era moderna de la televisión*, en la cual nos encontramos actualmente. La primera se desarrolla desde la aparición de la televisión en los años de 1920 hasta los años anteriores a 1980, a lo largo de dicho periodo se reconoce a la programación televisiva como una fuente fiable de información y como un medio para el entretenimiento que no abusa de efectos visuales, temas complejos o incita al morbo del espectador, se otorga un peso cultural, pero principalmente se caracteriza por ser un mecanismo que permite ver el mundo como es y alcanzar a conocer aquello que nuestro entorno inmediato no puede mostrarnos.

La segunda época televisiva llega con los años 80's y 90's cuando la programación entra en competencia, se busca destacar y el *rating* se vuelve algo crucial para la duración de un programa, por lo cual, las televisoras recurren a utilizar las inseguridades de los espectadores, sus deseos y miedos, pero principalmente sus vidas llevadas a extremos inusuales haciéndolos parecer cotidianos. Las principales características de dicha etapa son: la pérdida de la línea divisora entre lo público y lo privado en la vida de diversos individuos como los famosos o los participantes de los concursos y la combinación de los elementos reales con elementos ficticios. La televisión comienza a visibilizar cosas que antes no se podían ver en cámara, lo cual llama la atención y levanta el morbo en los espectadores, con la aparición de la programación denominada como "*shows*", en sus diferentes modalidades tales como *reality shows*, *talk shows*, *celebrity shows*, *docuseries* (Gordillo y Ramírez, 2009), entre otros, que permiten ver la vida íntima de los participantes, conocer sus historias, trágicas en su mayoría, sus relaciones familiares o de pareja y los problemas que tienen en esas esferas de la vida, creando una relación con ellos para finalmente ver como sobresalen a la adversidad o por el contrario ver como pasan vergüenza ante jueces o la sociedad por su situación.

Un punto a destacar es la aparición del contenido "híbrido" de la nueva programación: en la época anterior estaba claro el rumbo de un programa, resultaba fácil distinguir si servía para entretener o informar, con un breve vistazo podías reconocer su género, sin embargo, con la inclusión de la realidad ficticia y su alcance a diversos canales y series, ambas categorías comienzan a vislumbrar sus diferencias, aparecen programas de entretenimiento con ciertas características informativas o viceversa, en ambos casos haciendo uso de situaciones reales pero en cierto punto despegando a lo irreal, en su mayoría haciendo uso del drama, despertando así la emoción en el espectador y manteniéndolo atento a lo que ocurre, mientras que los aspectos reales lo hacen sentir identificado con los

personajes o las situaciones, lo irreal lo hace soñar y salir de su mundo verdadero el cual puede no ser agradable.

Es durante la última etapa en donde se introduce la participación de los espectadores, ya sea de forma activa, semi-activa o parcialmente activa (Escudero y Gabelas, 2016), en donde la dirección que tomará el programa o la duración de los participantes en el mismo dependerá de los televidentes y éstos crearán grupos, debates y conversaciones alrededor del programa para mantenerlo al aire, debido a la sensación de formar parte importante del mismo es lo que introyecta una sensación de realidad. La era moderna, la cual mencionamos, es aún debatible, aparece alrededor del año 2010, cuando la internet comienza su crecimiento y expansión a gran parte del mundo, pero sobre todo su incorporación u absorción de los medios para ofrecer un formato digital, también las nuevas tecnologías independientes a la web, como la alta resolución y calidad de sonido que permiten visualizar de mejor manera lo ocurrido en pantalla, facilitando para los medios el crear una gran variedad de realidades, jugando con el espectador y su mundo real.

La telerrealidad será entonces aquel fenómeno televisivo, de cierta manera histórico, que cambia la programación y la creación de contenido, utilizando situaciones reales llevadas a extremos llamativos que usualmente no suceden en realidad, abusando del morbo y curiosidad de los televidentes, así como de su ánimo de ser parte de un programa, de su sentido de pertenencia o empatía con los actores y la situación, sin embargo, todo lo aparentemente real se encuentra rodeado de un conjunto de camarógrafos, guionistas, directores, productores y actores o participantes dispuestos a presentar su intimidad ante los demás, lo cual en conjunto crea en el espectador la idea falsa de que todo visto y escuchado en televisión es real, situación inicialmente caracterizada en los famosos programas denominados “*shows*”, actualmente podemos decir que cada día hay mayor contenido haciendo uso de este efecto para llamar la atención del público y conseguir un mayor *rating*.

Hablando acerca del contenido, el fenómeno fue impulsado por programas en los cuales un grupo de personas accedían a ser grabadas en cámara durante gran parte del día, como mencionamos anteriormente la fecha exacta de aparición de estos programas a nivel internacional aún está en debate. Bienvenido (2009: 14) habla del programa *Cops* de 1989, como uno de los precursores, en dicho programa se presentaba el día a día de varios policías, pero sin recurrir a eventos sobresalientes o fantasiosos, como en series actuales, posteriormente dicho recurso de grabar personas en su cotidianidad dio paso a los *reality shows* en donde se mostraba la vida, dependiendo del tipo de programa, de una o varias personas en diversas situaciones y aquí es donde se inyecta el drama que los haría populares, siendo el programa de mayor fama a nivel internacional *Big brother*, en el cual un grupo de personas convivían en una casa, de la cual no podían salir y, mientras competían por ser la última persona dentro, eran grabadas en todo momento, en donde el morbo, las situaciones vergonzosas y las disputas llamaban la atención del espectador.

Con el pasar de los años los programas abarcaron diversos temas: salud y belleza, como *Extreme makeover*, en el cual una persona insegura de su cuerpo se presenta frente a varios “expertos de la belleza” que la ayudan a “mejorar” su aspecto; música, canto y baile, como *La voz o Bailando por un sueño*, en donde los participantes tienen que demostrar que tan buen talento poseen y que son merecedores a ser reconocidos como artistas; programas de supervivencia como *La isla o Exatlón*, cuya finalidad es superar una serie de pruebas físicas mientras habitan en una zona natural no poblada, únicamente con los recursos que los rodean; los programas de bromas, chistes o diversión como *Me caigo de risa o parodiando*, que presentan situaciones cotidianas de forma cómica; como los mencionados encontramos ejemplos variados. La programación híbrida no se quedó en temas superficiales, alcanzó temas como el hogar, la familia, mascotas e incluso artefactos que pueden ser o no útiles, temas psicológicos, problemas sociales o individuales, todo fue llevado a la pantalla, podemos decir que ya no hay asunto privado que no se pueda encontrar en televisión o en algún otro medio.

En México este género televisivo es muy popular, *Big brother* tuvo varias ediciones e incluso podrías contratar canales especiales para poder ver la actividad diaria de los participantes, las 24 horas, los 7 días de la semana. Algunos de los ejemplos mencionados en el párrafo anterior son de programas que en 2021 se transmiten; por mencionar otros cuantos, destacan los programas de concursos por eliminatorias y en versiones semanales como *Reto cuatro elementos, Master chef, La academia*; programas que podemos denominar como de controversia o chisme con toques políticos como *Laura o Caso cerrado* y algunos otros que tratan temas complejos como situaciones simples, por ejemplo el amor, término y situación emocional que resulta difícil de explicar y analizar, pero que programas como *Enamorándonos* o anteriormente con *Doce corazones*, evita la complicada reflexión de la vida amorosa porque participar durante una hora en televisión lo arregla por ti.

Sin embargo, como mencionamos anteriormente, la telerrealidad no se detiene en los programas que retratan la verdad alterada, igualmente hablamos de contenido que pretende hacer de una ilusión algo real, una farsa-real por llamarle de alguna manera, ya sea de manera intencional o involuntaria, pero siendo un efecto que dicha programación ha ocasionado. Con respecto a estos últimos, podemos hablar del salto a otro tipo de géneros televisivos y claro la expansión a diversos medios, la telenovela es un tipo de contenido muy popular en nuestro país y en gran parte de América latina, de las cuales ciertos aspectos terminan siendo introyectados en la audiencia, la fórmula del amor de fantasía que surge de repente, la normalización de problemas familiares o la aceptación de estereotipos utilizados. No se les considera un *show* debido a que no tienen la intención de presentar la vida cotidiana de una persona común, pero suelen tocar temáticas sociales e individuales reales, pero con retoques dramáticos que atraen a millones de personas.

Teniendo en cuenta que una empresa creada para entretener debe mantener niveles de *rating* en sus programas, recurre a utilizar diversas herramientas que le permitan atraer a un público numeroso, el drama como la opción más popular, el chisme o la participación en problemas privados de una o varias personas, pero también de situaciones grotescas que a muchas personas atrae y que incluso pueden llegar a replicar, programas como *Fear Factor*, a inicios de los 2000, en donde los participantes estaban frente a una serie de pruebas extremas de las cuales podrían salir heridos, en la mayoría de los episodios existía una prueba repetitiva que consistía en comer cosas asquerosas, como gusanos, carne cruda e incluso un embrión de pollo, todo con la finalidad de ganar dinero en efectivo, además de que atreverse a realizar dichas acciones no sólo les otorgaba un beneficio económico sino también prestigio y reputación.

En México, de acuerdo con el *Reporte Trimestral de Audiencias de radio y televisión con Perspectiva de Género 1T 2020*³⁹, los programas más vistos por hombres y mujeres hasta el mes de junio del año mencionado son *La rosa de Guadalupe*, *Soltero con hijas*, *Vencer el miedo*, *Como tú no hay 2* y *Sin miedo a la verdad*, siendo el primero un programa serial cuyos capítulos no se conectan unos con otros, en el cual se presenta una problemática por episodio la cual se resuelve en gran medida por la fe católica, la cuestión a resaltar es el recurso de tomar sucesos actuales, llamativos y de interés general para plasmarlo en la serie utilizando el recurso dramático, alterando algunos puntos y con esto suavizando o satanizando los hechos. Aunque ha sido motivo de burla por un gran número de televidentes para otros, si bien no es verídico, se convierte en una fuente de información y un reflejo de lo que está pasando o puede pasar, por otra parte, el contexto religioso refuerza la idea de las deidades que cumplen promesas y resuelven conflictos cuando hay oración, la sociedad mexicana es muy religiosa, sumado el refuerzo mediático que genera un problema para otro tipo de contenido y dogmas, como la ciencia.

Los cuatro programas que le siguen al anterior son telenovelas, ya se mencionó su relación con la teoría en análisis, *Sin miedo a la muerte*, por ejemplo, presenta a un chico experto en informática que resuelve crímenes con sus habilidades, lo cual puede ser un buen punto de partida para dar a conocer elementos como la policía cibernética, aunque con diferencias en la serie, llevando a la audiencia a realizar preguntas como ¿Por qué no hay algo así en México? *Como tú no hay 2* muestra la vida de un joven mesero que un día cruza camino con un millonario parecido a él y con esto la confusión de muchas personas, lo cual lo hará tener diversas aventuras, en pocas palabras, el sueño del pobre convirtiéndose en millonario sin mucho esfuerzo, saltando a la pantalla y al imaginativo colectivo, en primer instancia el objetivo es entretener pero no implica que no pueda tomarse con seriedad e incluir conceptos reales y el tiempo para explicarlos de manera breve pero comprensible.

³⁹<http://www.ift.org.mx/comunicacion-y-medios/estudios-y-reportes-de-analisis-de-medios-y-contenidos-audiovisuales> (consultada: 10/06/2020).

De las primeras dos telenovelas en la lista de más vistos no hay mucho que decir, dramas románticos de comedia sin mucho trasfondo pero con una gran popularidad, es aquí donde saltamos a otros medios, la televisión ya no es el único instrumento que permite ver los seriales de este tipo, por ejemplo, la misma fórmula comedia-drama-amor es utilizada en gran parte de las películas nacionales estrenadas en cines como *No manches Frida*, en internet con plataformas como *Blim*⁴⁰ puedes ver contenido mexicano de este tipo en cualquier dispositivo, de igual manera existen ediciones impresas de revistas mensuales en la cuales la programación salta a lo escrito, puedes leer las noticias de tus programas favoritos, pero sobre todo, la vida privada de los participantes en *realities*, así como de actores y actrices, dando como resultado un *show impreso*.

Roura (2009: 120) nos recuerda las palabras de Emilio Azcárraga Milmo, quien por un tiempo dirigió *Televisa*, que actualmente es la empresa a la cual los 5 programas más vistos le pertenecen, al igual que las entregas cinematográficas de mayor difusión, dicho personaje dijo con franqueza que su televisión es para “jodidos” ya que son un público “ensimismado, acrítico y fiel” y que su finalidad era divertirlos para que su vida no fuese tan insufrible, contextualizando en la actualidad, la producción mediática en México deja mucho que desear, cerrándose a mostrar realidades fantasiosas muy dramáticas, románticas o simplemente cómicas, con estereotipos, jugando con el doble sentido en la mayor parte del contenido y con un catálogo de actores bastante pobre, desde cierto punto de vista cumple al entretener pero en ocasiones cae en lo absurdo y no se suele proponer algo más profundo o artístico.

Con relación a la violencia, la telerrealidad puede ayudar a la desensibilización o a la distribución del miedo, el pánico y la inseguridad. En ocasiones la violencia puede pasar desapercibida como un chiste de golpe, insultos que resultan divertidos, incluso los famosos programas en donde se muestran caídas cuya intención no es generar empatía, los videos son puestos en pantalla para el entretenimiento y diversión. Programas como *La Rosa de Guadalupe* y las telenovelas muestran en ocasiones casos de violencia en diferentes modalidades, intrafamiliar, de pareja, laboral, escolar, entre otros, para algunas la imposición de la fuerza es la respuesta para que algo bueno pase, en otras palabras en el mundo mediático la violencia es cotidiana y de cierta manera normal, un día te sucederá alguno de los casos, el jefe o compañero del trabajo que intenta abusar de ti, el compañero de escuela que te hará *bullying*, las infidelidades en tu relación amorosa, los malos tratos de familiares y la inseguridad en las grandes ciudades que no podrás evitar, como asaltos, robos u homicidios que se encuentran inmersos en la realidad mediática como algo indispensable.

Con los noticieros ocurre un efecto similar, iniciando con la inclusión del contenido híbrido, por ejemplo, el noticiero *De prisa y corre* de la cadena *Imagen televisión* presenta las notas de una forma diferente a lo convencional, con toques de

⁴⁰ <http://www.blim.com/> (consultada: 10/06/2020).

sarcasmo y humor, siendo una muestra de la mezcla de programación en secciones informativas; segundo punto, dentro de radio, televisión o periódicos la mayor parte de las noticias giran alrededor de la violencia, política o economía, lo presentado en pantalla es fuerte y real, pero en cierto momento dejan de serlo, existen situaciones que no se presentan en cámara, son olvidadas o, por el contrario, se les da un espacio pequeño que con el tiempo se va difuminando en el olvido, por lo cual el mundo es presentado a conveniencia y las noticias son preseleccionadas con un fin. La delincuencia, crímenes, lo horrible o trágico, esa realidad se presenta constantemente, genera miedo, desconfianza y pone a la sociedad en un estado de alerta constante y no en uno de prevención, tomar precauciones antes de salir no es similar a salir con temor de no volver.

Involución al *Homo Videns*

Desde los orígenes del ser humano la especie se ha mantenido en constante cambio, destacando visiblemente en apariencia física, pero también gracias a la evolución del pensamiento ha logrado adaptarse al medio ambiente y con ello comenzó la creación de artefactos que le permitían utilizar su entorno para vivir: desde el descubrimiento del fuego para mantener su calor corporal en épocas de frío, la creación de armas con palos y piedras como lanzas o flechas para ayudarse en actividades como la pesca, caza o la construcción de pequeñas chozas; la rueda, en pocas palabras, el transcurso del *Australopithecus* hasta el *Homo Sapiens* y, con éste último, la creación de la escritura, lo cual cambia radicalmente al mundo y su historia, se crean ciudades, canales de agua, minería, ganadería, agricultura, las preguntas recurrentes acerca de la existencia del ser, el planeta, las estrellas, el universo... y todo lo que le siguió, como dicen, es historia.

¿Por qué mencionar esto? El último eslabón evolutivo, el cual ocurrió ya hace miles de años, aparenta ser el definitivo, como si la evolución humana hubiese llegado al límite, al tope de sus capacidades y, por otro lado, hay quienes dicen que los inventos más novedosos –hablando de tecnología digital que facilitan la vida de las personas– ocasionan una serie de retrocesos, como principal factor de dicho proceso involutivo encontramos a los medios de comunicación y el contenido audiovisual que nos presenta, principalmente la televisión, debido a varios problemas que ya hemos planteado como la realidad alterada o el contenido nada fructífero para el individuo.

El *Homo Sapiens*, conocido también como “el hombre que piensa”, cuya cualidad nos ha traído hasta la era moderna con los inventos y constantes reflexiones para facilitar la vida social, se encuentra en un debate, anteriormente construían canales para evitar inundaciones y ayudar al sistema de riego, instrumentos que facilitaban el trabajo, con la revolución industrial gran parte de la producción era realizada por máquinas, sin embargo, el hombre seguía presente; la aparición del telégrafo, teléfono, radio, televisión e incluso el cine tenían un propósito de comunicación con tintes culturales de comprensión del entorno inmediato y difusión de información del

mundo desconocido, la internet llega con la intención de facilitar en mayor medida la difusión de información, conocimiento y comunicación, lamentablemente gran parte de los internautas no lo usan con ese fin, todos los inventos novedosos e instrumentos de última tecnología con uso de la red son cuestionables, puestos como falsas necesidades del ser humano, instrumentos sin un propósito real en la vida pero que se consideran fundamentales y crean un deseo por poseerlos.

¿Cuál es la finalidad de los nuevos inventos tecnológicos? En primera instancia podemos decir que facilitar la vida de la sociedad, pero ¿cuál es la diferencia entre facilitar la vida laboral o el aprendizaje y hacer del individuo un ser más ocioso y perezoso? Podemos decir que la perspectiva de cada quien acerca del beneficio que busca y la necesidad real de adquirir ciertos artefactos y la utilidad, aunque en gran parte de los casos las necesidades falsas predominan: comprar un celular de costo alto por la marca o situaciones más técnicas, por ejemplo, el tipo de cámara y su resolución influyen mucho en la decisión de una persona, debido al uso para redes sociales, haciendo a un lado el motivo principal por el cual es necesario un teléfono celular, es decir, la comunicación a distancia.

Regresando al punto central de la teoría, Ernst Cassirer (1948) habla del *Homo Sapiens* como un animal simbólico, el cual a través de la comprensión de alegorías del lenguaje encuentra una forma de comunicarse, comprendiendo así su entorno cultural y religioso, posteriormente estos simbolismos pasan a la escritura y lectura en donde cada sonido tiene un significado, por tanto la vida del ser humano se encuentra inmersa en definiciones y es el individuo quien las descifra mientras les da significado para mejorar su desarrollo y convivencia. Actualmente existen muchos lenguajes y significados, Giovanni Sartori (1998) incluye el lenguaje visual y lo atribuye al ámbito mediático, postulando así a un hombre que ya no descifra y crea símbolos, únicamente los recibe decodificados de todo lo que ve, el *Homo Videns*.

Sartori (1998: 26) habla de un proceso involutivo con la llegada de la imagen en la televisión, ya que el lenguaje o el habla queda relegado por el “ver”, explicándolo de la siguiente manera:

[...] en la televisión el hecho de *ver* prevalece sobre el hecho de hablar, en el sentido de que la voz del medio, o de un hablante, es secundaria, está en función de la *imagen*, comenta la imagen. y, como consecuencia, el telespectador es más un animal *vidente* que un animal simbólico. Para él las cosas representadas en imágenes cuentan y pesan más que las cosas dichas con palabras.

El autor menciona que la capacidad simbólica del *Homo Sapiens* está dentro del lenguaje, pero se pierde con los nuevos significados que otorga la imagen, la atención se encuentra en ver qué pasa o cómo sucede, no en la explicación de los hechos. El problema con los mensajes audiovisuales (como ya se mencionó en el primer apartado) son ambiguos, polisémicos en algunos casos, diversos factores contribuyen a la comprensión equivocada o correcta, descifrar lo que un autor nos quiere dar a entender es una tarea que pocos realizan al ver un programa de

televisión, muchos otros creen comprenderlo estando equivocados y algunos más no buscan un significado solo entretenimiento que satisfaga las necesidades del “ver”.

De igual manera Sartori (1998: 38) propone la idea del “vídeo-niño” como “el niño que ha crecido ante un televisor”, pequeños educados con la televisión, cuyo aprendizaje proviene del medio audiovisual antes de aprender a leer o hablar a través de las enseñanzas de mamá y papá, situación que comienza un proceso de absorción de conocimiento a través del “ver” en las pantallas, llevando a esas niñas y niños a convertirse en adultos con ningún interés por la lectura o el conocimiento de la cultura escrita, educados por la comprensión de los símbolos que ven, olvidando los que se inculcan de manera verbal-escrita, el autor sostiene que “nuestros niños ven la televisión durante horas y horas, antes de aprender a leer y escribir” (Sartori, 1998: 36). Los medios de comunicación son una fuente de información y una excelente herramienta para una buena educación, sin embargo, no debe sustituir la enseñanza paternal. Se hace común ver como los padres compran celulares o tabletas electrónicas a sus hijos que fundamentalmente son para entretenerlos con videos infantiles que pueden enseñarles ciertas cosas como los números, colores o el abecedario, pero en el peor de los casos es para “mantenerlos quietos” mientras se entretienen con cualquier cosa.

El autor menciona como el video-niño crecerá y se convertirá en un adulto lleno de información mediática, es decir, la mayor parte de su conocimiento provendrá de los medios audiovisuales, principalmente la televisión, su forma de hablar, vestir, sus ideales, la idea del bien y el mal, entre algunos otros conceptos complicados que se simplifican en los medios. Una persona que crece con aprendizaje visto y el simbolismo que representa, se aleja del conocimiento hablado y escrito, es más fácil sentarse a ver, en el mejor de los casos, un documental o un programa que hable de ciertos temas que aporten en el sano desarrollo, que tomar un libro o simplemente reflexionar sobre cualquier cosa mientras observan su entorno, la lectura se vuelve tediosa, investigar no genera interés, la inmensa capacidad de la red visual se limita al entretenimiento; los videojuegos en línea y su popularidad creciente son un claro ejemplo, jóvenes pasan la mayor parte de su tiempo frente al monitor jugando antes que pasear en el parque apreciando la naturaleza.

Actualmente muchos jóvenes pasan horas frente a las pantallas ya sea en un televisor, teléfono celular, monitor o algún otro aparato, las tendencias o modas de internet se hacen populares entre menores de edad al grado de intentar reproducir las hazañas, bailes, videos, juegos, muchos adolescentes aspiran a ser jugadores profesionales de videojuegos, los famosos *eSports* en los cuales ya no necesitas ejercitarte o moverte demasiado, con tener la habilidad suficiente sobre el mando de la consola o el conjunto teclado-mouse puedes ganar mucho dinero, incluso sin ser profesional o buen jugador; es suficiente con tener una buena computadora que te permita realizar directos en *Facebook*, *Twitch* o alguna otra plataforma en donde con tu personalidad y carisma puedas ganar dinero, otra opción es darse a conocer por subir contenido a plataformas como *YouTube*, *Instagram* o *Tik tok* y convertirse

en un *influencer* que trabaja con ciertas marcas publicitarias, siendo llamativo para los jóvenes que ven una alternativa al estudio, siendo el mundo virtual una salida del mundo real.

Sartori da gran relevancia a la imagen y divide el aprendizaje simbólico en visual y vocal, el primero siendo aquel que sostiene su teoría del *Homo Videns*, el segundo aquello establecido por años y daba sentido al *Homo Sapiens*, agregaríamos el lenguaje auditivo, el cual en cierto momento se mezcla con el primero para generar un mayor impacto. ¿Qué atrae más, la imagen o el discurso? Siguiendo la postura del apartado, la imagen, sin embargo, el discurso también tiene su peso en cuanto a influencia mediática, cuando en una publicidad se presenta un artículo, por ejemplo, un pantalón, lo ves y piensas que se ve bien, una modelo lo usa y aparece la marca, lo cual reflejaría el precio y finalmente se reproduce la oración promocional o eslogan, mismo que, en ocasiones, resulta decisivo para comprar un producto “siéntete como...” “luce como...” “ve al futuro con...” por citar unos ejemplos.

Con el último punto podemos agregar el determinado efecto *priming*, teoría y concepto proveniente de la psicología y aplicado en diversas áreas, constando de diferentes tipologías, las cuales pueden ser: conceptual, semántico, intramodal e intermodal (López, Macbeth y Razumiejczyk, 2008), para otros autores también puede ser clasificado como semántico, conceptual, perceptual, inverso, asociativo y motivacional (Farfán y Guevara, 2018). De manera conjunta siendo la influencia, ocasionada en la memoria por la recepción de estímulos, para nuestros casos audiovisuales, que buscan crear en las personas una respuesta específica relacionada con dicho estímulo para uno posterior, destacan el *priming asociativo*, que Farfán y Guevara (2018: 28) conceptualizan como “aquel comportamiento que aparece junto al estímulo, [...] se produce por la exposición al estímulo y éste a su vez ejerce una influencia en la percepción a *posteriori* del individuo y requiere de un refuerzo para causar recordación a largo plazo”.

De manera aproximada a los medios de comunicación los autores antes mencionados toman dicho efecto aplicándolo al *marketing* y su influencia en jóvenes adolescentes, destacando lo influenciables que resultan ser ante los llamativos promocionales o comerciales de los diversos productos y servicios, no importando el medio por el cual sea presentado, creando en los proveedores un análisis de sus compradores, permitiéndoles crear espacios publicitarios que logren convencer a la mayor parte posible de la audiencia. Por otro lado, se menciona el *priming motivacional* como “aquel que vienen dado por la sucesión de un continuo refuerzo de un *priming asociativo*, creando experiencias positivas o negativas que influyen en la conducta, deseos u objetivos de la persona” (Farfán y Guevara, 2018: 29). De forma directa vemos la intromisión del efecto en el comportamiento de un individuo es la investigación orientándolos a comprar ciertos artículos, pero también aplicable a otros temas sociales, pero de igual forma interesante la mención de los deseos y objetivos, lo cual podemos entender como predisposición o condicionamiento en el actuar a futuro, casi como una pérdida del libre albedrío, lo cual encuadraría con la teoría principal del apartado, siendo los medios los que forman a los individuos.

Retomando un poco el aspecto del *marketing*, el mensaje es claro: “compra”, pero en material audiovisual de otro tipo no hay nada que te diga “esto es lo correcto” o “está mal”, siendo las clasificaciones una especie de aviso o herramientas con información del tipo de temáticas que se incluyen, pero siendo meramente descriptivas. A diferencia de algunos cuentos que contienen moralejas, las historias audiovisuales quedan a la interpretación de las audiencias, los cuales forman grupos para intentar comprender un mensaje, sin embargo, la comprensión suele no salir de la pantalla, rara vez genera un interés de ir más allá y algunos pocos se cuestionan los medios y su contenido, algo que ves en pantalla pasa a ser real e irrefutable, algo que no aparece, no existe, por lo tanto no vale la pena cuestionárselo e investigar al respecto, es ahí donde la involución y la pérdida de la comunicación simbólica se hace presente, cuando el significado de las cosas no se crea por medio de un razonamiento complejo, simplemente se adquiere con la vista.

Hablando del *Homo Videns* podemos tocar varios puntos interesantes como la video-política y la desinformación, con respecto al primer tema hablaremos con mayor detenimiento en un apartado siguiente, por ahora, nos centraremos en la función de informar y la capacidad para desinformar que tiene los medios. Ya se ha recalcado la importancia de la difusión de información, principalmente en secciones de noticias, pero que de igual manera podemos encontrar en otro tipo de contenido como documentales o canales educativos, no obstante, siguiendo el supuesto de un escaso análisis simbólico audiovisual, ¿qué tan fiable es la información que se nos proporciona? Existe una tendencia a creer lo que aparece en una noticia porque sale en televisión con ciertos reporteros, los cuales no mienten, en el caso de la información histórica, científica o artística de un programa, se considera acertada por la participación de un experto, pero existen otros espacios que difunden disciplinas como la adivinación o la quiromancia, entre otras pseudociencias.

La información proporcionada bien puede ser acertada, a medias o simplemente incorrecta, Sartori (1998: 80) opina que hay una mayor cantidad de los dos últimos casos y los denomina como *subinformación* y *desinformación*, dirigiéndolos a temas de interés público y político en donde “la televisión informa poco y mal”. El primer concepto entendido como la nota incompleta, carente de ciertos elementos que olvida o excluye a propósito, hablar de temas de los cuales tenemos poco conocimiento sin la importancia que se merecen o, por el contrario, extremar un hecho o en su defecto simplemente no mencionarlo, omitir su presencia de las noticias aun cuando lo amerite, en otras palabras, la realidad a medias o incompleta. El segundo concepto siendo simplemente la realidad alterada la cual se aleja totalmente de lo ocurrido, miente con alevosía en busca de confundir o suprimir a la audiencia.

De acuerdo con el autor, estar informado no es lo mismo que tener conocimiento, el tener información de un tema, incluso siendo demasiada, no nos hace expertos, contemplando su teoría de la pérdida del razonamiento simbólico, la información no resulta útil debido a que no es totalmente verdadera y, en el peor de los casos, es

errónea, sin embargo, genera en la audiencia la idea de poder aprender y tener experiencia a través de los medios, creando así expertos mediáticos, conocedores audiovisuales de diversos temas, los cuales ya no dependen de un análisis exhaustivo e investigaciones complejas para poder opinar con certeza y mantener una postura de verdad irrefutable, ahora se tiene como sustento de gran validez todo lo presente en video, imagen o audio, el *Homo Videns* en todo su esplendor.

En México pasamos por momentos difíciles en cuanto a seguridad y delincuencia, en redes sociales mucha gente opina sobre leyes, políticas públicas, investigaciones, peritajes, entre otros temas de carácter penal o con temáticas criminológicas, apenas teniendo la información de la situación proporcionada por los medios pero sin ser expertos en Ciencias Forenses, Criminología, Derecho, Psicología, Relaciones Internacionales, Sociología o de alguna otra ciencia relacionada con temas de convivencia social y desarrollo humano. Opinar no debe ser considerado como algo negativo, sin embargo, opinar es dar un argumento sin bases totalmente sólidas, propenso a estar equivocado y a ser refutado por otros, es meramente subjetivo, el problema ocurre cuando una opinión alimentada por los medios, la subinformación y desinformación, se convierte en algo dogmático, ocasionando disputas y conflictos en la red por quienes opinan una cosa y quienes opinan otra, asimismo, se difunden estas ideas como lo que necesita el país y que debe implementarse porque se vio en tal programa o, según las noticias, sirvió en algún otro país.

El ser humano siempre ha sido complejo y no debe olvidar que lo es, la tecnología es una herramienta muy útil pero es de doble filo, ya no es únicamente la televisión el medio que ayuda a dicha involución sino todos los medios en conjunto, en mayor medida diríamos que la Internet te puede ayudar a buscar información de un tema o proporcionar textos que difícilmente encuentras en formato físico, pero también cuenta con un catálogo de entretenimiento ilimitado y la información que recibes sale mayormente de redes sociales llenas de opiniones o canales de *YouTube* que resumen todo, ahorrándote así el esfuerzo cognitivo, de igual manera en su aspecto tangible la maquina facilita la vida diaria, pero eso no significa que deba hacer al ser humano más perezoso o dependiente. El “ver” es importante pero no tiene razón alguna para desplazar al “oír” y el “analizar” de las personas, mejorando el contenido audiovisual, y no en sentido del *HD* o los cuadros por segundo sino en calidad, confiabilidad y sustento, los individuos pueden recuperar cierto criterio y cuestionarse recurrentemente a los medios.

La metáfora del cuarto poder

Con la gran capacidad de alcance de los medios de comunicación, era cuestión de tiempo para que se hiciera notar la capacidad de influir en todos los ámbitos de la vida en sociedad, incluidos la política, área en la cual se percataron de la capacidad informativa y cómo podía ayudar a crear posturas acerca del estado y sus actividades, ejerciendo presión y apoyándose de la población influenciada. Con el

pasar de los años, las características culturales del contenido mediático utilizado para dar a conocer el mundo se desplazaron y dieron protagonismo a la capacidad de influencia, tomando como punto principal de información aquella de origen político-económico, tal como menciona Javier Esteinou (2007: 74):

[...] los medios -especialmente los electrónicos- paulatinamente dejaron de ser medios y se convirtieron en fines: renunciaron a ser puentes de relación simbólica para edificar la comunicación entre los hombres y se transformaron en eficientísimas herramientas del poder, especialmente privado, para dirigir, controlar y subordinar a los individuos y a los grupos según los proyectos económicos y políticos que los determinan.

Los medios dejan de ser una herramienta de la sociedad que ofrecía conocimiento del entorno y el mundo lejano para convertirse ahora en un poder, uno similar al Legislativo, Ejecutivo y Judicial e incluso Esteinou (2007: 70) afirma que en México dicho poder se encuentra por encima de los otros tres, en otras palabras, quien tenga control sobre la información y la capacidad de distribuirla, tiene poder sobre la Nación. Las acciones de un presidente son aplaudidas o criticadas severamente por los medios, incluso entrando en controversia con sectores poblacionales acerca de la postura tomada pero también atrayendo a muchos otros, las propuestas de ley toman fuerza gracias a una mayor difusión y apoyo social a través de diversas plataformas y el poder judicial es puesto en duda con resoluciones e investigaciones poco eficientes que hacen de la justicia un tema mediático de mayor debate en diversos espacios.

Los tres poderes parecen poco efectivos contra el cuarto, el cual aparece como el único al mando en un país cuando es manejado de manera errónea o ¿podríamos decir adecuada? La información distribuida puede hacerse a nivel nacional y al tocar temas políticos convierten la situación en un tema de suma importancia social, actualmente con el uso y mejora de la tecnología se distribuye información que antes no era posible obtener, con una investigación en la red cae la credibilidad que tienen los gobiernos o, por el contrario, podríamos decir que la influencia mediática es utilizada para crear una mayor subordinación del Estado sobre la sociedad.

Ya hemos hablado en el capítulo anterior de las concesiones que se otorgan a terceros en el territorio nacional, de manera que la distribución de contenido se encuentra bajo la supervisión de entes privados, pero eso no significa que no exista cierta conexión con el gobierno para mantener la información y el contenido dentro de ciertos parámetros y lineamientos que ayuden al Estado a mantener una imagen predefinida, ya sea de compromiso, fidelidad, transparencia o algún otro aspecto, con el propósito de generar una sensación positiva en la sociedad con respecto al gobierno en turno, distrayendo a la población de situaciones relevantes de interés social que puedan dañar dicha reputación. Tenemos, por ejemplo, el caso del chupacabras en los años 90, durante los últimos años del sexenio de Carlos Salinas de Gortari, dicha noticia estuvo presente por varios días y en diversos noticieros de nivel nacional, donde se hablaba de dicha criatura; de manera conjunta, pero alejada de los medios, ocurría la crisis económica de 1994 y el plan del FOBAPROA,

formulándose la teoría del uso de noticias relacionadas al monstruo para despistar a la población.

De manera reciente, el sexenio de Enrique Peña Nieto tuvo algunos momentos similares en donde se decía que hacían uso de los medios para despistar. El presidente, quien se había vuelto una especie icono mediático, debido a que de manera frecuente su aparición en cámara venía acompañada de alguna frase o acto que resultaba “burlesco” para la población y que podía servir para distraer a la misma de ciertas situaciones, al igual que su apariencia física durante su campaña en los medios, generó el rumor de haber sido elegido por dicha apariencia y retomando teorías anteriores, la imagen mediática se sobrepuso al mensaje simbólico del entonces candidato. Uno de los sucesos más polémicos y que mantiene investigación hasta la fecha es el caso de los 43 estudiantes de Ayotzinapa, durante dos meses el gobierno se veía acorralado por las acusaciones ciudadanas de ser ellos los responsables, hasta el fallecimiento de Roberto Gómez Bolaños “Chespirito”, hecho que se dice, el Estado “aprovechó” para tomarlo como evento relevante de los medios y desviar la atención de manera significativa sobre el caso de los estudiantes.

Podemos mencionar nuevamente el efecto *priming*, expuesto en apartados anteriores, aunque aplicable en otros aspectos de la psicología. Algunos autores como Iyengar y Kinder (2010) buscan un enfoque sociológico y político con relación a los medios de comunicación, recalcando la importancia de los temas mayormente difundidos con otros que, siendo igual de importantes, pasan desapercibidos, por ejemplo, si a lo largo de un gobierno los medios de comunicación centran su atención en temas relacionados con la economía y en dado momento se les cuestiona a los ciudadanos acerca del mandato, opinarán mayormente al respecto de la crisis económica o en caso positivo del buen crecimiento y administración de los recursos materiales y monetarios, dejando fuera otros temas de carácter político, los cambios legislativos, seguridad y violencia, relaciones internacionales, entre otros.

Por otro lado, Giovani Sartori (1997: 65) habla sobre la vídeo-política como una de las diversas formas del ejercicio del poder mediático, desde la transición del contenido cultural al político puesto en televisión hasta en los cortos y propagandas de campañas partidistas durante las votaciones que día con día nos llenan de imágenes relacionadas al Estado, realizando informes en los cuales se da el mensaje del Estado diciéndole al pueblo que lo escucha y se le atiende en medida de lo posible, con respecto a esto, el autor menciona el uso de las encuestas televisivas como únicamente un engaño, una herramienta de recolección de datos que no recibe más que opiniones subjetivas, cuando se pregunta que postura se tiene con respecto a un tema social, no se pregunta primero si aquella persona es conocedora del tema, en el mejor de los casos tiene información que los mismos medios proporcionan y, como ya mencionamos anteriormente, estar informado no es sinónimo de tener conocimiento, por lo cual la encuesta sólo funcionará como un método de legitimar decisiones ya tomadas con anterioridad.

Con las situaciones antes mencionadas podemos ver la relación entre el gobierno con los particulares que dirigen las comunicaciones, especialmente televisión con relación a información y noticias; en México podemos hablar de las empresas populares, como *Televisa* y *TV Azteca*, de las cuales ya hemos comentado en capítulos anteriores dentro de la investigación. Con respecto a medios como la radio, la cual se ve ahora mayormente como un espacio de entretenimiento debido a su relación con la música, no suele ejercer tanto poder o contrapeso, replicando las noticias de televisión en sus programas informativos. Por otro lado, medios como el cine o los videojuegos tienen mayor libertad, pero no se ven a ellos mismos como mecanismos de poder sino como una figura de entretenimiento y en el caso de las películas como un arte. Ya mencionamos la nula reglamentación en videojuegos y la baja calidad de la industria del cine, sin embargo, ambos pueden caer ante la figura de lo políticamente correcto.

Las correcciones políticas dentro de los medios es algo que ha pasado desde el origen de éstos, como el incluir o cambiar ciertos aspectos de un producto audiovisual para hacer quedar bien a un estudio mediático, empresa o gobierno, incluso si afecta la experiencia o se siente “forzado” mientras satisface a cierto grupo poblacional. Ballester (2012: 175) nos dice que “[...] lo políticamente correcto es un hecho social y lingüístico, un conjunto de comportamientos y actitudes que tienden a minimizar la discriminación de diversos grupos en función de origen, raza o sexo.”, no obstante, menciona, en la misma página, una dificultad para dar concepción definitiva, que suele tener dos formas de caracterización, siendo “[...] un modelo de actuar y hablar acorde a una sensibilidad moderna que reacciona frente a todo tipo de discriminación. Por otro lado, la consideración de ese mismo fenómeno como dotado de un aparato censor y totalitario”.

El termino se ha vuelto popular en los últimos años con cambios en la nacionalidad, tono de piel, ojos, sexo de personajes o elementos diversos que normalmente se relacionan con temas políticos debido a la estrecha relación de la experiencia visual y auditiva de una película, serie o juego con la realidad. En principio hacer del contenido algo variado e incluyente consideramos es una práctica positiva, pero cuando se hace con fines políticos o económicos entonces podemos entrar en debate, con respecto a videojuegos o cine, los cuales no son informativos, son entretenimiento y arte, pero que se han visto envueltos en dichas prácticas, darles mensajes políticos nada sutiles únicamente los convierten en una parte del mecanismo de poder mediático difícil de captar.

Javier Galán (2013) afirma que inicialmente la prensa comprendió que podía ser una herramienta para hacer crítica de las acciones políticas, siendo de los primeros medios de comunicación de masas en ocupar la función de oposición. Adentrándonos en los medios impresos, los periodistas juegan un papel importante para la teoría, ya que son ellos quienes deben buscar informar la verdad, quienes se acercan a los hechos, realizan entrevistas y finalmente eligen palabras e imágenes a transmitir, sin embargo, en México realizar este oficio se ha vuelto

peligroso en los últimos años, el poder mediático pone a servidores públicos al pendiente de las acciones periodísticas y la información que revelan, de igual manera, el seguirle el paso a la delincuencia pone en riesgo la vida de estos investigadores quienes buscando la verdad con la intención de ofrecerla al público incluso teniendo conocimiento de la repercusión que tendrían al ir en contra del cuarto poder, se hallan frente a una situación que busca frenarlos y que puede tomar sus vidas de ser necesario. Recordando como ejemplo el caso de Rubén Espinoza Becerril, periodista que trabajaba en la revista *Proceso* y cuyo asesinato en 2015 gira en torno a situaciones laborales que pudieron hacer enojar al entonces gobernador de Veracruz, Javier Duarte, lo cual se dice que una fotografía y un reportaje le costó la vida. De acuerdo con la página web *Reporteros sin fronteras*⁴¹ México se encuentra como uno de los países más peligrosos para periodistas.

En la actualidad la labor periodística ha cambiado con la introducción de la Internet, las notas digitales pueden dificultar la venta del formato físico, pero esto no debe ser una razón para que el periodismo se acabe, la presión vía *web* incluso puede ser mayor por el alcance poblacional, el formato impreso, aunque se mantiene vigente ya no es tan importante como la televisión, apenas un grupo de adultos aún interesados apoyan a los puestos de revistas, otros se mudan al servicio en línea. Víctor Sampedro (2014) habla sobre la importancia del periodismo en línea y la relación con el cuarto poder, tomando como punto de partida la gran variedad de documentos distribuidos por *WikiLeaks*, dirigido por Julian Assange, quien sería perseguido por diversos dirigentes y organizaciones gubernamentales, demostrando que de cierta manera la web está controlada por el poder político pero también es un lugar donde reside todo tipo de información y quien tenga manejo de internet será quien tenga control del cuarto poder y, siguiendo la teoría, también de los otros tres.

Sampedro postula que toda la información se almacena dentro de la web y que los periodistas deben escarbar en ella para encontrar información importante de carácter social que se mantiene oculta y debe salir a la luz, sin embargo, otro grupo de personas han sido las encargadas de navegar en esos mares turbios cibernéticos, los famosos *hackers* interesados en obtener información o “tirar” sitios web gubernamentales u otras páginas de su interés, podemos nombrar al famoso grupo de *Anonymous*, quienes en varias ocasiones durante los últimos diez años se han manifestado en contra de diversos gobiernos, amenazando con dar a conocer información importante. No sólo existen personas en busca de información política, también aquellas que buscan información privada de cualquier persona, la web no sólo almacena información estatal, también lo hace de manera privada, mayormente gracias a las redes sociales y el poco conocimiento del manejo adecuado y las políticas de privacidad que tienen, creando de una herramienta útil de comunicación un lugar intangible con diversos riesgos y, como menciona el autor, “Una Internet, bajo control estatal-corporativo, propiciará (como poco) un autoritarismo amable o

⁴¹ <https://rsf.org/es/mexico> (consultada: 4/04/2020).

(como mucho) nuevas formas totalitarias de gobierno y explotación” (Sampedro, 2014: 28).

Sampedro también menciona la adquisición de *hackers* por parte del Estado, quienes comienzan guerras cibernéticas que buscan obtener información o debilitar el sistema informativo del enemigo, de igual manera, tener información de la población y controlar la información recibida y la rechazada es muy importante, evitan posturas críticas o levantamientos en contra de lo establecido, apoyados en el hecho de que la web siendo de magnitudes inmensas, la mayoría de la población no suele indagar demasiado y quien lo hace debe mantenerse al margen, cuidar su nombre y ubicación como es el caso del famoso *Blog del Narco*⁴², sitio web que publica información de la antes llamada “guerra contra el narcotráfico” bajo la premisa de que los medios convencionales no hacen nada por informar debido a que los gobiernos y las organizaciones criminales tienen ciertas relaciones. A nivel internacional podemos hablar de guerras cibernéticas y grupos de *hackers*, en México no suele llamar la atención, sin embargo, reconocemos que la información se difunde mayormente por dicho medio y tomar una postura sobre quien controla la web es complicado, ya que pensamos que tanto estado como sociedad aún no comprenden cómo funciona la internet en su totalidad.

La finalidad de la agenda *setting*

Como última teoría que revisaremos con el fin de fortalecer la relación entre la sociedad y los medios de comunicación, así como el impacto en la percepción de las audiencias tenemos la *agenda setting*, la cual funciona como base para buscar el motivo por el cual los medios toman en cuenta la participación de cierto contenido, la prioridad que se le dan a ciertos temas mientras otros se descartan así como el tiempo y postura seleccionada para presentar la información, principalmente en sentido informativo y político. Raquel Rodríguez (2004: 16) menciona que:

Hablar de *agenda setting* como anglicismo es referirse al conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice o agenda. En este sentido, lo que plantea la teoría es que los medios de comunicación cuentan en su haber o seleccionan de alguna manera el índice de temas resaltados, temas o índices que serán traspasados por la agenda de los medios a la agenda del público.

La selección de estos temas por parte de los medios tendrá como consecuencia un impacto en los temas de relevancia social, ya hemos hablado de cómo lo presentado de forma mediática suele tener un apoyo y recepción mayor dentro de lo que se considera existente o real en el mundo, mientras lo que no aparece de forma visual es dudoso. La teoría se encuentra totalmente apegada con la información y los espacios de noticias, lo seleccionado a presentarse al público es considerado de importancia, la sociedad debe conocerlo, hablarlo, difundirlo y opinar al respecto, mientras que ciertos hechos o temas quedan desplazados u

⁴² <https://elblogdelnarco.com/> (consultado: 16/06/2020).

olvidados y aunque su importancia sea mayor, el público mediato que no lo percibe como noticia no lo tomará en cuenta o no conocerá su existencia.

Dentro de esta teoría Rodríguez (2014) menciona una ramificación de *agenda setting*, remarcando tres áreas de mayor importancia, *la agenda de los medios, la agenda pública y la agenda política*. Siendo la primera la que determinará la participación de los hechos durante un espacio informativo, la duración que tendrá o el número de páginas, en el caso de tratarse de un medio impreso, si será complementado con imágenes, video o únicamente un discurso o texto, dándole mayor peso al tiempo en relación a los días, semanas o meses que se hablará del tema, en otras palabras el seguimiento de los hechos, lo cual genera un sentimiento de relevancia en favor de la información, en contraposición de aquella mencionada fugazmente dentro de radio y televisión o con un pequeño espacio de pocas líneas en los periódicos.

Para el segundo aspecto, hablando de lo público, de igual manera será el nivel de importancia que se da en ciertas circunstancias, pero ahora desde el punto de vista de una sociedad, Dearing y Rogers (1996) mencionan que esta agenda es utilizada para medir la importancia y jerarquía de los temas noticiosos en la sociedad y para contemplar el tiempo o lapso de importancia, la autora Raquel Rodríguez (2004: 20) señala que se mide a través de una pregunta “¿Cuál es el problema más importante al que tiene que hacer frente este país?” En busca de una respuesta los medios o el Estado realizan encuestas, que ya hemos mencionado tienen cierta función dentro del poder mediático sin un propósito más allá de legitimar el poder, en virtud de que gran parte de las respuestas pueden estar influenciadas por los medios, estando ahí el punto de conexión entre ambas ramas.

Al igual que con la teoría anterior, podemos encontrar relación con la actividad estatal o en este caso con la agenda política o institucional, siendo una de las divisiones de la teoría principal de mayor relevancia en las investigaciones relacionadas al tema, partiendo del cómo la agenda es modificada para interferir en las decisiones del Estado, un ejemplo claro es durante las elecciones presidenciales, los medios están pendientes del tema y por consiguiente de la sociedad, los candidatos aparecen en pantalla, ofrecen discursos en los cuales exponen una lista de propuestas acerca de temas que, según se les hayan dado relevancia con anterioridad o no, puede llamar la atención del público al asignar su voto. Por otro lado, tenemos una postura confirmando que los medios son controlados por el Estado, dejando a su disposición el manejo de la agenda con libertad para decidir sobre aquello para opinar con respecto a temas políticos.

Para desarrollar el último punto mencionaremos la teoría de la politóloga alemana Elisabeth Noelle-Neumann, *La espiral del silencio* (1995), en la cual menciona como la opinión pública es afectada por los medios de comunicación en relación a la importancia de los temas y la postura que se tiene sobre ellos, en una sociedad donde gran parte de la población toma como guía la información mediática, aquellos con una opinión opuesta o apegados a temas no tan difundidos, son considerados

minorías, al grado de ser silenciados ya que no tienen relevancia alguna o no merecen la atención requerida por suponer que la problemática no es tan grande por no ser captada su importancia de manera audiovisual, Noelle-Neumann lo relaciona con temas políticos y como los medios influyen en la opinión de problemas estatales, su libro menciona el caso de las elecciones de 1965 en su país, señalando que los medios ayudaron a inclinar las posturas sobre un partido mientras que sus retractores poco a poco desaparecían o, mejor dicho, eran desaparecidos de los medios.

Mencionamos esto aquí por la relación con los temas de agenda pública y como en ocasiones los medios suelen tomar cierta postura partidista, ya sea en favor o en contra, alejándose de la postura crítica, objetiva y de neutralidad que deberían tener hacia el área política. Por otro lado, la participación de cierto tipo de noticias que deja de lado a otras, ha llevado a preguntarse a las “minorías” el por qué su situación aparece brevemente o nada en los espacios informativos; en diversas ocasiones nos preguntamos: ¿por qué me están informando esto? ¿Cuál es la relevancia social? ¿Por qué mejor no hablan de esto otro? Siguiendo la teoría podemos decir que todo está bajo las riendas de la agenda, controlada con fines preestablecidos para quien está al mando y por otro, una herramienta de control social con una escasa eficiencia informativa.

Regresando a la *Agenda Setting*, Rodríguez (2014) plantea una serie de terminologías, abordaremos algunas brevemente. Tenemos los *issues* o temas, que para el sentido mediático son las problemáticas que se plantean en cada espacio a manera de secciones como la economía, salud, ecología, política, delincuencia, entre otros, cuando uno de éstos adquiere una relevancia mayor a los otros, entonces ahora se le denominara como un *salience*, es decir, un tema con mayor relevancia o participación que los demás, ya sea porque atrae más público, porque beneficia al medio o debido a éste último, quien decide su importancia, a la par encontramos los *events*, calificados como sucesos de gran importancia y difusión, que suelen ser poco comunes, no encontrados de manera diaria como los *issues*, que son de gran impacto pero momentáneos, principalmente (por ejemplo) los desastres naturales, que sin importar el lugar se convierten en el centro de atención de diversos medios, incluso llegando a ser noticia internacional, pero que únicamente abarcaran el centro de atención unos días para después regresar a la programación normal con los temas cotidianos y volviendo a hablar de un *event* hasta que ocurra uno destacado.

En el tema de la información a distancia tenemos los términos *unobstrusive* y *obstrusive* también llamados temas lejanos y temas cercanos o familiares, respectivamente, los primeros generan una falta de interés en el espectador por conocer más al respecto debido a la lejanía del suceso y la poca familiarización del tema del cual le hablen, ocasionado la fácil influencia en creer los datos o caso contrario, para rechazar lo presentado, como la situación económica, política, social o cultural de otro país, que puede no importar a la audiencia por tratarse de un lugar lejano en el cual no habitan. Por otro lado, en temas de proximidad inmediata, como

los sucesos de un país, estado o municipio, las audiencias suelen ser más críticas y analíticas con respecto a la información por sentir que dicha situación les afecta directamente, por ejemplo, los enfrentamientos armados en el extranjero, temas importantes para la humanidad pero lejanos para ciertos países (*unobstrusive*) que se mantienen más atentos a los conflictos internos de su misma Nación o la delincuencia en ciertos poblados, de los cuales su público forma parte (*obstrusive*) y tomará con mayor cautela.

Ahora la gran pregunta: ¿quién decide qué temas aparecen ante las audiencias y cuáles no? En otras palabras ¿quién establece la agenda mediática? Rodríguez (2004) señalando a William DeGeorge como quien introduce la figura del *gatekeeper* cuya traducción es “portero”, pero en el área mediática será un especialista de la información que debe analizarla para decidir si “pasa o no” para darse a conocer al público, parte de su función es recibir datos de todos los temas y destacar los más relevantes, desechando varios en el camino, debido a que todos los días aparece gran cantidad de información de todas las temáticas y los medios de comunicación cuentan con ciertas limitantes de tiempo y espacio para proporcionar lo “destacado”, establecido por dicho especialista o por terceros que buscan orientar la importancia social, ya que los medios no te dicen que opinar o pensar pero sí acerca de que tema puedes hacerlo (Cohen, 1963).

Para tomar en cuenta que puede ser informado y que se desecha, Raquel Rodríguez (2004) menciona que se deben tomar en cuenta factores como el tiempo, en el sentido de cuál será el lapso que necesite un tema para salir de la agenda de los medios y entrar a la pública, determinando así el tiempo al aire, en radio o televisión, las líneas en el periódico y por cuántos días será presentado hasta que la audiencia hable de ello. Debemos considerar el medio por el cual se presenta, observamos que gran parte de los estudios están enfocados hacia televisión y periodismo, los nuevos medios no quedan exentos a formar parte del análisis. Otro factor es la naturaleza del tema a imponer, ya hablamos de la variedad que podemos tener (*issues*) y cada uno debe ser tocado de manera específica, medir las palabras, el tiempo y uso de otros recursos como fotos y video, las imágenes para temas políticos resultan una forma de crear veracidad, pero hablando de desastres naturales o violencia de todo tipo éstas deben ser medidas al igual que las palabras. Es importante tomar en cuenta las variables demográficas, como el nivel de estudio, sexo, edad, localidad o zona e, incluso, nivel de recursos económicos tanto del emisor como del receptor, así como la distancia de la información (*unobstrusive* y *obstrusive*), entre otras variables.

Como una teoría que surge del comportamiento de los medios con respecto a la información de interés general, la jerarquización manejada y la forma de asignar un nivel de importancia de temas sobre otros remarca la importancia del contenido y la calidad que deben tener los segmentos de información, al ser ellos los que determinan los temas estarán en la opinión de su público, podemos relacionar la teoría con algunas de las mencionadas en apartados anteriores y para remarcar la importancia de la información para ejercer presión social, así como el uso de los

medios para desviar la atención de temas que afectan la imagen de ciertos personajes e instituciones. La agenda pública debe ser objetiva, si bien la información de un día es basta, lo elegido a presentarse debe tener un significado importante, aportar a la sociedad de manera proactiva y no llenarla de temas e información sin una verdadera reflexión acerca de los hechos, que simplemente cumplen con una función política o económica en beneficio de ciertos grupos, recuperando la mención que se hace de las minorías, también merecen tiempo en los medios, lo cual le daría variedad a la agenda cada cierto tiempo y la haría salir de la monotonía establecida.

Por último, podemos mencionar la teoría del *Framing* o de encuadre, un concepto complejo, pero con relación a diversas teorías antes mencionadas, Ardèvol-Abreu (2015) también la llama *teoría del enfoque, marco o cuadro*, haciendo similitudes con otras teorías como la *agenda setting*, ambas proponiendo y resaltando temas a través de los medios de comunicación, pero incluso cuando menciona la existencia de un grupo de estudiosos que las consideran igual, se inclina por otro grupo que defiende las características específicas para diferenciarlas, siendo el nivel de audiencia y el tiempo de difusión la parte indispensable de la *agenda setting*, mientras el *Framing* pone mayor atención al cómo se narran los hechos, principalmente de los medios informativos y las diversas actividades periodísticas, reforzando el posicionamiento de la agenda mediática que salta a la pública, como ya se mencionó anteriormente. Regresando al concepto, Aquiles Chihu (2010: 182) menciona que:

La teoría del *framing* parte de la premisa de que la manera en que la información es presentada tiene influencia en las respuestas que darán los individuos sobre el tema en cuestión. Un marco es la perspectiva infundida a un mensaje que promueve el énfasis y la elección de ciertas piezas de información sobre otras. Una vez adoptados por la audiencia, los marcos influyen en los puntos de vista que los individuos tienen sobre los problemas y las soluciones planteadas para resolver esos problemas. El *framing* constituye uno de los más importantes conceptos en el estudio de la opinión pública.

Como podemos ver tiene muchas similitudes con la teoría principal de apartado, la selección de temas sobre otros para posicionarlos como relevantes, sin embargo, diversos autores remarcan su fragmentación en distintas áreas, por ejemplo, Sádaba-Garraza (2001) menciona el surgimiento de la teoría en el área de la psicología, pero siendo en sus inicios mayormente desempeñada por la Sociología interpretativa, en donde “las aproximaciones a la realidad por parte de los individuos se hace teniendo en cuenta las aportaciones de los demás.” Lo cual recuerda a la telerealidad enfocada en otros aspectos mediáticos, en este caso la información periodística, debido a la importancia de quienes desempeñan dicha labor al delimitar ciertos temas desde su perspectiva para posteriormente presentarla en formato audiovisual, dicha delimitación es también vista como una ventana a través de la cual vemos situaciones de interés público, Chihu (2010: 181) menciona que:

Según las características de la ventana, su tamaño, su colocación o su forma, la realidad se observa de una forma determinada. Del mismo modo, los marcos de la noticia seleccionan, destacan y limitan el significado de la información. En estos dos trabajos el

concepto de marco es el mismo: un esquema interpretativo que simplifica y condensa el mundo exterior seleccionando y codificando eventos, situaciones, experiencias y acciones en el pasado y en el presente de cada individuo

Comprendemos mejor la concepción de *Framing* proveniente de la palabra *frames*, en un lenguaje cinematográfico es un cuadro de video pausado, nos permite ver la parte de un todo, pero al no tener movimiento no podemos conocer mucho sobre la escena, también se puede ver como un cuadro de pintura o fotografía, Ardèvol-Abreu, menciona que la labor periodística pone lo importante dentro del marco, pero deja fuera parte de la realidad que puede ser igual de importante debido a la intromisión del periodista quien ofrece su opinión mientras informa lo cual podría cambiar el enfoque o la finalidad inicial que pretendía darse con la nota. Por otro lado, Sádaba-Garraza (2001) toma la importancia de las noticias y los marcos que contiene para el apoyo de los movimientos sociales, siendo una herramienta que fortalece su difusión, lo cual podemos relacionar con el cuarto poder. Como se puede notar, la teoría, aunque independiente, tiene relación con las mencionadas a lo largo del capítulo, lo cual demuestra la amplitud de conceptos, teorías y postulados que inclusive, siendo similares, explican desde diferentes ángulos y con diferentes perspectivas los efectos mediáticos en la sociedad.

Influencia mediática sobre la conducta

Es evidente que existe una influencia mediática sobre la población, sin importar cual sea el medio utilizado, las palabras, imágenes y videos tendrán un impacto en el receptor del mensaje, aunque con algunas variables dependiendo a factores diversos, algunos de los mencionados en la última teoría como la educación, área geográfica, plataforma, edad, entre otros, incluso mencionamos que cada individuo tiene sus propios gustos audiovisuales, los cuales buscan encontrar personas con gustos similares. Las teorías que seleccionamos resaltan por ser una prueba de la estrecha relación medios-sociedad en temas importantes como la opinión pública, la relevancia de situaciones sociales, políticas, comportamiento e incluso de la evolución como especie, desde aspectos sociocéntricos y mediocéntricos que intentan dar explicaciones desde puntos de vista diferentes. Pensamos que la influencia del mundo real y el mundo mediático es recíproca cuando se trata de crear realidades, una influye sobre la otra, creando una relación irreversible e indispensable, aunque para los últimos años, los medios de comunicación obtienen mayor responsabilidad en el momento en que la sociedad comienza a depender de ellos como una extensión de su ser y deja de verlos como una herramienta.

Hablamos de la influencia sobre la forma de pensar u opinar con respecto a un tema y como el pensamiento, siendo algo complejo, puede ser alterado por los medios audiovisuales, controlando los temas sobre los cuales opinar, por otro lado, interferir con el actuar resulta de mayor complejidad, aunque en principio está ligado al pensamiento, es arriesgado afirmar que todo material audiovisual tiene impacto en el actuar del espectador, sin embargo, podemos encontrar pequeños detalles

como el uso de marcas, ademanes o el lenguaje popular, saltando del medio a un grupo numeroso de personas que los utilizan en su vida cotidiana para sentirse como aquellos actores o modelos audiovisuales. Principalmente con niñas y niños el comportamiento a futuro puede verse alterado con respecto a un desbalance de la educación en casa con lo aprendido en televisión u otro medio, de igual manera una exposición prolongada y un acercamiento al contenido no apto para su edad termina por afectar su desarrollo, cuyas consecuencias serán visibles durante su crecimiento.

Con respecto a la población adulta, la implantación de ideas tiene mayor complejidad, el contenido podrá generar opiniones diversas, para algunos puede crear empatía mientras que para otros genera un desinterés, mientras un grupo se divierte otro piensa que el humor es malo y burdo, mientras unos consideran horrible una escena, para otros es normal y en algunos casos, agradable. Si bien la exposición prolongada puede volverse un factor en edades avanzadas, la probabilidad es menor y nos enviará directo a otras áreas como la familiar, laboral, niñez y el apego a las experiencias audiovisuales previas, con los inventos modernos la interacción es diferente a la de hace algunos años, así como algunas personas se actualizan otras se mantienen pesimistas. Un punto para destacar en todos los rangos de edad es la educación, pero no solo del ámbito escolar sino en diversos temas como la religión, cultura o ideales diversos, destacando la forma de procesamiento mediático, nadie te enseña a ver películas, series, leer un periódico o ver un noticiero, de forma que la educación orientada en el área audiovisual es indispensable para todas las personas.

No podemos decir que cierto contenido afecta de manera individual y otro lo hace de forma colectiva, pero desde cierto punto de vista, temas de carácter general en espacios informativos como las cuestiones políticas y los problemas que afectan a comunidades enteras, sí que pueden tener un mensaje que pretenda influenciar en la opinión de un gran número de personas, mientras que los espacios cuya función es entretener, sí bien deben llegar a un gran número de personas por temas relacionados al *rating*, la idea central tiene un grado mayor de subjetividad en donde cada individuo tendrá una opinión y desglosará los detalles a su manera, haciendo suyos los aspectos que decida o considere relevante, con diferencia del primer caso en donde se busca implantar una misma idea, la cual es normal ver fragmentada en dos posturas, aquellos que se interesan y quienes no, en temas no informativos la idea se fragmentará según el número de espectadores y cada uno actuará y pensará de forma diferente con respecto al mensaje, muchas veces coincidiendo con otros miembros de la audiencia en algunos aspectos pero, difícilmente, serán exactamente iguales.

CAPÍTULO IV MASS MEDIA Y CONDUCTA ANTISOCIAL

Réplica de la conducta audiovisual negativa

Ya establecida la relación de suma importancia entre la sociedad con los medios de comunicación, al igual que la retroalimentación que ambos realizan como parte de la relación simbiótica mantenida, la relevancia del contenido como medio de control o liberación, según la corriente, y el uso o finalidad a la que se pretenda llegar con los mensajes simbólicos en las diversas secciones del contenido audiovisual en las áreas mediáticas, esperamos haber cimentado de manera firme que los medios influyen sobre sus espectadores y el uso no regulado, con apoyo en diversos factores, puede generar problemáticas y efectos diversos, ahora nuestro punto de interés caerá en el aspecto negativo, antisocial y violento provocados como consecuencia de contar con material gráfico de conductas reprochables y vulnerantes de una persona o un grupo de éstas, en el peor de los casos orientándolas a reproducir dichas actitudes.

Cuando hablamos de replicar y aprender conductas, podemos referirnos principalmente a las niñas y niños, durante las etapas de la niñez e incluso la adolescencia, entre los 5 y 15 años, aunque esto no significa que sea un lapso de edad en el cual se produzca dicho efecto de manera exclusiva. Durante los primeros años de vida el ser humano es como una esponja absorbente de todo aquello que lo rodea, conoce el mundo con sus sentidos y aprende a través de sus primeras interacciones con los objetos que toca, huele, saborea, escucha y ve, las cuales se convertirán en experiencias, dichos momentos le dan una comprensión del mundo en que habita y conforme crece las relaciones personales toman mayor protagonismo, las figuras materna y paterna se vuelven un modelo a seguir, las acciones y palabras que ellos empleen serán importantes para su futuro y su desarrollo. Al respecto, estudios relacionados con la teoría del aprendizaje social de algunos psicólogos como Bandura y Walter (1974) contemplan la imitación como una forma de aprendizaje y como un apoyo para el fortalecimiento del comportamiento y la conducta desviada, tomando como base algunos modelos simbólicos presentes de forma escrita, oral, plásticos o una combinación de los primeros y los últimos.

En el capítulo anterior mencionamos la importancia del uso de símbolos en el desarrollo humano, la capacidad analítica y el creciente deterioro con la aparición de los medios de comunicación, Sartori (1997) incluía los simbolismos visuales, cuya importancia y relevancia tomaban fuerza con el pasar de los años mientras que los conocimientos y criterios adquiridos de manera escrita o verbal se perdían.

Bandura y Walters (1974: 46) retoman la idea del aprendizaje a través de dicha idea, pero ahora nombrando al contenido audiovisual como modelos plásticos los cuales “[...] se distribuyen en las películas, la televisión y otras exhibiciones audiovisuales y o suelen acompañarse de instrucciones directas al observador de hecho, los medios audiovisuales de masas ejercen, hoy por hoy, una gran influencia en las pautas de conducta social.”

Recalcando la actualidad de los medios modernos al ser ayudados por las nuevas tecnologías, se convierten en un refuerzo, el cual en ningún momento debe tomarse como un remplazo de la información, desarrollo e, incluso, crianza de niñas y niños; los modelos de aprendizaje ya no son únicamente los círculos familiares, escolares o de contexto cercano como la cultura o creencias religiosas, que fortalecen e intervienen como factores reguladores del actuar de una persona, un individuo que pasa gran parte de su tiempo frente a las pantallas y no recopila información adecuada o completamente verídica, pierde interés por el mundo cercano que lo rodea, no aprenderá de la sociedad sino de las realidades y sociedades virtuales las cuales llegan a ser poco fieles a la realidad tangible, siguiendo las teorías ya analizadas; no imitará los actos de mamá y papá, seguirá los pasos de todo lo recibido de manera audiovisual y a los modelos audiovisuales de su preferencia.

Adentrándonos un poco más en cuestiones de agresividad, los estudios de Bandura, Ross y Ross (1981) con el famoso experimento del muñeco bobo, donde varios grupos de niñas y niños eran expuestos a diferentes circunstancias, algunos visualizaban al muñeco mientras era golpeado con un mazo de juguete y ofendido verbalmente por un modelo, quien era una persona mayor, posteriormente al darles libertad para entrar a un escenario idéntico con dicho juguete presente, los resultados mostraron que las niñas y niños expuestos al modelo agresivo, en su mayoría, solían replicar la conducta de manera casi idéntica con la observada, solían sentarse sobre el muñeco, tomar el mazo y golpearlo, incluso usar las mismas palabras en forma de ofensa o provocación, las cuales eran *kick him* (patéalo) o “pow” (sonido de golpe), entre otras; de forma similar encontraron una variación, se presenció agresividad con el mazo pero no en contra del muñeco sino contra cualquier objeto que pudieran golpear, por su parte, aquellos que no presenciaban un modelo agresivo tendían a ignorar al muñeco y el mazo.

La infancia es una etapa de aprendizaje y absorción de ideas en donde un modelo familiar o de cualquier otro tipo, como el audiovisual, puede influir en el comportamiento presente y futuro, las niñas y niños tienen atracción por el video, la imagen y el entretenimiento en sus múltiples formas, por lo cual, es preciso cuidar el contenido de todo material dirigido a ellos, asegurarse de mantener mensajes claros y aptos para su edad, cuidando los pequeños detalles de comportamiento y vocabulario capaces de ocasionar influencia para una futura replica en su vida cotidiana. Podemos mencionar que, sí en el experimento no se hubiese utilizado un muñeco y en su lugar estuviera una persona, los resultados cambiarían y las variaciones serían mayores, no únicamente golpearlo e ignorarlo, incluso siendo mayormente positivas, como una reacción de empatía o una reacción por ayudar,

pues al tratarse de un juguete se omite la sensación de culpa. Es evidente la existencia de una réplica de la conducta y mientras mayor sea la exposición, los efectos y la introyección del comportamiento también serán mayores.

Utilizar el recurso audiovisual del material mediático tiene gran resultado como herramienta y fuente de conocimiento siempre y cuando nos apeguemos a las normas, clasificaciones, horarios, cuidando cada detalle, imagen y palabra, manteniendo una postura dispuesta en reflexionar desde un punto crítico, empero, ya hemos mencionado la falta de legislación con respecto al tema, las categorías con deficiencias, el poco conocimiento de los padres en el manejo de tecnologías, sin mencionar que pocas personas enseñan a procesar el contenido, por lo tanto, el riesgo a la exposición de contenido negativo o nocivo para la personalidad es muy alto, generando la imitación de actitudes nada productivas, pero de gran impacto, por el número de personas alcanzadas que pueden replicarlas. Ya hemos hablado de cómo la televisión mexicana suele utilizar el doble sentido, estereotipos y el uso desmedido del drama para generar “empatía” en los espectadores. Con el primero de los ejemplos, es común escuchar personas replicar chistes o frases de personajes famosos, por ser considerados divertidos, en su vida cotidiana, lo cual termina ayudándolos a crear relaciones con otros. Cuando el lenguaje se ve alterado por los medios, entonces las acciones y comportamientos serán los siguientes en cambiar.

En principio podemos pensar que no suena como un efecto negativo, pero el lenguaje de los medios de comunicación suele ser limitado y, por lo tanto, puede influir en los límites del mismo espectador, otro efecto recae en llevar el doble sentido a otras esferas de la vida cotidiana, ya no es exclusivo del programa y su representación en la realidad, se lleva a diversas situaciones en donde la imaginación hace referencias incómodas y sin coherencia, mencionando también que dicho doble sentido suele tener connotaciones sexuales; sí bien un menor de edad no comprende del todo, sí que se cuestiona y llegará a sus propias conclusiones si un adulto no lo orienta. Los padres captan el mensaje perfectamente y en ocasiones encuentran dicha situación en donde no la hay, debido a que dos cosas completamente diferentes se vuelven sinónimos, por ejemplo, utilizar un plátano para referirse al pene o un melón con el seno femenino, aludir de dicha forma puede ser educativo, pero la gran mayoría del contenido lo hace de forma vulgar, entonces, en una situación donde un niño ve una fruta, papá y/o mamá ven otra cosa, incluso cuando no es la intención.

Adentrándonos un poco en la situación del lenguaje y el imaginativo colectivo, pasemos al comportamiento negativo. Los estereotipos provocan un actuar de acuerdo a la idea generada en ciertas personas por su forma de vestir, hablar, origen étnico, religión, color de piel u otras partes del cuerpo, comportamientos o hábitos, entre otros rasgos; la sociedad empieza a categorizarse por dichos puntos y, en sentido mediático, el estatus otorgado por las marcas, sus *slogans* u otros mensajes negativos de los servicios e, incluso, las series y programas pueden contribuir en la fragmentación de la sociedad con la difusión de dichas ideas. Por

otro lado, en el aspecto técnico, el contratar un servicio que unos pocos tienen o tener cierto artefacto genera estatus y un sentimiento de superioridad, separando a la sociedad y volviéndola materialista, sumando la representación mediática de una persona con recursos monetarios, acceso a lujos y servicios costosos, en comparación con la representación de un individuo con escasos recursos, lo cual genera como resultado una estereotipada realidad, inclusive dando pauta a diversos actos de discriminación con riesgo de *saltar de la pantalla* y entrar a la realidad tangible.

Revisando fugazmente el conductismo de autores como John B. Watson y B. F. Skinner, interpretado como una rama de la psicología la cual, a través de diversos métodos de observación, intenta explicar el comportamiento humano, encontramos el *Condicionamiento operante*, donde las consecuencias de realizar ciertas acciones son determinantes para futuras ocasiones en donde se repitan las circunstancias, los llamados refuerzos negativos y positivos. Skinner (1974: 46) los menciona de la siguiente manera:

Un reforzador positivo fortalece cualquier comportamiento que lo produzca: un vaso con agua es positivamente reforzante cuando tenemos sed, y si entonces llenamos un vaso con agua y lo bebemos, tenemos mayor probabilidad de hacerlo de nuevo en condiciones similares. Un reforzador negativo fortalece cualquier comportamiento que lo reduzca o le ponga fin: cuando nos quitamos un zapato que nos aprieta, la reducción de la presión es negativamente reforzante, y tenemos mayor probabilidad de hacerlo de nuevo cuando nos apriete un zapato.

Podemos decir que son estímulos que nos ayudan a disminuir o aumentar la repetición de nuestras acciones, dichos refuerzos pueden aplicarse a diversas áreas, en el ámbito mediático el material audiovisual será el estímulo, refuerzo o modelo. Cuando un menor replica circunstancias, acciones, palabras, diálogos o vestimentas de un programa, serie o videojuego, la reacción del entorno le indicará si podrá hacerlo nuevamente o no, por ejemplo, un niño que replica un chiste de la serie *El chavo del 8*, cuya popularidad es inmensa, y recibe risas e incluso un diálogo acorde a la serie, recibirá un mensaje de aceptación tanto de la conducta como de su persona en un círculo social, un joven que llega al colegio usando ropa de alguna marca conocida o utilizada por algún famoso, llamará la atención de algunos, lo cual será un refuerzo para seguir utilizando dicha prenda. Skinner menciona que los refuerzos también dependerán de los “estados” de la conciencia como el “¿Qué quiere buscar esa persona con el actuar?” Ya hemos mencionado que los medios difunden estatus y crean lazos, en consecuencia, la réplica es propiciada por la búsqueda de aceptación y atención de quien la realiza.

Diversas circunstancias mediáticas encuentran resolución a través de un encuentro de fuerza, gran variedad de caricaturas y series enfocadas en la lucha del bien contra el mal, el héroe contra el villano, peleando para salvar o destruir el mundo; si bien pueden estar cargadas de un contenido simbólico interesante, con tramas que no incluyan meramente encuentros físicos, al haber ausencia de una orientación enfocada en la observación del contenido, el foco de atención será la

parte visible, los golpes y enfrentamientos, la parte simbólica y reflexiva será casi imperceptible, por lo cual, obtendremos réplicas de los actos o diálogos sin comprender las motivaciones o significados reales, teniendo únicamente la concepción subjetiva del mensaje. Mencionando los dibujos animados, debemos tomar en cuenta la creencia al respecto de que “todo lo que está animado es para niños”, incluso cuando existen programas dirigidos al sector adolescente y adulto con dichas características al alcance de menores de edad, consideramos es un tema de interés, que no únicamente recae sobre la calidad de los contenidos, sino también en la responsabilidad de las audiencias al no acatan las restricciones, ignorando la mayor parte del mensaje mediático.

Otras investigaciones interesantes giran alrededor del conocido *efecto Werther*, de acuerdo con Sol Álvarez (2012: 48) en 1774 fue publicada una historia llamada *Las penas del joven Werther* del autor alemán Johann Wolfgang von Goethe, cuya obra fue todo un éxito pero traería consigo un curioso efecto en un grupo de sus lectores, al cual llamarían “la fiebre de Werther”, además de contemplar la popularidad de la obra, la autora también menciona “la imitación, a lo largo y ancho de toda Europa, de los intereses, actitudes e indumentaria del personaje principal”, en esa época las historias impresas eran la televisión del hoy, por tanto, no es raro pensar que podría generar efectos idénticos, además los libros son considerados un medio de comunicación por varios escritores. La autora continúa diciendo: “[...] lo que más inquietó a la sociedad de la época con respecto a esta novela es el notable aumento en el número de suicidios entre sus lectores, a imitación del final del joven Werther. Se dice que hubo cuando menos 2,000 suicidas entre los primeros lectores de la obra [...]” situación que llevo al autor a incluir una frase al comienzo de su libro: “sé un hombre, no sigas mi ejemplo”.

Álvarez también señala otra obra conocida con un impacto similar, incluso con las mismas consecuencias negativas, *Romeo y Julieta* de William Shakespeare, historia con un final trágico que se cree que orilló a un grupo de parejas a cometer actos de suicidio. En los años 1970-1980 el sociólogo David P. Phillips realizó una serie de investigaciones en donde planteó la relación entre los medios de comunicación y el incremento de suicidios por imitación, analizó en diversos espacios informativos el aumento de noticias relacionadas al tema de manera masiva, principalmente los casos de personajes públicos o famosos y aquellos en donde el tiempo de la nota en pantalla o difusión era extenso, pues a los pocos días de difusión los casos en la sociedad se incrementaban, señalando que la población joven era más susceptible a dichos efectos, posteriormente empezó a trabajar temáticas similares ahora con casos de homicidios y su relación con eventos deportivos de contacto físico, denominándolos agresivos, especialmente del boxeo, sumando situaciones raciales, diferenciándolo de otros deportes de contacto como las artes marciales o algún otro evento de gran magnitud, mencionando que los índices de violencia social y homicidio no tendían a subir como cuando se trataba de peleas importantes de boxeo (Phillips, 1983).

Actualmente han ocurrido casos en los cuales atribuyen a los videojuegos la enseñanza de conductas violentas. El caso de Torreón, en donde un joven de 11 años realizó un tiroteo, hiriendo compañeros y asesinando a una maestra de su institución educativa, se pensó que las primeras causas fueron contra uno de los juegos favoritos del chico, *Natural selection*, pues durante los hechos portaba una camisa distintiva del juego y, según datos recogidos, pasaba horas jugando, aunque posteriormente se dieron a conocer las condiciones familiares en las cuales se encontraba el joven y que tuvieron mayor peso. Otro ejemplo son los tiroteos en Columbine, de 1999, donde dos jóvenes, Eric Harris y Dylan Klebold, asesinaron a varios de sus compañeros en el instituto homónimo a la localidad, para posteriormente suicidarse, sus motivaciones fueron atribuidas a música del género Heavy metal, principalmente la banda Rammstein, también al videojuego *DOOM*. Por último, vale la pena mencionar un caso en Nueva Zelanda donde un ataque con arma de fuego se transmitió en Facebook con una cámara, la cual pretendía emular la sensación de los juegos del género *Shooters* (disparos) con cámara en primera persona, señalando como influencia el popular juego Fornite, pero bien podría atribuirse a otros títulos de contenido similar.

Los medios por sí solos no generan violencia, pero sumados a otras circunstancias como la exposición prolongada, el maltrato intrafamiliar, situaciones escolares, laborales u otras áreas sociales, pueden dar la pauta para que un individuo tome inspiración en el contenido audiovisual, pues la imaginación proporcionada le ofrece una mayor comodidad en comparación con su mundo real. Con respecto a los videojuegos existe una similitud con los estudios realizados por el sociólogo David P. Phillips, la relación entre homicidios y el boxeo, en este caso los juegos de disparos en primera persona con temáticas bélicas suelen tener un acercamiento a sucesos violentos en contraste a otro tipo de juego, como los de peleas, de *Roll* o terror, cuyo contenido suele ser fuerte y sangriento en la mayoría de ocasiones, sin embargo, dicha relación no está determinada.

Como podemos observar, sin importar el medio del cual hablemos, la influencia sobre la conducta puede aparecer, comúnmente la atención gira sobre la televisión, su mala influencia y adicción, pero a lo largo de la historia los diversos medios han provocado reacciones interesantes en sus espectadores. En la actualidad, la inmersión de la sociedad en los medios es mayor, por lo cual, la exigencia para tener una mejor calidad incrementa, con la finalidad de crear mensajes claros, hacer un llamado a padres de familia y consumidores de acatar las clasificaciones y mantenerse atentos a cada detalle en los diversos espacios mediáticos, así como distinguir el entretenimiento de la información, conocer realidades sin descuidar el mundo verdadero que los rodea, cuestionarse lo visualizado y si vale la pena tomar de modelos ciertos personajes, pero sobre todo mantener la idea de ver a los medios como una herramienta y no una extensión del individuo.

Desensibilización y legitimización de la violencia audiovisual

Partiendo nuevamente de la exposición prolongada y tomando a los medios de comunicación como un factor de la conducta antisocial, los efectos pueden presentarse de formas diversas, siendo uno la mencionada réplica de la conducta, pero cuando dicha consecuencia no se hace presente, otra puede aparecer en su lugar debido a la variación de los medios y los diversos factores personales y sociales. Un efecto de suma importancia es la pérdida de sensibilidad con respecto a sucesos trágicos, desgarradores, terroríficos e inhumanos, debido al consumo prolongado, ocasionando un sentimiento de normalización, así como un estado de incompreensión y nula empatía con las víctimas de los hechos, principalmente ocasionado por el abuso de notas rojas en secciones informativas, uso de sangre y escenas fuertes dentro del entretenimiento, lo que provoca una introyección de la cultura de la violencia, en algunos casos elevando el morbo, orientando a la audiencia a querer ver cada vez en mayor medida el contenido inapropiado. Galán y Preciado (2014: 79) mencionan que:

La desensibilización a la violencia disminuye el afecto negativo y la angustia ocasionada por la violencia, el reconocimiento de sus manifestaciones, la simpatía o interés por víctimas de violencia, la culpa, responsabilidad y gravedad atribuida al daño generado por perpetradores y también reduce las conductas prosociales. Por otro lado, incrementa el acceso a ideas y la tendencia a realizar conductas violentas; a su vez aumenta las emociones positivas generadas por la violencia, incluso puede resultar en el gusto o agrado al prever o presenciar situaciones (o escenas) de violencia.

De acuerdo con los autores, un mismo efecto puede devenir en diversos actos, la despreocupación por las víctimas dando como resultados la ausencia de reacción en caso de presenciar un acto de agresividad, aumentar la probabilidad de realizar una conducta similar debido a la disminución de la culpabilidad y, como hemos mencionado con anterioridad, el gusto por seguir viendo situaciones violentas de forma explícita, un sector de los estudios atribuyen el efecto como causa de una exposición mediática de largo plazo.

Con el incremento de la violencia social y el interés de los medios por utilizar el tema dentro de su agenda, los diversos espacios informativos se llenan de noticias con estas características, los avances en video y audio permiten ver y escuchar de mejor manera escenas o secuencias con estos elementos, los videojuegos alcanzan un nivel de realismo cada vez mayor, algunos de ellos de manera tan explícita, al grado de volverse un factor a calificar para su público, algunos periódicos no se molestan en censurar imágenes fuertes al utilizarlas en sus impresiones y con la Internet puedes encontrar videos de cualquier tipo con sólo ponerlo en el buscador, por lo tanto, ambas realidades, la mediática y la fáctica, crean un proceso de normalización de la violencia.

Los medios tienen el poder de influir sobre las personas de manera proactiva, empero, la información y el contenido no regulado de manera eficiente, con

temáticas violentas, permanece por encima de la información fomentadora de la cultura de paz. En el capítulo dos contemplamos a los medios como un factor de cambio en temas políticos, ahora podemos ver como gira en ambas direcciones, positiva o negativa. Fernández y Revilla (2016: 104) mencionan que:

Los individuos reflexionan sobre las conductas individuales, incluidas las suyas propias, lo cual incide en el autoconocimiento. Pero más allá de la dimensión psicopedagógica o de autoconocimiento individual las experiencias de compasión y empatía que se despiertan en ellos pueden ser útiles para fines sociales. Efectos similares se producirían en el visionado de productos de ficción que reconstruyen los hechos reales. Películas como *Hotel Rwanda* (Terry George, 2004), *La decisión de Sophie* (Alan J. Pakula, 1982) o *La lista de Schindler* (Steven Spielberg, 1993) despiertan reflexión moral sobre la vulnerabilidad de la condición humana, sobre el valor, el sacrificio, la ayuda a los demás o la posibilidad de mejorar las cualidades y las conductas éticas de los individuos.

Los autores hacen evidente la capacidad de un mensaje positivo, incluso con temáticas fuertes como el caso de la película *La lista de Schindler*, la cual toma como inspiración el Holocausto Nazi, cuando se cuenta con un mensaje claro se puede intervenir de forma proactiva en el actuar de la audiencia, más actualmente existe la tendencia a utilizar el recurso de sangre, golpes, accidentes, explosiones, muertes, el lenguaje vulgar y soez en forma de entretenimiento. Dentro del uso desmedido e inadecuado en el contenido encontramos la postura o excusa de ser meramente información y entretenimiento, por lo tanto, intentar regular u oponerse significaría limitar o reprimir la libertad creativa y de expresión. Visto desde un ángulo diferente la afirmación es correcta, siempre y cuando cumpla con los lineamientos establecidos, por ejemplo, el caso de un guion, construcción de trama o personajes, se debe contar con un fundamento coherente, no únicamente por llenar la pantalla del género *Gore*, famoso por usar dichos recursos para crear una sensación más que realista en el espectador.

El periodista Manuel Rivas, en 1997, recogió una serie de sus reportajes y decidió darles un formato de libro recopilatorio de historias, titulado *El periodismo es un cuento*, donde menciona que, si bien los escritos fueron hechos reales con una breve aparición en secciones informativas, principalmente de la prensa escrita, tienen potencial para ser escuchadas por generaciones, siendo transmitidas como historias o leyendas para recordar, pues sus características y sucesos las vuelven interesantes, en ese sentido podemos ver la importancia de las palabras e imágenes transmitidas en los medios, ya no únicamente los impresos, la televisión, el cine y videojuegos, secciones de entretenimiento como de información pueden contar historias capaces de intervenir en el pensar y actuar colectivo e individual. Manejar los actos violentos, así como a sus participantes con la atención merecida, puede convertir historias trágicas en mensajes de concientización, prevención y empatía. Víctor Sampedro (2014: 27) mencionó: “Que la Prensa alimente narraciones sociales no niega su veracidad. Necesitamos relatos que nos permitan soñar lo que podríamos construir al despertar. Y, sobre todo, que no provoquen las pesadillas. Al contrario, que nos quiten el miedo”.

Existe un efecto curioso con respecto a la desensibilización: en años pasados incrementó significativamente la incidencia de linchamientos en diversas partes de la República Mexicana, con datos del *Informe especial sobre los linchamientos en el territorio nacional (2019)*⁴³ realizado por la Comisión Nacional de los Derechos Humanos y contemplando el periodo 2015-2018, se señaló que de 336 casos, un total de 174 se realizaron en el último año, más del 50%, significando una alza del 190% con respecto al 2017 en donde contabilizaron únicamente 60 casos. Es importante mencionarlo debido al incremento en la violencia en el país y la participación en los medios, causando un sentimiento de inseguridad en los habitantes. De acuerdo con la *Encuesta Nacional de Seguridad Pública Urbana*⁴⁴ de finales del 2018, el 74.9% de la población de 18 años y más considera que vivir en su ciudad es inseguro.

El hartazgo de ver día con día situaciones de injusticia y la ineficiencia de la seguridad pública por parte del Estado trajo consigo la medida del linchamiento, grupos vecinales que hacían justicia por su propia mano pero no con métodos pacíficos, todo lo contrario, la introyección de la violencia los llevo a implementar métodos en donde la única forma de hacerle frente a la situación es de manera agresiva, por otro lado la desensibilización aparece de forma inusual, puesto que no hay una completa normalización, desapego e ignorancia del contexto agresivo, por el contrario se busca combatirlo, empero, se hace presente cuando la respuesta es a través de golpes, patadas, torturas e incluso la muerte del agresor, no existe límite para proteger los bienes o integridad de los vecinos. Por otro lado, en el aspecto mediático, diversos casos estuvieron en el foco de atención, los medios se mantenían pendientes a ver dónde y cuándo sería el siguiente linchamiento, con el paso del tiempo los grupos de vecinos y programas relativos a éstos incrementaron significativamente, “si ellos lo hicieron ¿por qué nosotros no?” hasta el punto en que la conducta se legitimó de cierta manera, se volvió un tema de discusión y estamos de acuerdo en que los medios influyeron en su momento.

Hablando de legitimación, puede sonar un poco similar al concepto analizado anteriormente, no obstante, la desensibilización tiene como efectos principales la disminución en la percepción de emociones proactivas como la empatía o el apego, un incremento en la aceptación de la conducta antisocial e incluso la posible réplica, mientras que la legitimación es la aceptación de la conducta. En palabras de Domínguez, Fernández y Revilla (2007: 24): “[...] legitimar la violencia significa presentarla como un comportamiento aceptable, normal, trivial, comprensible. En ocasiones va más allá de la comprensión y aceptación e incluye la celebración y exaltación.” Si bien ambos conceptos pueden llegar a una etapa de satisfacción, los primeros puntos de la definición citada marcan la diferencia, los autores continúan

⁴³https://www.cndh.org.mx/sites/all/doc/Informes/Especiales/IE_2019-Linchamientos.pdf (consultado: 15/07/2021).

⁴⁴https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2018/ensu/ensu2018_10.pdf (consultado: 20/07/2021).

diciendo: “Cuando intervienen en el proceso los medios de comunicación [...] tienen como consecuencia el aumento de la probabilidad de que la audiencia acepte como legítima o ilegítima la conducta, práctica social, etc., mostrada en la emisión”.

Posteriormente los autores mencionan dos aspectos importantes en la legitimación, uno local y otro global, el primero afectando al objeto de legitimación y el segundo al entorno social donde se realiza el proceso, por lo tanto resulta necesario contemplar el mensaje, así como el lugar y grupo objetivo para poder afirmar que cierto tema busca ser legítimo, de igual manera una de las variables cae sobre la audiencia y la interpretación del contenido de acuerdo con sus experiencias previas y su visión del mundo. También mencionan como regularmente suelen omitirse las razones por las cuales se hace uso de violencia, utilizando recursos de caracterización de personajes, en donde encontramos tres tipos de actores: simpáticos, legales y aceptables.

Los primeros los encontramos en aquellos que resuelven problemas o realizan hazañas honorables, en los héroes o personas cuyas acciones son casi sobrehumanas, pero sin llegar a tener superpoderes, como James Bond, Rocky o Rambo, personajes que cumplen funciones como protegerse, salvar al mundo, a otra persona o grupo, pero también recordados por vencer al villano u oponente, realizar acciones deslumbrantes e increíbles para poder sobrevivir y por hacer frente al problema de maneras llamativas. Muchas series y películas no suelen profundizar acerca de las motivaciones del enemigo en turno, en algunos otros casos el desarrollo es plano y sólo están ahí porque debe haber un malo, dicha situación resulta importante pues explorar el porqué de sus actos, en lugar de utilizarlos únicamente como sacos de boxeo para el héroe, lo cual reforzaría las acciones de los personajes, dándoles un valor mayor, explicando las causas y consecuencias de la violencia, resaltándolos no únicamente por su aspecto físico, sus acciones malvadas o sus conclusiones violentas, pero sin romantizar ni justificar sus actitudes.

En la segunda clasificación tenemos a quienes utilizan la fuerza para cumplir las normas, como la policía y los ejércitos. A diferencia de la clasificación anterior, encontrada mayormente dentro de contenido para el entretenimiento, esta segunda es detectada dentro de un aspecto tangible de la realidad, aunque también encuentra proyecciones en el mundo imaginativo de los medios. En este punto, cuando se trata de cuestiones de seguridad nacional, un país puede hacer uso de la fuerza militar para disminuir la amenaza, en cuestiones de carácter social los diferentes niveles del uso de la fuerza policial entran en acción, los cuales podemos cuestionar en reportajes diversos donde podemos ver el uso en desproporción de la agresión recibida, también es posible ver múltiples parodias y estereotipos de policías en programas de televisión, por otro lado, el estado los posiciona como entes cuya labor es servir y proteger, pero dicha visión se ve opacada por la parte mediática, por otro lado, los ejércitos en época de guerra son recibidos como héroes y se ignoran totalmente las acciones que realizaron para tener dicho título.

Por último, serán actores aceptables aquellas personas que utilizan la violencia para desempeñar un rol, hablando de profesores, padres, adultos mayores, entre otros. En la realidad encontramos personas de la tercera de edad quienes sienten tener la libertad para insultar a otras de menor edad o actuar sin restricciones; los padres quienes siguen los estigmas de una educación cimentada en golpes, pues afirman que forman el carácter de sus hijos, entre otros. Estos casos podemos verlos representados en los medios a través de estereotipos: el anciano gruñón del pueblo, los padres abusivos, el familiar alcohólico, el compañero que hace *bullying*, este último debido a la creencia del abusivo del grupo en las escuelas, al grado de ser normalizado, llevando a su representación constante cuando existe una institución educativa, así como otros, dicho personaje no puede faltar, pues ahora es un recurso de realismo, refleja la vida de los jóvenes y, como en casos anteriores, las motivaciones no suelen ser claras.

Evelyn Castro (2014) realiza un estudio acerca de la legitimación de la violencia por parte del grupo Al-Qaeda, organización con ideales interesantes los cuales permiten realizar actos de terrorismo, desencadenando situaciones bélicas; dichos actos se posicionan como eventos mediáticos importantes. La autora menciona tres mecanismos que podemos sumar a los establecidos para fortalecer la legitimación, relacionándolos con los medios de comunicación, sin importar que el tema central de su investigación no se encuentre apegado del todo al tema, estos son: “justificación ética de la violencia”, “comparación ventajosa” y “el deslinde de responsabilidades”, dentro de las tres formas los actores y su personalidad no toman tanta importancia, sino las acciones y el contexto o punto de vista en el cual son observadas, no obstante, de manera similar con los casos anteriores, sirven como justificaciones de lo presentado en pantallas.

Decir que la violencia tiene ética es arriesgado, pues hablaríamos de la normalización, comprensión y aceptación en todas sus modalidades, la autora lo señala en función de un mal menor para terminar con la injusticia; en su investigación los actos de los palestinos son realizados para liberar a su pueblo. Tomando el concepto de la guerra y los ejércitos, los medios de comunicación juegan un papel importante en la postura de un país, viendo a los contrarios como los malos, cuando en dichas situaciones resulta difícil calificar un bando como bueno o malo, sin embargo, los medios lo hacen. Hitler y sus discursos mediáticos fueron convincentes de manera increíble, mientras los estadounidenses hacían campaña utilizando un personaje ficticio de cómics, El Capitán América. Volviendo al ejemplo de los linchamientos, asesinar a un ladrón y permitir la unión de vecinos para protegerse ellos mismos aparece como un mal menor, encajando con el punto mencionado.

La comparación ventajosa en palabras de Castro (2014: 143) aparece cuando «Los promotores de la violencia justifican sus acciones con el esquema de que su agresión es “menor” comparada con las crueldades infligidas por el enemigo en contra de ellos.» En este sentido podemos hablar de personajes en busca de venganza, sin límites, realizando actos aun mayormente crueles a los sucedidos

hacia ellos, siendo el mensaje, nuevamente, no hay otra opción más que recurrir a la violencia. Películas como *John Wick* en su primera entrega, en donde realiza una serie de asesinatos debido a una acción considerada imperdonable hacia su persona, la cual para algunos puede parecer menor mientras para otros justifica totalmente su actuar. El último punto, deslinde de responsabilidades, como su nombre lo indica, busca desviar la responsabilidad de sus acciones violentas bajo la idea de la defensa propia, bajo ataque y en forma de respuesta, la única salida es el uso de agresiones de cualquier tipo, incluso podemos mencionar la frase “se lo busco” o “se lo merecía”.

Si bien los últimos tres puntos son utilizados para una situación distinta de los medios de comunicación, podemos incluirlos debida a su interés en las acciones realizadas, alejándose un poco de los personajes que la realizan y dándonos una visión diferente, lo cual es importante pues en una acción no interviene únicamente la persona, es importante tomar en cuenta el contexto donde ocurre y la ejecución de la misma, entre otros factores como las víctimas o los instrumentos utilizados. Con relación a las víctimas, forman parte importante dentro de la legitimación y desensibilización, lo mencionado en párrafos anteriores acerca de los protagonistas busca desviar la atención de las víctimas pues no lo son realmente, son culpables, responsables y merecedoras de sus desgracias, dicha situación la podemos ver en películas o series, cuando el protagonista realiza una serie de homicidios en diversas situaciones, pero no pasa nada porque son malos y no víctimas inocentes.

Por otra parte, Fernández, Domínguez y Revilla (2007) mencionan que también puede reforzarse la idea de la ilegitimidad con actores antipáticos, malvados, culpables o locos junto a víctimas indefensas e inocentes. Recursos utilizados mayormente por encabezados o títulos amarillistas haciendo ver a las víctimas como pequeños seres indefensos mientras presenta a los victimarios como monstruos despiadados, si bien las conductas antisociales llegan a ser reprochables, tampoco debemos dejar que los medios etiqueten personas antes de realizarse las investigaciones necesarias e incluso con ellas no resulta ético el guiar a la audiencia con suposiciones y posturas propias del periodista; Guemureman, *et. al* (2010) analizan como diversos periódicos utilizan titulares para estigmatizar a jóvenes de bajos recursos, ocasionando un rechazo social contra ellos, ésta situación la podemos ver con la idea errónea de relacionar la pobreza con la delincuencia.

En la parte del entretenimiento tenemos a quienes conocemos como los malos de la historia, incluso algunos existiendo como protagonistas, tal es el caso de Jason en las películas *Friday 13* y Freddy de *A Nightmare on Elm Street*, quienes siguen la fórmula de los villanos locos y las víctimas desprotegidas, pero fuera de ellos y sus semejantes, muchos otros villanos tienen cordura, planes y ejércitos, en donde resulta preciso desarrollarlos para comprender de mejor manera sus acciones y en consecuencia las de su opuesto, en ocasiones intentan darles una explicación, pero no es lo mismo a desarrollarlos como personaje, no basta con decir que sufrió un accidente o tuvo una infancia dura, las acciones que realiza, sus diálogos y

trasfondo deben tener coherencia para que el espectador sienta que sus actos no son adecuados, en consecuencia comprendiendo la razón por la cual es golpeado y por qué su protagonista únicamente tenía esa opción.

Ambos efectos se convierten en un método mediático para legitimar conductas, prácticamente cualquier acto contra cualquier grupo puede pasar a ser “comprendido” o normalizado sin importar las consecuencias o sí arriesga la convivencia social, en los puntos desglosados podemos ver cómo funcionan a manera de “justificaciones” las cuales sirven para ahorrar el tiempo de explicar el significado de la violencia y las respuestas agresivas, por lo tanto, cuando se presente una réplica de la conducta de una persona o grupo bajo las mismas circunstancias parecerá razonable actuar como lo visto con anterioridad, pues la idea mediática explica en mayor medida lo necesario de la conducta, resultando benéfica para los involucrados tanto en ficción como en la realidad, la violencia no debe ser depurada de los medios, sino ser explicada de manera concreta, apoyando la idea de incentivar a la población a obrar de manera altruista.

Actualmente temáticas como la inclusión, roles familiares y la ideología de género son situaciones que gran parte de los medios intenta cambiar, incluir personas de diferente raza, etnia y religión, poner a mujeres realizando actividades que anteriormente sólo hombres hacían y viceversa, pues traían consigo la introyección de ideales negativos, los cuales tarde o temprano desencadenaban en represión, discriminación y violencia. No obstante, aún son notables otro tipo de ideas románticas de los medios en su contenido, por ejemplo, las telenovelas con parejas golpeadoras e infieles, los jóvenes sin respeto hacia sus profesores, la solución agresiva ante situaciones complicadas, las numerosas notas rojas, la violencia como el centro de atención, acaparando gran parte del tiempo informativo y de entretenimiento. Por otro lado, la inclusión de las diversas ideologías también es criticado por un gran número de personas arraigadas a otras realidades, provenientes de otras épocas, el cambio repentino de un ideal mediático a otro puede ser conflictivo, por lo que debe hacerse paulatinamente y con bases coherentes.

Resaltando la idea del poder mediático para influir en el razonar colectivo para la ejecución de acciones prosociales, es preciso reiterar que no se trata de eliminar la violencia de las pantallas, periódicos o web, es de mayor importancia y facilidad reforzar debidamente el mensaje utilizando otros medios, el uso de situaciones dolorosas, atemorizantes e incluso grotescas pasaran a tener un efecto benéfico, pero no dependerá únicamente de los medios, periodistas, empresas, directores, editores, las actuaciones y los efectos especiales, puesto que la sociedad debe colaborar con un mayor criterio al consumir cierto tipo de contenido; de no ser posible, las restricciones deberán reforzarse mayormente, pues cuando el mensaje resulta ser polisémico y la explotación del recurso agresivo es constante, la exposición generará un aumento en el consumo, introyectando la idea del “no pasa nada” o “solo es una imagen o video” llegando al punto de no satisfacerse con ver y escuchar, será necesario experimentarlo en el mundo real o, por el contrario, al

presenciarse de forma tangible no se generará preocupación o desprecio, simplemente indiferencia e incluso satisfacción.

Mass media como factor de riesgo

Incluir a los medios de comunicación como un factor de riesgo en el análisis de la conducta antisocial, puede ampliar el campo de estudio de la Criminología y contemplar efectos como los antes mencionados, otorgándole mayor atención al contenido y todas sus partes, en diversos casos simplemente se apunta hacia un medio acusándolo de ser responsable, sin embargo, debemos verlo desde diversos ángulos y áreas de las ciencias sociales, así como otras artes; de igual manera, aunque el material audiovisual agresivo se lleva en mayor medida la atención, otros aspectos entran en juego, todo aquello dentro de la producción, creación y difusión, los directivos de las empresas e incluso las mismas audiencias, hablar de violencia no es únicamente hablar de delitos y crimen sino también de su forma simbólica y tangible dentro y fuera del contenido informativo y de entretenimiento incluso cuando no trata temáticas cuestionables.

Retomando una teoría del capítulo anterior, la telerrealidad, cuyo principal enfoque no tiene orientación hacia la violencia sino hacia la creación o alteración de realidades a través de la manipulación de la verdad con la finalidad de atraer al público para aumentar sus índices de *rating* o expectación sobre la competencia con respecto a programas similares. En su espacio mencionamos la relación de dicha teoría con la desensibilización y cómo gran parte del efecto proviene de la sobreexplotación del contenido violento, drama, miedos y deseos de los espectadores mientras otras temáticas pasan a un segundo plano e incluso no se presentan, descartándolas de la realidad audiovisual, la cual al ser introyectada por un espectador dependiente del contenido hará omisión de los temas no presentados, etiquetándolos de irrelevantes.

Hablamos del contenido informativo y cómo toma aspectos de la situación actual y la violencia creciente plasmándola todos los días en las pantallas e impresiones con las secciones policiales o de nota roja, sí bien sirve de información para prevenir situaciones parecidas, para realizar investigaciones y mantener a la sociedad al tanto de las problemáticas, la sobrecarga de los mensajes negativos es un factor dentro de la desensibilización y normalización de conductas de la misma índole, creando una realidad agresiva, no hay escape de la violencia, únicamente puede ser bloqueada o combatida con acciones similares, al grado de ya no existir un estado de alerta sino uno de ataque, pánico e indiferencia hacia robos, asaltos e incluso asesinatos pues “así es el mundo y el país en que habitamos”, incluyendo los encabezados discriminatorios, machistas y nada sensibles, la información tergiversada, incompleta o moldeada busca desviar la atención del verdadero problema sin mirar soluciones.

Omitiendo brevemente al contenido, existe otra forma de violencia dentro de los medios informativos, pero no dirigida hacia los espectadores, el riesgo de sufrir un atentado hacia quienes buscan informar es muy alto en nuestro país y en todo el mundo, de acuerdo con la página Reporteros sin fronteras⁴⁵ y su *Clasificación Mundial de la Libertad de Prensa 2020*, México está en la posición número 143 de 180, mencionando que tanto agentes del gobierno frustrados por los informantes como los grupos criminales y la relación que ambos pueden tener son los causantes del riesgo periodístico, por otro lado, en el *Barómetro de las violaciones de la libertad de prensa*⁴⁶ ocupamos uno de los primeros lugares y para septiembre del 2020 éramos el país con más asesinatos de periodistas, 5 en total, en cuanto a cifra numérica puede no ser mucho pero con respecto a otros países de la misma lista y con la tendencia de los últimos años a tomar la vida de quienes informan, lo hace una problemática importante y de gran seriedad.

En capítulos anteriores hablamos de la importancia del periodismo para ejercer presión sobre los medios en su actuar como un poder político y social, mencionamos brevemente la situación de fuentes como *El blog del narco* y el caso de Rubén Espinoza Becerril, ampliando un poco más la idea, el sitio virtual fue dirigido durante varios años por personas en un sótano con el constante miedo a represalias, motivo por el cual toman el anonimato, debido a volverse blanco de grupos delictivos, cuya información era difundida, y el Estado, el cual se entraba envuelto en ataques por no contar la verdad, en el año 2013 lanzó un libro titulado *Morir por la verdad. La narcoguerra mexicana desde lo clandestino*, seguido de la frase: “por los periodistas fugitivos del Blog del narco” en el cual se narra gran parte de su historia como medio de comunicación y el camino lleno de amenazas y miedo constante, así como la situación del país durante la famosa “guerra contra el narcotráfico” comentando como otros medios informativos ocultan a la sociedad la mayor parte de los actos cometidos por los carteles criminales.

Mientras algunos pensamos que la violencia llena los noticiarios con sus historias en gran parte del contenido, hay quienes piensan que no es suficiente y las estadísticas e información no refleja la realidad en su totalidad, podemos decir que se muestra lo necesario para no hacer entrar en un estado de pánico a la sociedad al mostrar escenas explícitas o con un grado mayor de crudeza, como sí lo hacen los videos e información del *Blog del narco*, si bien es información importante difícil de ver, como ya hemos mencionado no hay un contrapeso establecido sólidamente con noticias de carácter pacífico, los efectos de desensibilización y normalización son notorios aun cuando la información es incompleta, no demeritamos el esfuerzo del sitio web, empero, mantenerse como un espacio aislado para quienes buscan mayor documentación resulta de mayor conveniencia, pues soltar todo a una sociedad ya rodeada de violencia puede generar problemas mayores a la desinformación colectiva.

⁴⁵ <https://rsf.org/es/mexico> (consultado: 10/08/2021).

⁴⁶ <https://rsf.org/es/barometro> (consultado: 10/08/2021).

Por otro lado, Giovanni Sartori (1997) menciona que los espacios informativos aun siendo de diferentes cadenas y horarios suelen dar las mismas noticias o por lo menos tener segmentos similares, no existe una postura opuesta más allá de lo económico y en *rating*, el autor señala la falta de una crítica hacia la información de los medios por parte de ellos mismos o de otros, siendo la acción de cuestionarse constantemente importante para reforzar a los espectadores, siempre y cuando no caigan en una batalla en donde se desacrediten unos a otros, pero sí ofrezcan un debate y mayor conocimiento del tema, situación realizada por el Blog del narco y la temática delictiva. Resulta innegable ver como quienes buscan la verdad son un grupo vulnerable, sin importar si se trata del estado o grupos criminales, cuando un investigador pone en riesgo su vida por realizar su trabajo remarca lo importante de la situación, en nuestro país inclusive se creó la *Ley para la Protección de Personas Defensoras de Derechos Humanos y Periodistas* en 2012 por lo llamativo y preocupante del tema, no obstante, como pudimos observar en las estadísticas antes mencionadas, no ha disminuido notoriamente.

Con respecto al contenido realizado para entretener, los efectos visuales avanzan de manera increíble al punto de volverse casi imperceptibles y realistas, utilizados mayormente para crear ilusiones, fantasías e introducir en el imaginario colectivo mundos alucinantes para relacionarse; a la agrupación de personas con gustos compartidos se le conoce como *fandoms* o grupos de seguidores con gran apego por una serie de televisión, películas, personajes, actores, cantantes, cómics, anime, manga, videojuegos e incluso de marcas o casas productoras. Grandío Pérez (2017: 25) habla de los grupos de fanáticos como un número de personas relacionadas emocionalmente con el contenido en busca del *Pleasure*, el disfrute o placer de lo audiovisual debido a su estilo, historia, trama, entre otros aspectos, los cuales poco a poco cambian su actuar, ideal, vestimenta o vocabulario, también mencionando diferentes tipos de *Pleasure* con relación a series televisivas de la siguiente manera:

Ver una serie puede suponer un consumo ligero y refrescante, propio de la comedia como el de *The Big Bang Theory*. Otros consumos sin embargo están relacionados con la vivencia de vidas trepidantes, como el *thriller* de *Homeland*; por el interés por el conocimiento de épocas antiguas, como en la serie histórica *Isabel*; o incluso por el conocer el funcionamiento del narcotráfico, como permite *Narcos*. Disfrute o *Pleasure* puede ser también enfrentarte a *The Wire* y su descenso a los infiernos de la condición Humana.

Aunque presentan diferencias, la autora menciona un propósito en común: la gente los busca para llenar su tiempo libre y al presentarse de forma serial semanal o mensual crea una relación de interés a largo plazo, con el paso de los años se vuelve estrecha e incluso irremediable, alude a series de televisión, pero de igual manera franquicias de películas que pueden tener el mismo efecto. Actualmente grandes producciones cinematográficas como las de *Marvel* y *Disney* conectan películas y series con diferentes títulos y personajes cambiando la experiencia del cine y televisión, también menciona franquicias que desde hace 50 años tienen grupos de fanáticos numerosos los cuales siguen sumando con sus nuevos proyectos, aun así, cuando un grupo de personas apegadas de manera excesiva y

con ideales arraigados e incluso ortodoxos encuentran en su contenido cambios diversos, las reacciones han demostrado ser disruptivas, denominándose como “fandom tóxico”, siendo un grupo de personas las cuales defienden sus ideales y gustos, desacreditando los de otros a través de acciones negativas como insultos, menosprecios e indiferencias.

Autores como Joli Jenson o Lisa Lewis (1992) hablan del sentimiento de fanatismo a una serie como una patología al relacionarlo con la obsesión individual y la histeria colectiva, la sensación de apego e interés genera reacciones diversas, ya sea de forma conjunta o aislada, podemos ver personas felices, tristes o enojadas por la información, eventos o noticias ocurridas dentro y fuera del contenido. Es posible hablar de series como *Narcos*, *La reina del sur*, *El señor de los cielos*, entre otras del género y su relación con el fanatismo por el mundo del narcotráfico e incluso con la normalización y minimización de la conducta, también exponiéndose a los menores en donde realizar dichas actividades ilícitas aparecen como alternativa de una vida adulta, entre otros temas analizados como la réplica y desensibilización, empero, dejando un poco de lado el material violento, es curiosa la reacción de los fanáticos cuyo favoritismo no tiene como punto central se aleja de las historias de muerte o ilegalidad.

La importancia del contenido también podemos verla en las acciones de molestia de los fieles seguidores de un programa y todo lo relacionado, grandes franquicias como *Star Wars* de George Lucas cuyo universo es llamativo por su increíble historia, gran variedad de mundos y personajes, su narrativa combinada de diversos géneros, hicieron de la serie de películas una oda espacial irreplicable, la cual no tiene un alto grado de violencia pero sus fans longevos han demostrado ser erráticos en algunas circunstancias. Con el lanzamiento del episodio VIII en el año 2017 titulado *The Last Jedi*, se dividieron los fanáticos, un gran grupo molestó pedía la recreación de la película, mientras atacaban a los actores por su participación, particularmente con Kelly Marie Tran, quien interpretó a Rose, fue atacada en la *web* por su personaje, aspecto físico e incluso nacionalidad, la actriz terminó eliminando varias fotos de algunas de sus redes sociales y dejó de utilizar otras, para alejarse del constante acoso de los fanáticos molestos.

En producciones con inspiración de un material previo como pueden ser libros de ciencia ficción e historias diversas, cómics, novelas gráficas, manga o *Reboot* (refilmación de una película con actuaciones y tecnologías nuevas) existe una falta de comprensión del producto pues nunca será idéntico al original, incluso cuando muchos piden eso, sin embargo, no queda claro que una adaptación simplemente toma conceptos y no toda la obra o fuente de inspiración para darle vida. Cuando la inspiración es de un medio impreso resulta complicado llevar un recuadro a la pantalla, provocando el descontento de muchos por el apego al material inicial, pero en temas de violencia una imagen estática puede hablar por sí sola y dejar gran parte a la imaginación del espectador, pero al darle movimiento el impacto es mayor, no es la misma sensación ver una decapitación en imagen a visualizarla en video y con personajes reales, por lo cual debemos ser cautelosos al seleccionar las

imágenes planteadas para animar o dar vida, pero sin importar el resultado final siempre habrá quien perciba con disgusto la ausencia o inexactitud de la escena.

En cintas que no tocan temas de violencia, pero tiene inspiración de fuentes ilustradas, los personajes y las adaptaciones proceden a ser un foco de atención, películas como *Spider-man Homecoming*, donde el reparto fue tachado por muchos fanáticos de ser “inclusión forzada”, es decir, cambiar rasgos físicos o psicológicos de un personaje con fines políticos, por ejemplo, personajes de tez blanca personificados por una actriz o actor de tez oscura, entre otros detalles de polémica y desagrado para los fanáticos, otro ejemplo es el anuncio de una de las próximas películas de *Disney*, *La Sirenita*, quien será interpretada por Halle Bailey, cuyo color de piel y cabello difieren con los del personaje animado, llevando a muchos internautas a realizar comentarios racistas hacia la cantante y actriz, caso similar con Lashana Lynch, con características similares y quien fue elegida para ser la nueva 007, sin embargo, no se conocía la trama de la película, la cual colocaba al famoso James Bond como un espía retirado pero siendo el mismo de siempre, aquí también podemos ver el machismo en los fanáticos.

Gran parte de los efectos causados por el apego al material audiovisual, cuando no hay violencia de por medio, suelen desencadenar en actos de racismo, machismo, misoginia, mensajes de odio y amenazas. Recientemente Arturo Castañeda, actor de doblaje y actualmente director del redoblaje de la famosa serie *One Piece*, recibió un gran número de comentarios ofensivos hacia su persona por muchos fanáticos de la serie, algunos, inclusive, diciendo que atentarían contra su vida, es curioso como dentro del doblaje suelen aparecer constantemente polémicas y grupos en busca de razones para demeritar el trabajo de los actores de voz, haciendo uso de insultos y el famoso *hate* (odio) en redes sociales, siendo un arma de mucho peso para todo aquél que tenga acceso a Internet, al igual para aquéllos atrapados en la mira de los grupos negativos y sus comentarios, no únicamente famosos, también para quienes intentar dar una opinión contraria a la mayoría o simplemente abren su vida en la web y resultan amedrentados.

Un tema interesante con respecto al *Pleasure* sucede cuando los medios están conscientes del nivel de morbosidad en los espectadores y la famosa frase “la violencia vende”, el recurso de actos agresivos en el contenido audiovisual ha sido utilizado en diversos espacios para llamar la atención, películas de terror con desmembramientos, vísceras y sangre toman popularidad en la sociedad, la cual aumenta o disminuye por el número de muertes, lo explícito de éstas y lo realista de la situación. Continuando en temas alejados de la violencia, en algunos casos la audiencia busca satisfacer sus fetiches o parafilias en el contenido, Sarason y Sarason (2006: 289) hablan de éstas últimas como los deseos y fantasías sexuales realizadas con objetos, actos o métodos inusuales durante la actividad sexual, mientras el fetichismo es un “[...] estado psicológico en el cual un objeto inanimado (fetiche) sirve como fuente primaria de la excitación sexual”, podemos encontrar, así, atracción hacia figuras de colección de personajes femeninos o éstos mismos,

incluso, siendo ficticios o de caricatura. Por su parte Carlos Cuellar (2000: 72), de manera específica, relaciona el cine con la podofilia, mencionando lo siguiente:

[...] el fetichismo del pie es generalmente considerado como una perversión sexual que concentra todo el deseo y el placer en el citado miembro, excluyendo el resto del cuerpo. Sin embargo y prescindiendo de los casos más extremos, es un hecho que las plantas de los pies, al concentrar un enorme número de terminaciones nerviosas, pueden constituir por su hipersensibilidad una zona erógena importante y el cine ofrece numerosos ejemplos, velados o explícitos, del poder erótico de los pies y del uso sexual de los mismos.

El autor enlista una serie de películas como: *Un rey en Nueva York* (1957), *Charada* (1963), *Epílogo* (1983), *Y la nave va* (1982), *La noche más hermosa* (1984) *Pacto con el Diablo* (1997), entre otras, donde aparecen tomas de pies con sentido sexual. Dicha situación, así como otras similares, genera como evidencia la conciencia de los espacios de entretenimiento acerca del material utilizado y sí pueden hacer posible la fantasía sexual de un grupo de espectadores entonces no estaría demás imaginar que alguna parte de la audiencia siente placer al visualizar y escuchar situaciones relacionadas con el sadismo (excitación por maltrato físico hacia otra persona), abasiofilia (excitación por decapitaciones), hibristofilia (atracción por delincuentes) o necrofilia (atracción por cadáveres), entre otras, apoyados de los avances tecnológicos y la capacidad para satisfacer a los clientes, manteniéndolos fieles a su contenido; a largo plazo puede ser un factor importante dentro de las conductas sexuales inaceptables y la réplica de la violencia.

Regresando a temáticas ideológicas con respecto a situaciones sociales, el cine no debe ser políticamente correcto pues pierde su carácter artístico y parte de su esencia como entretenimiento, convirtiéndose en propaganda; no obstante, incluir mensajes prosociales de manera adecuada puede traer beneficios, pues los personajes y la historia son fuentes de inspiración. Por otra parte, podemos ver la importancia de las fantasías para la sociedad, situación a tratar con cautela porque sacar de la zona de *comfort* al público puede causar reacciones molestas y, a veces, conductas antisociales; debatir sobre una serie y sus diferentes conceptos es saludable y comprensible por las múltiples interpretaciones, así como las formas de pensar de cada persona, pero defender una postura con amenazas e incluso riñas físicas es signo de la influencia negativa. El ser humano necesita tiempo de ocio y la ficción es una buena opción, pero en dado momento lo irreal predomina sobre lo real, la realidad es aburrida, dolorosa y para muchos la imaginación es buen escondite de los problemas del mundo verdadero.

Hablando de pasar el tiempo libre con los medios de comunicación, otro de los efectos notorios en los últimos años aparece con el uso excesivo de nuevas tecnologías y los medios digitales: las consecuencias están mayormente relacionadas al aspecto técnico, es decir, los apartados electrónicos, principalmente la telefonía celular, pero al combinarse con la exposición prolongada del contenido generan dependencia y trastornos de ansiedad como la Nomofobia (miedo a estar un tiempo indefinido sin el celular), selfiefobia (miedo a tomarse fotos o salir mal en ellas) o la cibercondría (sentir que se padece alguna enfermedad o síntoma visto en

la web sin estar enfermo realmente), entre otras, por lo tanto, además del contenido, es necesario regular el tiempo para usar dispositivos y las actividades realizadas en ellos, pero dicha actividad es de manera individual.

Caro Mantilla (2017: 254) se cuestiona si es correcto denominar como enfermedad o adicción el uso de nuevas tecnologías o es resultado del proceso adaptativo del ser humano y los cambios en la sociedad, en comparación a otras adicciones señala: “el impacto sobre los procesos cognitivos no proviene en el caso de estas supuestas adicciones, del deterioro de las funciones neuronales por el efecto deletéreo sobre el cerebro de las diferentes sustancias (alcohol, anfetaminas, cocaína, etc.) que se consumen sino de la necesidad de procesar con éxito la avalancha informativa proveniente de esos medios tecnológicos”. De acuerdo con la autora las adicciones digitales son generadas por la innumerable cantidad de contenido y la necesidad de comprenderlo, no obstante, el tiempo de vida de una persona no es suficiente para ver, leer o escuchar todo el material audiovisual creado, por lo cual resulta importante seleccionar adecuadamente las preferencias mediáticas.

Actualmente las redes sociales pueden ser consideradas una carta de presentación, ya sea formal e informal, puesto que ayudan a mantener a la audiencia al tanto de los hechos, cercanos y lejanos, de interés mientras se mantiene comunicación con amigos, familiares, compañeros de trabajo, conocidos y extraños, al punto de resultar necesario tener al menos alguna de las redes más importantes (*Facebook, Instagram o Twitter*). La autora continúa diciendo que los jóvenes tienden a crear perfiles por seguir a otros, para conocer personas y sentirse parte de la nueva realidad, mencionando también la evolución de trabajos, comunicación o socialización que requieren mayor tiempo conectados, lo que disminuye la idea de adicción, reforzando la idea de necesidad y adaptación, sin embargo, mencionando: “[...] existen hábitos de conducta aparentemente inofensivos que, en determinadas circunstancias, pueden convertirse en adictivos e interferir gravemente en la vida cotidiana de las personas afectadas” (Mantilla, 2017: 256).

Realizar actividades productivas frente a un dispositivo electrónico es una de las actividades de menor preferencia entre los usuarios, por otro lado, cuando se trata de entretenimiento con el uso de internet no hay límites, puedes saltar de un juego a otro, ver películas ilimitadas o la temporada de una serie en poco tiempo, en un sólo día si así se desea, siendo el propio individuo quien decide cuando detenerse, lo cual puede llevar a procrastinar por periodos largos de tiempo y afectar la productividad y las relaciones cercanas, en el peor de los casos realizar acciones autodestructivas, agresivas o erráticas contra otras personas. Beranuy, et al (2008: 155-156), quienes además de debatir la idea de adicción o necesidad, expresan:

En la mayoría de los casos, el uso excesivo de Internet no merece el rango de trastorno psicopatológico, aunque ocasione consecuencias negativas en el ámbito académico o familiar. Sin embargo, la existencia de casos clínicos sugiere que el uso desadaptativo de Internet es un problema real que afecta gravemente a algunas personas. Esta adicción

comparte los elementos clave de las adicciones como son la pérdida de control, el craving, la modificación del estado de ánimo, la polarización atencional, la pérdida de control y las consecuencias negativas. Y eso es así a pesar de que la sociedad se ha adelantado a construir el trastorno y a qué en muchas ocasiones se confunde el trastorno mental con la necesidad de una tecnología.

Ahora bien, mencionemos algunos de los casos en donde la relación con la tecnología y el medio virtual desencadenan conductas inusuales. En febrero del año 2015, un joven de 19 años de nacionalidad China tomó un cuchillo de su cocina, salió a un parque y desesperado por su adicción a Internet cortó su mano izquierda para posteriormente llamar un taxi e ir al hospital; un año después, de acuerdo con una nota de CNN,⁴⁷ el país del joven colocó varios centros militares para ayudar a los habitantes con sus adicciones. Otro caso popular es el de Danny Bowman, joven británico de 19 años que dedicaba 10 horas al día a tomarse fotografías en busca de popularidad y aceptación en *Facebook*. Redes sociales como la mencionada, *Instagram*, por nombrar otra, tienen como función principal el uso de fotografías, empero, sumado a estándares de belleza, las fotografías personales y el número de seguidores y reacciones pasan a ser un símbolo de aceptación y prestigio.

Finalmente, Daniel Petric, un joven de Ohio, Estados Unidos, quien después de jugar con sus amigos por varios días, a escondidas, el famoso videojuego *Halo 3*— videojuego que consistía en una guerra espacial entre humanos y aliens, el cual revolucionó la industria con sus entregas pasadas (*Halo 1* y *2*) por la modalidad de multijugador en línea—, terminó por atraer la atención de sus padres, quienes pensaban que el juego era muy violento para él y decidieron confiscarlo, el joven escabulléndose recuperó el juego, pero también tomó el arma de su padre para dispararle a ambos, asesinando a su madre y dejando a su padre con heridas graves, siendo uno de los casos de obsesión de medios audiovisuales más recordados. Por su parte, dentro del DSM-5, encontramos el *Internet Gaming Disorder* o trastorno de juegos por Internet, reflejando la problemática relacionada con la creciente industria videojueguil apoyada por este medio.

Actualmente la mayoría de los videojuegos intentan conectar a las personas a través de internet sin importar la distancia, situación imposible con la tecnología de años pasados, pero con las nuevas capacidades tecnológicas dicha adversidad ha sido superada, mientras también hace del entretenimiento una experiencia cada vez más inmersiva. El creciente número de personas transmitiendo sus partidas en *Facebook Gaming* o *Twitch*, así como el auge de los *eSports*, llevan el acto de jugar durante horas a otro nivel, pero aun así ha demostrado dar pie a diversas conductas y a las mencionadas “comunidades tóxicas”. Dentro del *Gaming* podemos encontrar conceptos como “flameo”, siendo la reacción ofensiva de jugadores hacia otros por su falta de habilidad, partiendo desde ofensas o vulgaridades hasta racismo, xenofobia y deseos de muerte, por otro lado, existen casos de jugadores profesionales sancionados por tratar mal a sus compañeros, insultarlos y

⁴⁷<https://cnnespanol.cnn.com/2016/05/30/china-abre-cientos-de-campamentos-militares-para-ayudar-a-curar-a-adictos-a-internet> (consultado: 16/09/2020).

menospreciarlos, de igual forma hay diversos videos en línea de personas rompiendo o golpeando cosas e incluso destrozando sus monitores o consolas por ataques de ira ocasionados mientras juegan.

Incluso cuando los videojuegos no tienen un nivel alto de violencia, el deseo de ganar, ser el mejor e incluso la posibilidad de generar ingresos jugando toman importancia. Es preciso destacar las funciones principales de la modalidad de juego en línea, conectar a los jugadores, razón por la cual los *eSports* son presentados como eventos de multijugadores en equipo; en la escena competitiva, el tener sinergia y comunicación resulta sumamente importante, empero, los jugadores casuales no terminan por comprender la importancia del trabajo colectivo, pues reaccionan de forma errática ante malas decisiones, un bajo manejo de personajes o jugabilidad por parte de los compañeros, terminando por convertir a esos aliados negativos en nuevos enemigos, etiquetando al juego y a su comunidad como agresivos, tal es el caso de *League of Legends*, juego 5 vs 5, en donde la mayor parte de sus jugadores, tarde o temprano, reciben insultos y ofensas por parte de su mismo equipo. Dicha situación podemos relacionarla con el fanatismo, pero también con problemas emocionales como la intolerancia a la frustración, la falta de manejo de la ira y la dificultad para trabajar en equipo.

Sin importar el contenido y el medio por el cual es difundido, ya sea información o entretenimiento en formatos impresos, digitales o audiovisuales, considerarlo como un factor en el desarrollo de la conducta es indispensable, incluso cuando no se trata únicamente de violencia, el contenido catalogado como inofensivo puede traer consigo consecuencias negativas cuando se presentan otras características de personalidad, no obstante, siguiendo nuestra idea central de mejorar la regulación en todos los niveles de la producción mediática para crear contenido de mayor calidad, tanto tecnológica como simbólica, podemos resaltar los efectos positivos y prosociales capaces de generarse a través de un mensaje enviado de forma eficiente, pero incluso cuando las grandes empresas comprendan su importancia en la sociedad, ésta última debe empezar a tener mayor criterio acerca de su consumo mediático, cuestionarse la veracidad y, en caso del entretenimiento, considerar si realmente son aptos para un juego, video, película, serie o programa.

Niñez, adolescencia y violencia mediática

Cuando hablamos de las reacciones imitativas dentro de influencia mediática, mencionamos la importancia de mantener alejados a los menores de edad del contenido agresivo y todo aquello capaz de crear ideales falsos o conflictivos en el desarrollo de su personalidad o con efectos diversos en sus relaciones personales afectando su etapa adulta, realizamos énfasis en la etapa de la niñez debido a la susceptibilidad para absorber información. Lo dicho en apartados anteriores no se trata únicamente de violencia mediática, pues las nuevas generaciones conocen una realidad invadida de tecnología, espacios informativos y entretenimiento de todo tipo, por lo cual su papel como audiencia, público objetivo e inclusive como

creadores de contenido es importante sin importar las temáticas del contenido, sino por la relación generada desde edades tempranas.

Retomando la idea prevista de la violencia y su imitación, reiteramos lo necesario de una educación orientada en el análisis del contenido, dirigida hacia niñas, niños y adolescentes; fomentar el interés de los padres por el material preferido de sus hijos, generando una capacidad para distinguir la realidad de la ficción, así como una comprensión sobre la imitación de conductas y sus consecuencias perjudiciales. En principio, la intención de querer replicar la personalidad, vestimenta, vocabulario, entre otras características, puede ser una fuente de inspiración y motivación, pero cuando existe una agresión hacia otra persona provocada por la repetición audiovisual entonces será un foco de atención. Algunos estudios relativos son los de Miller, *et. al* (2012) en los que se postulan que la exposición al material violento tiene gran relación con el trato agresivo entre hermanos y hermanas; por su parte, Pantoja y Rodríguez (2008) mencionan que, a manera general, un mayor consumo genera la réplica e identificación con los personajes y en caso de ser negativos traerán efectos de la misma cualidad.

Dentro de las medidas tomadas por el Estado y los medios para evitar posibles efectos negativos aparecen las clasificaciones y las divisiones horarias, principalmente como AA, A, B, B-15, C y D,⁴⁸ distribuidos a lo largo de un día en segmentos como el horario protegido, en algunos casos también denominado familiar u horario reforzado. Siendo el primero aquél de mayor importancia, en donde se limita la participación de contenido agresivo durante la mayor parte del día, pero manteniendo un estándar para un público general, tomando en cuenta las horas donde los espectadores, en la mayoría, son menores de edad o siendo horarios habituales para las reuniones, comidas o tiempo promedio de una familia para consumir la programación de manera conjunta; pero también existen las franjas horarias aisladas, como las dirigidas hacia los adolescentes y su búsqueda por material diferente al infantil, pero no tan cercano al adulto. Finalmente, dentro del horario reforzado, autores como Dávila, Revilla y Fernández (2018) lo destacan para menores de 13 años en horas definidas dentro de las clasificaciones A, AA e incluso B, en donde niñas y niños pasan tiempo a solas con la televisión y adquieren información.

En la escena internacional el horario protegido suele ir de las 6:00 a las 22:00 horas, mientras el reforzado en pequeños lapsos como de 8:00 a.m. a 9:00 p.m. o de las 17:00 a 20:00 horas, contando con ajustes para los fines de semana. En México los conceptos no están establecidos formalmente, cada clasificación cuenta con un horario preestablecido en el cual puede ser transmitido. De acuerdo con la *Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía*⁴⁹ el contenido será transmitido en las siguientes franjas de acuerdo a su asignación categórica:

⁴⁸ Se habló en mayor medida de las clasificaciones en el capítulo 2 páginas 20, 21, 22 y 27.

⁴⁹ <https://rtc.segob.gob.mx/> (consultado: 20/12/2020).

- I. Para la clasificación (AA) en cualquier horario;
- II. Para la clasificación (A) en cualquier horario;
- III. Para la clasificación (B) de las 16:00 a las 5:59 horas;
- IV. Para la clasificación (B15) de las 19:00 a las 5:59 horas;
- V. Para la clasificación (C) de las 21:00 a las 5:59 horas, y
- VI. Para la clasificación (D) de las 00:00 a las 5:00 horas.

Como primera observación tenemos las clasificaciones para adultos, las cuales comienzan una hora antes con relación a otros países; en el año 2015 dicha situación provocó notas de periódicos como La Vanguardia⁵⁰ o El Universal⁵¹, resaltando la situación del horario flexible, mencionando el inicio de la programación de clasificaciones D y C a las 19:00 horas, lo cual provocaba un choque entre programación para adolescentes y adultos pero, como mencionamos anteriormente, debe existir una línea divisora entre los dos tipos de audiencia debido a que son públicos totalmente diferentes; por otra parte, todo lo presentado antes de las 16:00 p.m. se encuentra dentro del denominado horario reforzado por estar clasificado para niñas, niños y público en general. Otro problema es la cuestionable forma de clasificar: como hemos advertido, no se trata de sangre, peleas y muerte para elevar el material a una clasificación mayor. Para el 2018 se realizaron algunos ajustes en los *Lineamientos de clasificación de contenidos audiovisuales de las transmisiones radiodifundidas y del servicio de televisión y audio restringidos*⁵², sin embargo, los horarios se mantienen iguales.

Normalmente cuando se busca material infantil los adultos encargados relacionan la animación, caricaturas o dibujos animados como lo adecuado para ellos, empero, el material apropiado tiene mayor amplitud, al igual que lo inadecuado. De Larra (2005: 17) nos habla de dos tipos de material inapropiado: los ilícitos y los nocivos. Los primeros como todo aquello relacionado con la violación de leyes y normas sociales, principalmente delitos acreditables de una sanción penal; en el caso de los nocivos la autora menciona que son: “lícitos pero considerados ofensivos o perjudiciales para el normal desarrollo de los menores. El alcance es, por tanto, mayor; mientras que los contenidos nocivos no tienen por qué ser ilícitos, los ilícitos, por definición, están incluidos dentro de los nocivos”.

Podemos relacionar dichas categorías con los temas de legitimación cuando la violencia es explícita o se percibe fácilmente, como el héroe golpeador de villanos, pero también dentro de mensajes difíciles de entender, atendamos aquí a los famosos mensajes subliminales, aquéllos con una dificultad elevada para captar a simple vista, pues su intención es mantenerse por debajo del mensaje principal, el consciente difícilmente comprenderá la idea, pero el subconsciente tiene una mayor capacidad para descifrarlo, no obstante, pensar que un menor de edad no

⁵⁰<https://vanguardia.com.mx/articulo/tv-mexicana-transmite-programas-para-adultos-en-horario-familiar-analista> (consultado: 24/05/2021).

⁵¹<https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cartera/telecom/2015/11/30/mexico-rompe-regla-en-al-para-horarios-de-tv> (consultado: 24/05/2021).

⁵²https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5535366&fecha=21/08/2018(consultado: 26/09/2020).

comprenderá el doble sentido de un chiste o la idea machista, xenófoba, racista, o de cualquier otra índole, resulta una suposición errónea, se subestima la inteligencia de las y los niños, pero la percepción de dichos mensajes aparece cuando empiezan a reaccionar ante los pequeños detalles, cuestionándose lo visto para preguntar a los padres frecuentemente por el material y las características presentadas.

Gómez Tagle (2019) nos habla de diversos mensajes incluidos en las caricaturas o anime: casos como el de *Pucca*, personaje que de manera forzosa besa constantemente a otro, llamado Garu, y el cual se trata de material dirigido, principalmente, a menores de edad o siendo esa es la idea errónea generada en los adultos únicamente porque la caricatura contiene diseños llamativos y coloridos; el autor también habla sobre temas sexuales, con relación en la transexualidad o el transgénero, dentro de programas como *Ranma ½* o *Sailor Moon*, cuyos personajes suelen cambiar de sexo bajo ciertas circunstancias; temas raciales como el de Pitufina y su cambio de color del oscuro al clásico azul de *Los Pitufos*; problemas adictivos como Popeye y su pipa o Pedro Picapiedra y su adicción al juego de los bolos, así como su problema alimenticio y para controlar emociones. Éstos son algunos de los diversos mensajes los cuales encontramos dentro del contenido para menores de edad, reiterando que el etiquetar de inocentes a los dibujos animados o a las niñas y niños de no comprender los mensajes, es un error cometido tanto por padres y la sociedad, el cual debemos dejar de cometer.

En los adolescentes la posibilidad de captar los mensajes ocultos es mayor, no obstante, pueden guiarlos en la búsqueda de material del mismo género, pero con menor sutileza, introduciéndolos en temáticas cuestionables. Actualmente existe un gran número de animación para adultos al alcance de menores de edad, siendo algunos ejemplos las populares series como *Los Simpson*, *South Park* o *Rick y Morty*; aunque las series pueden parecer inofensivas, a largo plazo desencadenan en ideales ofensivos y pequeñas acciones disruptivas, insultos, odio, amenazas, entre otras, por los mensajes y contenido gráfico. Los ejemplos antes mencionados están relacionados con la televisión, pero podemos darle similitud con el cine por las clasificaciones, pero ignorando el horario y tomando en cuenta el limitado catálogo de películas animadas con temáticas adultas, por otro lado, el medio impreso debe cuidar la utilidad de imágenes y palabras, aunque difícilmente las niñas y niños leerán un periódico, mientras husmean libros de colorear y material dirigido a ellos pueden encontrarse con imágenes sexuales o violentas de diarios y revistas para el público adulto.

Sin duda el medio con mayor atención es la Internet, su amplia información y manejo fácil permite acceder a cualquier clase de contenido en cualquier momento. Para una persona nacida en los años 2000 en adelante, aprender a usar tecnología es parte de su desarrollo, sin embargo, como en cualquier otra esfera social, existen circunstancias que ponen en riesgo la integridad de los menores de edad, alejándonos un poco del contenido, los peligros de navegar son diversos. De Larra (2005) menciona una serie de problemáticas destacables en la navegación web de niñas y niños: el encuentro con páginas pornográficas, el hostigamiento o acoso

cibernético y de gran relevancia, la interacción con desconocidos, quienes piden datos personales con la finalidad de estafar y en el peor de los casos encontrándose con depredadores sexuales; dichas problemáticas pueden ocurrirle a cualquiera pero tratándose de niñas, niños y adolescentes, son la población en condiciones de vulnerabilidad que debemos mantener alejada de los espacios nocivos e ilícitos.

Volviendo al contenido, pero ahora desde un aspecto diferente, en donde encontramos a los mentores como parte fundamental del material, en los medios de comunicación existe la tendencia de seguir de cerca la vida de los famosos y sus hijos, quienes desde temprana edad actúan o siguen la carrera de sus padres. Por otro lado, aquellas personas con una vida “común”, sin un foco de atención en el sentido actoral o artístico, se adentran en los medios como entretenimiento; actualmente podemos notar una creciente aparición de niñas, niños y adolescentes en plataformas digitales como creadores de contenido, pero principalmente como fuente de diversión, la difusión de videos o fotografías en situaciones hilarantes con diálogos interesantes y, en algunos casos, groseros, sufriendo una caída o alguna otra circunstancia que los haga fruncir el ceño, llorar o reaccionar de manera “divertida” para un “meme” o video viral, se han convertido en contenidos de gran abundancia en la red, empero, pueden dañar la integridad, dignidad, desarrollo y la imagen de la persona mientras los hace un chiste para el disfrute de los demás.

Los menores de edad pueden no estar totalmente conscientes de sus acciones o de cómo se utiliza su persona, en principio puede ser divertido para ellos, pero muestra la falta de responsabilidad por parte de los mayores al intentar usar a niñas y niños para divertir, algunos incluso para incrementar las visitas o *likes*; por otra parte, los adolescentes tienden a replicar retos o realizar acciones de riesgo, vergonzosas e incluso molestas para terceros, pues realizan algunas actividades en lugares públicos y retomando la idea de los grupos negativos que suelen ofender indiscriminadamente, los vuelve un grupo “vulnerable” de las nuevas tecnologías y espacios cibernéticos. Generalmente cuando hablamos de violencia y menores de edad, se relaciona al contenido delictivo dejando fuera las ideas simbólicas, como repasamos con el *Homo Videns* en el capítulo 2, son muy importantes para el desarrollo de un individuo socialmente activo, por lo tanto, el contenido con intenciones contrarias es considerado violatorio de los derechos de niñas, niños y adolescentes.

CAPÍTULO V PREVENCIÓN AUDIOVISUAL

Criminología de los medios de comunicación

A lo largo de su historia el campo de estudio de la Criminología ha realizado un proceso de ampliación, rompiendo los antiguos paradigmas que la mantenían anclada en el sistema penal y procesal, ahora siendo importante para la sociedad en cualquier área en donde sea posible encontrar un factor que ponga en riesgo a las personas o pueda considerarse como parte del proceso de reproducción, creación o propagación de conductas antisociales. Actualmente encontramos ramas orientadas a temas específicos, tratando aspectos diversos tanto del sector público como del privado, Gómez Tagle (2014) las llama *criminologías especializadas*, en las que podemos englobar a la Criminología del arte, de las nuevas tecnologías, de género, de la música, de las emociones, de la niñez, la laboral, entre muchas otras, en las cuales se realizan estudios sobre temas específicos. Al respecto encontramos, por ejemplo, la Criminología verde, la cual desarrolla estudios relativos al medio ambiente; también tenemos la Criminología de la religión, estudiando conductas delictivas relacionadas con las diversas ideologías y deidades.

Pero incluso, cuando la Criminología avanza como ciencia, existen ciertos retos por parte de la sociedad y el Estado, como el desconocimiento de la finalidad e importancia de quienes ejercemos la profesión —como expertos en el análisis y prevención de las conductas antisociales—, relegándola e incluso sustituyéndola con otras áreas que se dicen similares, como el Derecho, la Psicología o la Sociología, las cuales son importantes, contribuyen y refuerzan la labor criminológica, sin embargo, no deben sustituir el papel de las y los criminólogos cuyos conocimientos y percepción de los diversos fenómenos sociales es diferente; en consecuencia, dicha ciencia se mantiene casi en las sombras, con poca difusión de su existencia y función en la sociedad. Lo anterior es importante puesto que ayuda a comprender el término “Criminología mediática” atribuido al jurista argentino Eugenio R. Zaffaroni (2011: 365) quien señala es aquella que:

[...] responde a una creación de la realidad a través de la información, subinformación y desinformación mediática en convergencia con prejuicios y creencias, que se basa en una etiología criminal simplista asentada en causalidad mágica. [...] Lo mágico es la especial idea de la causalidad que se usa para canalizar la venganza contra determinados grupos humanos, lo que en términos de la tesis de Rene Girard [...] hace de esos grupos humanos chivos expiatorios.

Zaffaroni plantea que la Criminología mediática es una falsa Criminología elaborada por los medios de comunicación, conscientes del poder que poseen y sin ninguna base científica deciden apuntar a ciertos grupos y con ello crear

estereotipos y etiquetas, siendo una marca para quienes las reciben, señalándolos como delincuentes (por ejemplo), mientras el resto de la población recibe la información y entra en estado de alerta ante alguien con las características señaladas en los programas o noticias, creando un mundo dividido en buenos y malos. Los periodistas, editores, directores, guionistas, entre otros, se convierten en criminólogos mediáticos, establecen criterios subjetivos para idealizar el delito, al delincuente, la víctima y la investigación pericial, así como lo hacen con otras áreas como el Derecho o la Psicología, creando y difundiendo perspectivas sin fundamento, creando una realidad verídica.

Las ideas fantasiosas podemos verlas en la representación de los elementos de policía, los cuales en un gran número de series y películas tiene un aspecto robusto, nada atlético, suelen incumplir su labor, son corruptos o torpes, no obstante, también están aquellos que podemos llamar “superpolicías” e “investigadores incorruptibles” dentro de diversas series de investigación criminal, quienes con un porte atlético persiguen y atrapan delincuentes, realizan investigaciones exhaustivas, entrevistas múltiples, entre otras técnicas con poca explicación que únicamente hacen ver interesante su contexto pero dentro de los medios no deja de ser drama o fantasía. Las víctimas, por su parte, de manera similar a la realidad, tiene muy poca importancia, áreas como la Victimología tienen una escasa o nula representación, mientras al victimario se le otorga un mayor foco de atención, en gran medida con estereotipos, los cuales cambian dependiendo el tipo de delito, por ejemplo, tratándose de robos suelen ser personas tatuadas, de Latinoamérica, delgadas, de cabello corto y, en el caso de los hombres, usando únicamente camiseta; para los pervertidos sexuales tenemos representaciones robustas, con problemas de vista, tez blanca y con características apáticas, por mencionar unos ejemplos.

Autores como Guemureman *et. al* (2010) y Zaffaroni (2011) hablan sobre la representación y estigmatización de jóvenes como delincuentes, aquellos individuos provenientes de zonas o pueblos aledaños a las grandes ciudades, que por el simple hecho de pertenecer a dicho lugar o carecer de ciertos lujos se les consideran sujetos con alta posibilidad para delinquir, un día son inocentes, pero en el futuro, a ojos de otras personas, estarán cometiendo un delito. De acuerdo con Zaffaroni la representación mediática convierte a los grupos juveniles en el chivo expiatorio de los males sociales, de no existir ellos la sociedad sería más segura, desviando la mirada de los delitos de cuello blanco o dorado. Por su parte Alejandro Nava Tovar (2020: 3-4) menciona que:

En nuestro caso, los demonios populares, los desviados para la sociedad y los estigmatizados como peligrosos son los jóvenes pobres, con ciertas características físicas y provenientes de ciertos espacios, encasillados bajo el estigmatizante título de chakas. La criminología mediática, en su carácter selectivo, crea los pánicos morales de la clase media conforme a los crímenes del momento. Estos participantes son, en su mayoría hombres jóvenes, de color de piel oscura, de condición económica baja y buena parte de ellos tienen nombres de series americanas, es decir, son los “Kevin”, “Brayan” o “Brandon”, mientras que sus contrapartes femeninas son las “Britney”, “Kimberly” o “Tiffany”.

El autor resalta la adaptación cultural de nombres asociados a la violencia al ser comunes en personajes antisociales, también señalando la zona en que radica como un factor, más adelante en su texto menciona determinados lugares como Ecatepec, donde sus habitantes suelen usar gorras y tenis de marcas clonadas, escuchan reggaetón, usan drogas, atribuyéndoles el nombre “chakas”. Menciona cómo se ejercen criterios clasistas y racistas hacia los jóvenes con dichas características, pero principalmente señala el factor económico y su papel en la situación, pues no hablamos únicamente de la zona habitada, también de sus ingresos monetarios y en general de la criminalización de la pobreza, situación aprovechada por la Criminología mediática, los delitos cometidos por dicho sector de la población es explotado de forma audiovisual, resaltando la vestimenta y vocabulario como una señal para la clase media de pasar a un estado de alerta ante una persona con esas características, lo cual únicamente provoca discriminación y segregación social.

Es curiosos el efecto y el alcance del fenómeno, dentro de redes sociales podemos ver como se crea contenido haciendo uso de los nombres anteriormente mencionados para ser relacionados con cierto tipo de delitos, el término “chakas” es interesante y puede ser mayormente utilizado en las zonas mencionadas por el autor, pues también podemos escuchar y leer acerca los denominados “cholos”, término utilizado como un sinónimo de “malandro”, persona “mala” o que realiza acciones indebidas, aunque dependiendo de la zona los nombres y conceptos utilizados para referirse a ellos puede variar, pero el efecto e intensidad son los mismos, el miedo y la acusación injustificada de culpabilidad sobre cierto sector social por su forma de vestir, hablar, lugar de residencia o estatus socioeconómico, cuestión atribuida al proceso mediático que pretende desinformar a la sociedad con una Criminología sin sustento científico.

Mencionado lo anterior proponemos el término Criminología de los medios de comunicación, orientada en el estudio de los fenómenos mediáticos que generan una idea errónea del análisis criminológico, las diversas problemáticas circundantes a los medios y todas aquellas personas relacionadas con ellos, el estudio del contenido a través de su proceso de creación, clasificación y distribución, así como los posibles efectos negativos y positivos ocasionados en los espectadores con el fin de mejorar la calidad audiovisual y proteger a las diversas audiencias del material que pudiese llegar a vulnerar sus derechos, ideales y, en el caso de niñas, niños y adolescentes, sus derechos al libre desarrollo de la personalidad y a tener una vida libre de violencia, siendo una de las diversas ramas en donde la Criminología como ciencia puede realizar sus funciones principales, combinándose con otras áreas de las Ciencias de la Comunicación como la información y el entretenimiento audiovisual.

Como hemos planteado en capítulos anteriores, resulta de suma importancia redefinir y establecer nuevos criterios que permitan analizar y filtrar el contenido difundido a través de los diversos espacios mediáticos, principalmente los

relacionados con la representación de la violencia audiovisual o que puedan vulnerar o generar en los espectadores una reacción antisocial. Estudiar a los medios de comunicación es bastante complejo, como en otras ciencias, cuentan con una gran ramificación de temáticas y formas de difusión, en las cuales el centro de atención suele llevarse el contenido, sin embargo, la elaboración del mismo y las personas involucradas tienen igual o mayor importancia, en ocasiones diversas: actores o participantes únicamente siguen un guion, directores y guionistas están bajo órdenes de los empresarios y dueños de compañías encontrados en la cima de todo y éstos, a su vez, con relaciones políticas o en busca de fines propios, no importándoles el mensaje enviado a su audiencia.

Con teorías como la *agenda-setting*, *cuarto poder*, *homo videns*, entre otras (analizadas en el capítulo 3) hablamos acerca de la relación entre la violencia real y la mediática, preguntándonos ¿sí disminuyen los conceptos violentos en material audiovisual disminuyen en la sociedad? Tomando en cuenta lo mencionado a lo largo de toda nuestra investigación existe una gran probabilidad de que sea el caso y es precisamente aquí en donde la Criminología de los medios de comunicación entra en acción para realizar estudios y análisis, estadísticas relacionadas a la programación, capaces de medir el contenido violento, situación realizada en diversos países de manera constante, pero en México únicamente tenemos conteo de *rating*, el cual muestra la popularidad de un programa, canal o medio. Establecer de mejor manera los lineamientos legales y ampliar el conocimiento de los organismos regulatorios, tomando en cuenta el avance creciente de los medios y que no funcionan como hace unos años, demuestra la necesidad constante de actualización de conceptos y criterios.

También es posible estudiar las reacciones agresivas de las audiencias ante cualquier tipo de contenido, incluso al no hablarse de violencia, la relación con los medios puede ser lo suficientemente estrecha y con un sentimiento de costumbre que, con algunos cambios, puede generar descontento y reacciones disruptivas. Igualmente resulta importante la intervención con los responsables detrás de todo el texto, audio, video e imagen, con la finalidad de comprender mayormente el funcionamiento de todos los espacios audiovisuales para poder atender problemáticas derivadas de la función mediática sobre dichos participantes. El campo de estudio de la Criminología de los medios de comunicación puede ampliarse de gran manera para poder abarcar todas las ramificaciones de dichos medios, lo que permitirá brindar un mayor aporte en el estudio de la conducta antisocial desde una perspectiva completamente diferente a la impuesta en sus inicios.

Para nuestra investigación hacemos mayor énfasis en la regulación del contenido violento como una de las diversas áreas en de la especialización criminológica en medios de comunicación, pudiendo desempeñarse desde un aspecto legal, institucional, personal, simbólico, de difusión y recepción del contenido audiovisual con orientación a la protección de las niñas, niños y adolescentes, como de un público adulto o general, que sustentado con otras ciencias y disciplinas como la

Psicología, Sociología, Arte, Cinematografía, las Ciencias de la Comunicación, Fotografía, entre otras, estudiando el fenómeno criminológico del contenido y regulándolo de forma que las diversas audiencias no sean expuestas a los efectos provenientes de las diferentes formas representativas de la violencia, mientras procuramos que la experiencia de ver una película, serie, videojuego, escuchar radio, leer un artículo o ver televisión no se vea afectada, por el contrario, que busque ayudar en la reproducción de conductas proactivas.

Violencia, cultura y ciencia audiovisual

Cuando hablamos de mejorar la calidad del contenido y dar un enfoque diferente a la violencia, también es importante incluir temáticas diversas que impulsen todas las áreas del conocimiento, la violencia en sus múltiples formas y representaciones han tomado fuerza dentro de los diversos espacios mediáticos gracias a la facilidad para atraer a las personas debido a la morbosidad, lo extraño o excéntrico de las circunstancias, situación aprovechada por los medios para aumentar sus ventas, número de población alcanzada, *rating* (para ciertos medios) o popularidad, aprovechando el uso de la violencia tanto ficticia como real, de la cual esta última recientemente ha aumentado; al ser utilizadas de sobremanera, tienen un impacto negativo en su audiencia y al no encontrar un contrapeso con lo cultural o científico, terminan alejando a la población de aquello que puede ayudar a disminuir las problemáticas de su entorno.

En los últimos años, dentro del área del entretenimiento, las historias de acción y de terror han tenido un gran aumento en sus producciones, haciendo uso de efectos especiales para crear secuencias deslumbrantes como explosiones; la forma en que algún personaje logra escapar de cierta situación o realiza una serie de asesinatos, desde el punto de vista de la actuación y efectos, es interesante e incluso una especie de logro cinematográfico, ver una secuencia de dicho estilo puede ser agradable para el público, sin embargo, al ser recursos utilizados por gran parte del mercado, terminan siendo repetitivos sin arriesgar en contar otro tipo de historia, lo cual puede ser la diferencia entre unas horas de entretenimiento de calidad y una tarde llena de golpes y explosiones sin sentido. Si bien cada persona decide como pasar su tiempo libre, el no tener un gran catálogo de entretenimiento diverso, siendo el educativo, científico o de calidad el de menor difusión, terminan por no tener el impacto debido en relación con otro tipo de género.

Por otro lado, para el área de la información, el retractar la violencia diaria del país es una de las prioridades junto con las situaciones gubernamentales, en donde para el primer caso algunos hechos están presentados de manera explícita, principalmente por parte de los medios impresos quienes toman mayor libertad a diferencia de los televisivos, podemos decir que las noticias con fines pacíficos o los grandes logros de un persona o de ciertos grupos ocurren de forma no cotidiana, a diferencia de un delito, llevando a su aislamiento de la información, empero, no parece totalmente real esta premisa, siempre hay algo positivo que puede contarse,

pero como ya lo hemos mencionado, la violencia vende, por lo cual buscar la historia diaria con dichas características positivas no es relevante para la audiencia, pues considera que no hay noticias más importantes fuera de la sección informativa frente a ella, incluso cuando conocen la existencia de diversos hechos fuera de las pantallas o impresiones, al no ser presentados mediáticamente, carecen de importancia; por otro lado, podemos decir que los medios han creado esta idea al no tener interés en generar una mayor difusión de historias prosociales.

Antes de continuar con un acercamiento mayor de la cultura y la ciencia en los medios de comunicación, es importante mencionar cual el significado de los conceptos, para el primer término podemos tomar la definición del Diccionario de la Real Academia Española que define cultura⁵³ como el “Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”; por otro lado, Patricio Guerrero Arias (2002: 35) nos menciona que “hace referencia a la totalidad de prácticas, a toda la producción simbólica o material, resultante de la praxis que el ser humano realiza en sociedad, dentro de un proceso histórico concreto”. Podemos decir que cultura son el conjunto de acciones, prácticas e ideales realizadas por el ser humano que le permiten una vida en conjunto con sus similares, dentro de un espacio y tiempo determinado. También podemos encontrar diversos tipos de cultura, así como subculturas.

Con respecto a la ciencia, al igual que con el concepto anterior, es válido decir que se trata de un término polisémico que puede variar de acuerdo con el autor o la época analizada, pero en resumen podemos definirla como el conjunto de todas las ramas del conocimiento humano que, a través de un proceso metodológico de investigación, principalmente basado en la observación y experimentación, buscan respuestas, soluciones y la forma de explicar los diversos fenómenos naturales, artificiales y sociales, dando como resultado un acercamiento lógico, racional, verificado, verídico y fiable del área o situación analizada tanto de manera abstracta como real. De manera similar a la cultura, la ciencia tendrá diferentes áreas y ramificaciones; Mario Bunge (1977) habla de sus modalidades: formal y fáctica, en donde diferenciamos lo tangible e intangible de los objetos de estudio en la investigación científica, generalmente se relaciona el conocimiento científico con las matemáticas o la física, pero también es posible obtenerla en las áreas sociales, cuestión importante al plasmar ideas de dicho estilo en los medios de comunicación.

Al hablar de la difusión de la cultura en los medios de comunicación es común hablar de los programas de carácter documental e histórico, los cuales suelen tener una función informativa y como base de datos para una investigación. Dentro de la programación no suelen tener un espacio u horario definido, son ciertos canales los que dedican gran parte de su material a la difusión de dicha categoría, en la televisión algunos canales como *Animal Planet* con sus temas relativos a las ciencias naturales (la vida silvestre principalmente), *History Channel*, encargado de narrar en diversos programas y secciones la historia universal: lo relativo a las

⁵³ <https://dle.rae.es/cultura> (consultado: 23/07/2021).

civilizaciones antiguas, sus mitos, leyendas, culturas, inventos revolucionarios, entre otros temas; una cuestión llamativa con estos canales y programas es el alcance poblacional, pues tienen exclusividad en el sistema de televisión de paga y, como se mencionó en el capítulo primero de forma curiosa, aun cuando se cuenta con dicho servicio es mayormente sintonizado el sistema público, por lo tanto, contenido con características similares es necesario dentro del sistema gratuito.

De manera similar a la realidad, la cultura tiende a ser modificada por otros espacios cuya intención no suele ser mostrar el mundo como es, lo que genera estereotipos que traspasan fronteras, un ejemplo muy claro es la idea del Día de muertos por parte de otros países y sus representaciones mexicanas: se recuerda la tradición de ir a un panteón en horas nocturnas, situación que gran parte del país ya no realiza, muestran los famosos sombreros mexicanos y el bigote característico de la revolución, las cuales son vestimentas actualmente ya no tan comunes; si bien estas representaciones recuerdan épocas pasadas no reflejan la actualidad. Del mismo modo, con representaciones de otros países, tenemos a Colombia, nación a la que se suele recordar por los problemas sociales relativos al tráfico de drogas; a los alemanes se les representa, usualmente, con acentos extraños; la idea de que todos los asiáticos, principalmente chinos y japoneses, conocen y practican a la perfección diversas artes marciales; entre otras cuestiones, las cuales hasta cierto punto se vuelven racistas. Por otra parte, en el ámbito interno de nuestro país, la propia difusión de las diversas culturas resulta escasa en los medios.

Los canales científicos y culturales antes mencionados están distribuidos por diversas empresas, algunas nacionales, pero suelen tener su origen de producción en otros países. En México dentro de la programación del sistema abierto algunos canales regionales fungen como reproductores de cultura, pero a nivel nacional es difícil mencionar alguno, situación similar ocurre con diversas estaciones de radio, lo cual resulta ser comprensible por la gran variación cultural entre regiones. Por otro lado, en el área cinematográfica se recuerdan unas décadas del siglo pasado, como la *época de oro* del cine mexicano. Dentro de los primeros años de la década de 1930 y los últimos de 1960 la producción de películas en México tuvo su momento más alto en la industria, debido al estallido de la Segunda Guerra Mundial y el declive de otros países en sus producciones, plasmando su propia personalidad en el material, contando historias llamativas, algunas que recordaban los sucesos de la Independencia y la Revolución, mientras otras trataban temas religiosos o culturales notables en la vestimenta, forma de hablar, acciones e incluso en la forma de filmar y escribir el guion.

Actualmente se realizan festivales y eventos cinematográficos como el Festival Internacional de Cine UNAM, el Festival Internacional de Cine de Guanajuato, el Festival Internacional de Cine de Morelia (FICM), entre otros, los cuales fungen como sede para otros países y, a su vez, presentan proyectos nacionales, los cuales no suelen llegar a gran parte de la población pues no pueden ser encontrados fácilmente debido a la escasa difusión en cines; aunado a lo anterior, las cintas mexicanas con gran difusión carecen de la personalidad propuesta en su momento

por el cine de hace varios años y reflejan una cultura muy diferente a la percibida en la realidad, podemos decir que ha pasado por un proceso de aculturación nacional percibido por el carácter norteamericano que tiene, intentando replicar la fórmula cinematográfica estadounidense con toques nacionales. La aculturación, teoría de George Gerbner (1967), menciona como la población cambia su cultura cercana por aquella percibida dentro de los medios de comunicación, por lo tanto, es preciso mencionar que la mayor parte del contenido mediático en el país es de carácter extranjero.

Todas estas ideas e historias creadas en otros países llegan al nuestro a causa de la falta de proyectos. Como mencionamos al principio del capítulo, las series estadounidenses de investigadores y policías terminan por ser un sesgo de la investigación, debido a su lejanía con la realidad de nuestro país, incluso con la de su país de origen, pero sin duda terminan por atraer a muchos a una ficción. El actuar y hablar parece tomar cada día mayor inspiración de las pantallas y del contenido extranjero, principalmente del proveniente de los Estados Unidos de América; se vuelve común el llamar a ciertas cosas o eventos por su pronunciación en inglés, incluso cuando tienen una traducción al español. La sociedad impone el aprender otro idioma con fines laborales, mientras aquellos culturales pasan al olvido, incluso siendo un factor de discriminación y miedo por parte de quienes hablan un dialecto y siendo, a su vez, los medios de comunicación uno de los factores con el poder para cambiar dicha situación, se vuelve importante impulsar las diversas culturas en ellos.

De igual manera diversas series y películas con temas interesantes que salen de lo cotidiano y explotado por las empresas tienen su espacio en los sistemas de *streaming* los cuales, de manera similar a la televisión restringida, son a través de pagos mensuales o anuales y con el gran catálogo de dichos servicios es un lujo que pocos pueden darse, mientras la población que únicamente cuenta con la señal abierta debe acostumbrarse a ver producciones con bajo nivel de calidad, principalmente lo producido en el país, siendo comúnmente telenovelas o series de bajo presupuesto; algunas de éstas intentan dar un mensaje prosocial, pero terminan como objeto de burla y sin tener un gran impacto. Todo lo demás es programación extranjera, de manera conjunta orientada al entretenimiento con breves espacios informativos de los cuales no suelen ser muy diferentes los unos de los otros, repitiendo noticias que se vuelven cansadas de ver, variando en la presentación, pero sin ofrecer una gran diferencia; también tenemos los programas regionales en los que el contexto siempre será diferente, sin embargo, sólo es posible acceder al canal correspondiente de acuerdo a la zona.

Con relación a lo anterior sumamos los conceptos de “cultura popular”, “cultura pop” (que también puede hacer referencia a géneros musicales) o también llamado “Folclore” por autores como Antonio Gramsci (2011), término muy debatido por diversos estudiosos, aunque de forma conjunta llevan a una interpretación clasista, que pretende dividir la cultura de aquéllos de mayor conocimiento con la del resto de la población. Originalmente orientada en relación con la literatura y las élites,

actualmente los medios de comunicación y el contenido audiovisual tienen mucha influencia. Guerrero Arias (2002: 67) menciona dos posibles concepciones: la *minimalista*, “que considera a la cultura popular como subproducto de la dominante”, careciendo de una esencia propia, siendo una versión vulgar y empobrecida de la dominante; la *maximalista* que “considera que la cultura popular tiene un carácter superior a la dominante y que no mantiene ninguna relación con esta [...]” siendo autónoma y superior a la de las élites.

Actualmente podemos decir que la cultura popular es todo aquello con gran impacto dentro de la población, se vuelve casi indispensable conocer sobre eso y en cierta medida está ligado con la moda mediática, mencionamos como se ligaba mayormente con la literatura, pero actualmente cine, series y música son los que llevan los estándares de cultura popular, mientras mayor sea el número de seguidores que obtenga y se haga notar, mayor será su impacto en este tipo de cultura. Por otro lado, decir que se encuentra por encima de otra cultura de gustos “finos”, por llamarlos de alguna manera, es continuar con el debate innecesario y clasista de división cultural. No es necesario tener estudios o no tenerlos para adquirir gusto por diversas formas de entretenimiento, clasificar el contenido debe ser de acuerdo a la audiencia, su edad y los mensajes enviados y no por la capacidad de percepción o los recursos económicos e intelectuales poseídos, aunque se vuelve común encontrar discusiones en redes sociales por el choque entre gustos, ya sean musicales, filmicos, hacia alguna persona o artista, llevando a utilizar argumentos clasistas.

En este sentido los medios de comunicación y su rama del entretenimiento se convierten en las principales fuentes de aporte e inspiración de las nuevas generaciones para tomar conceptos que les servirán al formar su cultura popular, siendo otras razones para mencionar la importancia de los mensajes y sus simbolismos en el contenido, la regulación de la violencia dentro de muchos otros temas de análisis con el propósito de promover diversas acciones y disminuir otras, así como para mantener actualizada a la sociedad con respecto a las costumbres y tradiciones, ayudar a mantenerlas vivas y darlas a conocer a través del gran alcance mediático; incluso cuando algunas comunidades mantienen costumbres negativas como el obligar a niñas a casarse o a niños a realizar trabajos que requieren un exhaustivo esfuerzo físico, los documentales, noticias y las series de carácter cultural son una herramienta para visualizar este tipo de problemáticas sociales y fortalecer las buenas prácticas.

Con respecto a los temas científicos, de manera similar a los culturales, su participación la tenemos en documentales, canales de carácter privado, en horarios poco frecuentados o en programas con una base científica pero que en dado momento despegan a lo irreal. Si bien diferenciar entre lo informativo y el entretenimiento es uno de los problemas de la audiencia y los medios de comunicación de manera general, ambos deben incluir mayores conceptos y acercamientos científicos, pero esto no quiere decir que todo debe ser verídico o científicamente probado, al menos cuando hablamos de entretenimiento, ramas

como la ciencia ficción son bastante llamativas y entretenidas. En el ámbito noticioso la información es importante, en su mayoría simplemente muestran los resultados y la forma en que se obtuvo la información, en ocasiones suelen ser muy técnicos al presentar los datos, lo cual puede resultar confuso y terminar por aturdir a gran parte de la audiencia.

El contenido científico suele ser catalogado como “aburrido” así como las personas involucradas, los científicos, como algo a lo cual se le debe prestar mucha atención o, de lo contrario, no se comprenderá la idea, esto en parte resulta cierto, sí eres un estudioso de algún área, parte de tu deber es revisar a fondo cada palabra de los textos que lees y ser cuidadoso en la observación y formulación de hipótesis, pero cuando eres un receptor de un medio masivo de comunicación, la información debe estar simplificada y debe ser fácil de comprender pero sin caer en lo torpe pues tampoco debemos ver a los espectadores como “personas tontas que no comprenden”. Con relación al último punto tenemos la divulgación científica, la cual Anaya (2020: 29) menciona que “[...] va dirigida a un público no especializado para transmitirle el saber científico sin falsearlo, pero sí recreándolo.” Práctica poco conocida pero fundamental en la difusión, por lo cual, retomarla en los medios de comunicación es una opción para el fortalecimiento del contenido científico. Por otro lado, muchas personas niegan o apelan que lo presentado es información manipulada e incierta; durante la pandemia iniciada en el 2020 se han presentado diversos casos y una gran cantidad de *fake news* o noticias falsas, por lo que los noticieros deben tomar una postura más crítica, científica, cuidadosa y regulada al momento de presentar su contenido, mostrar el proceso de obtención de datos puede ser una forma de legitimar la información.

Como en el caso de la cultura, la sociedad necesita canales de carácter público o gratuito brindado por el Estado que les permita tener un acercamiento en las ciencias, llamativo, no únicamente ficción, en busca de no ser visto como algo aburrido, que enseñe, incentive y motive a las diversas audiencias para poder adentrarse en la investigación de temas reales o que simplemente al final del programa, película o sección deje un aprendizaje nuevo sin importar la temática, al menos un grupo pequeño tomará como suyo el mensaje. La ciencia ficción puede traer consigo a un grupo de fanáticos capaces de crear ideas conspirativas acerca de la realidad del mundo y/o del universo, deja volar la imaginación y, como se mencionó en el capítulo anterior, los grupos de aficionados pueden no ser totalmente amigables, las falsas ideas pueden crear pánico, por lo que la creación de información sensible y comprobable puede ser un contrapeso a dichas situaciones.

La regulación puede parecer un sinónimo de “quitar” cuando hablamos de violencia o contenido audiovisual de manera general dentro de los medios de comunicación, pero también se trata de mejorar las ideas e incluir otras con un propósito benéfico para el espectador, en este caso emparejar las costumbres y la amplia cultura, el conocimiento científico en todas áreas, naturales y sociales, con el número de violencia visto, escuchado y vivido actualmente; se trata de quitarle

parte del protagonismo mediático, no disminuirlo, ni desaparecerlo, mucho menos pretender que no existe pues crearíamos una realidad utópica y una paz artificial, simplemente darle un enfoque diferente y mostrar, a través de la regulación, otras facetas de la realidad las cuales usualmente son minimizadas.

Análisis criminológico al contenido mediático

Parte del mejoramiento de la regulación del contenido audiovisual planteado a lo largo del trabajo es la inclusión criminológica en el proceso mediático de difusión y creación de contenido. Es claro para nosotros la existencia del incremento en el consumo de contenido violento, escenas explícitas tiene mayor impacto que una buena historia, mientras otras temáticas vulnerantes son difundidas de manera sutil, por ejemplo, estereotipos, racismo, sexismo y clasismo. La participación de la Criminología en esta área será analizar conceptos, simbolismos y mensajes que pueden crear una reacción disruptiva, antisocial e incluso apoyar, orientar o incentivar la realización de conductas delictivas, mejorar los conceptos relativos a la violencia y fortalecer las leyes y reglamentos de acuerdo con el criterio y conocimiento de la síntesis criminológica y victimal, apoyados de otras ciencias, disciplinas y artes que interactúan con los medios de comunicación.

La inclusión de la Criminológica es indispensable y necesaria en temas relacionados con los medios de comunicación, pues como ciencia encargada de la comprensión, prevención y disminución de las conductas antisociales y delictivas, ve a los diversos espacios mediáticos como un factor de riesgo e incluso preparante para las conductas antes mencionadas; como hemos planteado en capítulos anteriores, es evidente la influencia negativa y la estrecha relación con la violencia actual del país, por lo tanto, la incorporación en los ámbitos de la producción y regulación mediática de analistas de la conducta busca evitar y disminuir los efectos negativos, bajo la creación de un sistema de filtración o clasificación con fundamentos lógicos, llevado a cabo por medio de un proceso analítico adaptable a todos los formatos y contenidos.

El proceso de análisis puede ser dividido en varios sectores o áreas, desde el punto legal, creativo, de creación, de distribución pública y privada, institucional y personal. El primero nos marcará los lineamientos a seguir de acuerdo a las normas sociales establecidas, determinando la diferencia entre lo permitido y lo ilegal con relación a los medios de comunicación, en sentido específico, relacionados a la violencia de todo tipo. El proceso creativo de las ideas debe manejarse cuidadosamente y conforme a la ley, tomar en cuenta la subjetividad en la moral y lo confuso de los mensajes en la mayoría de las ocasiones; no hablamos de limitar la creatividad o libertad de expresión, sino simplemente de reflexionar en mayor medida las ideas planteadas por los medios con relación a su audiencia y el entorno. En la creación, los problemas suelen estar fuera del contexto audiovisual, pero forman parte del proceso comunicativo, en donde podremos encontrar amenazas,

distorsión de información, acoso a trabajadores, entre otras problemáticas, las cuales impiden una elaboración de contenido de calidad.

La distribución suele ser diferente para el sistema abierto y para el restringido, pero de manera conjunta debemos tomar en cuenta las problemáticas sociales a partir del incremento de una necesidad social por sistemas de paga y el contenido exclusivo, ausencia de ciertos temas para público general dentro del sistema público, así como el aislamiento de temas científicos, culturales o prosociales, la poca calidad de la información, entretenimiento y la prolongación de romanticismos, estereotipos y dobles sentidos. Finalmente, la parte institucional será el sistema impuesto por la empresa mediática de acuerdo con la audiencia objetivo y su entorno; por otra parte, la individual es la crítica personal por parte del consumidor y de los participantes en la creación y distribución del material audiovisual con el fin de tener una idea más clara del mensaje y las diversas interpretaciones, disminuyendo así conflictos y posibles efectos negativos.

Harol D. Lasswell (1948: 37) plantea 5 puntos de análisis los cuales comúnmente funcionan como ramas dentro de la investigación del proceso de comunicación en sociedad, debido a que usualmente un investigador decidirá inclinar sus estudios en torno a uno de los puntos, partiendo de las preguntas principales: *¿Quién? ¿Qué dice? ¿En qué canal? ¿A quién? Y ¿Con que efecto?* Una vez elegida una de las cinco posturas, quien investiga estará dentro de una de las ramas del análisis mediático las cuales el autor señala, de manera respectiva con cada pregunta, como: *análisis de control, análisis de contenido, análisis del medio, análisis de audiencia y análisis de efectos*. En principio puede decirse que cada uno trabaja por separado e incluirlos todos dentro de la investigación puede resultar ser demasiado complejo, es cierto, sin embargo, dentro de un proceso de regulación completo, podemos ver las áreas como un parte de una secuencia de investigación.

¿Quién? Dejando de lado el medio, pues pertenece a otro punto, aquí encontraremos a los autores, directores, directivos, empresas, entre otros personajes detrás de la creación audiovisual del producto mediático, cualquier marca o franquicia popular relacionada a programas de televisión o cine, estación de radio, periódico, revista o diario, videojuego, película o serie. De esta forma podemos mencionar personas morales, pero también las físicas dueñas de las empresas o quienes tienen el mando y cargan con la mayor responsabilidad sobre el contenido. En México la distribución de la comunicación es una función del Estado, la cual, a través de organismos y empresas, principalmente estas últimas, envían la información y se realizan las acciones mediáticas diarias, de esta forma, para responder la primera pregunta, nos dirigiremos a los entes concesionados, pero sin dejar de lado al Estado, quien debe mantenerse en constante análisis de aquéllos a quienes le brinda dicha función.

Para el caso de nuestro país, adentrándonos en el análisis, debemos considerar tanto la empresa encargada de difundir su material como la función del Estado por ser la responsable principal de brindar el servicio en el territorio nacional, la parte

legal y las libertades otorgadas con las concesiones dentro de la distribución como parte fundamental del mejoramiento de los mensajes y los medios de manera general. Ampliar el conocimiento de las empresas, sus miembros y las intenciones u objetivos que se plantean, así como la clase de contenido producido, pues muchas suelen tomar un área o público específico para su programación y crear otras ramas o canales en donde distribuyen material para otro tipo de audiencia. Importante tomar en cuenta cómo en los últimos años muchas empresas de diversas áreas han tenido conflictos legales o se han visto rodeadas de polémicas por diversas situaciones, por ejemplo, en el medio del entretenimiento actores, directores y productores tienen problemas legales por situaciones de carácter sexual.

¿Qué dice? Este puede ser el punto más complicado dentro del análisis mediático. La idea enviada suele ser polisémica y tiende a distorsionarse con la época o audiencia, incluso cuando el emisor tiene claro el mensaje a transmitir o las emociones que pretende causar en su público. El último punto es el foco de atención para la pregunta, por lo tanto, dentro del análisis criminológico debemos tener en cuenta el propósito del autor y el significado asignado a cada elemento, comparándolos con aquéllos que objetivamente entendamos como agresivos, violentos o vulnerantes sin ninguna importancia, validez o veracidad objetiva dentro del contenido y cuya supresión o corte no tenga un efecto negativo en la idea inicialmente planteada, en ambas ramas, información o entretenimiento, permitiendo distinguir un área de la otra. Parte importante es comprender que no únicamente debemos analizar lo que se dice, sino también el cómo se dice, el uso adecuado de palabras, texto, imágenes y videos, con principal interés en la violencia.

¿En qué canal? También podemos decir ¿por cuál medio? Aquí nos dirigiremos hacia un espacio o medio específico, ya sea televisión, radio, periódicos, revistas, cine, internet, música, libros o videojuegos, en donde cada uno cuenta con características propias que lo diferencian de los demás, tales como el alcance poblacional o los recursos utilizados en la creación de su contenido, por ejemplo, la televisión y el cine son medios que utilizan video para la difusión de ideas, sin embargo la primera cuenta con un menor uso de efectos, duración y principalmente la facilidad de acceso desde el hogar, incluso cuando puede transmitir películas siempre lo hará con un tiempo de diferencia con respecto a su proyección en cines, sin mencionar que cuentan con una experiencia diferente. Por otro lado, los medios impresos recurren principalmente al uso de imágenes apoyadas de texto, ahora con sus versiones digitales se apoyan de videos, generalmente tomados con teléfonos celulares, y diálogos del reportero que muchas veces no están prescritos.

Todas la diferencias entre medios deben ser tomadas en cuenta, ya hemos hablado como en ocasiones una versión impresa, al ser adaptada de forma audiovisual, suele tener cambios significativos para su audiencia pues al tratarse de medios diferentes la cautela con el material debe variar entre uno y otro, las impresiones y texto dejan mucho a la imaginación apenas apoyadas de imágenes, las cuales deben estar previamente analizadas con la finalidad de no incumplir una

ley o violar los derechos de un tercero, mientras una secuencia grabada detallará una idea en su totalidad y puede cruzar la línea entre la expresión y el uso indebido e innecesario de recursos. Lo mismo con un videojuego en comparación con el cine, algunos juegos suelen contar una historia, pero ésta se desarrolla a través del jugador y sus acciones con el mando, por lo tanto, analizar la narrativa no debe hacerse como si se tratase de una película, pues cuenta la libertad de movimientos y actos realizados por el jugador, elementos importantes para la clasificación y regulación.

Como se puede notar cada medio necesitará un experto y podemos decir que dentro de la Criminología de los medios de comunicación serán una serie de ramificaciones, pues una sola persona no podría trabajar con todos los espacios y formatos por las diferencias existentes entre cada uno, además de las variantes entre criterios empleados al trabajar con ellos; no obstante, de manera general podemos decir que las diversas formas de regulación planteadas son necesarias en nuestro país en todos los medios puesto que algunos, como los videojuegos, no cuentan con características legales establecidas aun después de años de existencia y otros como la Internet, cuya importancia actual es considerablemente elevada, cuentan con un campo y contenido bastante amplio para explorar y analizar.

¿A quién? En nuestra opinión la pregunta de mayor importancia cuando hablamos de regulación y la formulación de conceptos para las diversas clasificaciones, debido a que su atención se halla sobre las audiencias, las cuales de manera simplificada son: niños, adolescentes y adultos, o por defecto a todos de manera conjunta. Siendo ellas y ellos los consumidores, quienes reciben el mensaje, cuestionan su relevancia y veracidad poniendo en juego la credibilidad, eficacia y vida de un medio, actuando como jueces de todo lo que ven y escuchan, pero al mismo tiempo siendo susceptibles a mensajes difusos, desinformación y contenido inapropiado, irrelevante e incluso víctimas del mal uso de su información e imagen, vulnerando así sus derechos, todo esto los hace el punto central de la regulación mediática, ya que buscamos precisamente fortalecer los medios para obtener una respuesta social positiva, disminuyendo los posibles efectos negativos de la vida en sociedad ocasionadas por el material audiovisual.

Anteriormente mencionamos ejemplos de los casos negativos de la influencia mediática, sin embargo, también podemos encontrar ejemplos de personas inspiradas en el material audiovisual y sus diversos elementos de manera positiva. Entre los actos mayormente comunes encontramos personas disfrazadas de sus personajes favoritos, principalmente superhéroes, quienes visitan a las niñas y niños hospitalizados, por ejemplo, el llamado Batman de Baltimore: Lenny B. Robinson, inspirado por el personaje de DC Comics, cuyo disfraz era parecido al de Michael Keaton de la película *Batman* de 1989, solía visitar los hospitales de Baltimore, pero lamentablemente falleció en 2015. Por otro lado, existen datos, *tips* o consejos aplicables a la realidad, los cuales pueden ser útiles en determinado momento, por ejemplo, Matt Uber, un hombre de 46 años aplicó reanimación cardiopulmonar (RCP) a su hija menor mientras esperaba ayuda después de llamar

al 911, posteriormente señalando que había aprendido la técnica gracias a un capítulo de la serie *The Office*⁵⁴.

Un aspecto importante es la prevención y los mensajes audiovisuales con respecto al tema, con el último ejemplo, pudimos notar como incluso en material de entretenimiento y ficción las personas encuentran elementos aplicables a su realidad en momentos difíciles. En lo que refiere a la violencia, tenemos el caso de una niña de 11 años, Alyssa, quien logró escapar de un intento de secuestro, mencionando que recordó la famosa serie de televisión *La Ley y el Orden: Unidad de Víctimas Especiales*, para marcar a su agresor y así posteriormente ayudar a identificarlo de manera rápida⁵⁵. Finalmente, la retroalimentación de la realidad a los medios y de los medios a la realidad es interesante y en ocasiones llevado a grandes cosas, por ejemplo, el caso del mexicano Miguel Alcubierre, inspirado por la serie de televisión *Stark Trek* y el sistema “*Warp drive*” también llamado motor de propulsión a distorsión o propulsor de curvatura utilizado por la nave *Enterprise*, desarrollaría la Métrica de Alcubierre, la cual de forma teórica hace posible deformar el espacio-tiempo permitiendo viajar distancias largas en el universo. Es curioso, pues cuando se trata de ciencia ficción la mayoría de los conceptos no son explicados a profundidad, es decir, en dicho ejemplo, sabemos que se viaja a la velocidad de la luz o se dobla el espacio, pero no se menciona como funciona realmente la nave, sin embargo, que pueda inspirar teorías e investigaciones científicas aceptadas es un efecto increíble de los medios de comunicación.

Volviendo a las preguntas de investigación del contenido y retomando las tres áreas de audiencia mencionadas con anterioridad, encontramos que no expresan la diversidad de una sociedad y trabajan principalmente con rangos de edad, pero dentro de las audiencias existen otras cuestiones interesantes que podemos incluir, el ya mencionado contexto, el grupo social a quienes se dirige el mensaje pero ahora de forma específica, pues incluso cuando hablamos de público en general puede haber mensajes dirigidos hacia cierto tipo de personas en busca de romper con estereotipos, con un fin altruista o proactivo, ya sean un movimiento, subculturas, estudiantes, e incluso para adultos mayores o personas con discapacidad, en su momento hablamos de incluir representaciones audiovisuales de dichos grupos con el fin de crear diversidad así como el uso de técnicas para alcanzar al mayor público posible, pero de igual manera el contenido debe delimitar a su audiencia objetivo lo mayor posible y no querer introyectar una idea a todo un país, de esta forma ayudar a disminuir respuestas negativas.

¿Con qué efecto? De la suma de las preguntas anteriores, en mayor medida del mensaje (*¿qué dice?*), canal y receptor (*¿a quién?*), obtendremos un efecto o varios de ellos, puesto que siempre hay opiniones e interpretaciones diversas de la idea difundida inicialmente, incluso cuando el autor tiene una idea y considera haberla plasmado de manera clara y concisa. Podemos decir que todo contenido

⁵⁴ <https://heraldodemexico.com.mx/noticias/buscar/?buscar=the+office> (consultado: 08/08/2021).

⁵⁵ <https://heraldodemexico.com.mx/noticias/buscar/?buscar=la+ley+y+el+orden> (consultado: 08/08/2021).

audiovisual, al tener un mensaje, busca crear un efecto en su audiencia, ya sea en favor o en contra de algo, haciendo que descifrar la finalidad del material sea de suma importancia. La exposición al contenido mediático sumado a otros factores genera diversas respuestas, las cuales pueden y deben ser previstas durante la revisión del material, incluso durante su elaboración, para tenerlo en cuenta durante todo el proceso de regulación, clasificación y difusión. Siendo la etapa final del análisis reincorporando todas las áreas anteriores como pasos a seguir, obtenemos los posibles efectos tanto positivos como negativos, establecemos mejores conceptos de violencia y una descripción precisa del contenido en un medio y segmento determinado.

Consideramos estos cinco puntos dentro del análisis criminológico de manera conjunta, los cuales permiten una visión amplia del contenido audiovisual difundido en todos los medios de comunicación, mientras ayudan a desglosar los aspectos de mayor relevancia. Con el apoyo de ciencias que aporten conocimiento, visión y comprensión que contribuyan al mejoramiento del proceso de regulación, como las Ciencias de la Comunicación, la Cinematografía, el Derecho, el Diseño Gráfico, la Psicología, entre otras, junto al análisis y conocimiento de la violencia por parte de la Criminología, será posible detectar factores de riesgo y disminuir los efectos negativos del contenido con la finalidad de ofrecer una mejor y mayor comunicación audiovisual con terminologías claras, divisiones o clasificaciones de contenido fundamentadas científicamente, sustento legal establecido concretamente, constante actualización y conocimiento de los medios, funcionamiento, intenciones y participantes, así como una mayor difusión de calidad en entretenimiento e información.

La importancia de la imagen y el discurso mediático

Teniendo presente al contenido audiovisual como un factor generador de reacciones antisociales cuando se mezcla con diversas situaciones negativas en las diversas esferas sociales de un individuo y habiendo mencionado las etapas de un proceso de análisis criminológico, basta con preguntarnos: ¿a dónde debemos mirar con mayor detenimiento? En el apartado anterior mencionamos el identificar, conocer y diferenciar a la audiencia objetivo dentro de la diversidad de espectadores como la parte más importante dentro del análisis, sin embargo, se trata de un panorama general dentro de todo el proceso de regulación, pero centrándonos únicamente en el contenido de manera aislada, esto es una película, un periódico, un programa de radio o un programa televisivo de cualquier tipo, un videojuego, una revista, un sitio web, entre otros, por lo cual debemos ser precisos en el ver y el escuchar.

Estos dos sentidos fundamentales, vista y oído, de manera conjunta forman el eje central de la percepción y atención en el contenido mediático, usualmente utilizando ambos, aunque en algunos casos, como en los medios impresos o la radiodifusión, únicamente se utiliza la vista/el oído, respectivamente, pero de igual

manera recurren a otras herramientas para suplir la ausencia de un sentido: un periódico utiliza imágenes y texto para su difusión, siendo así la parte visual mientras que la auditiva la encontramos en la misma redacción, ya que la interpretación del leer es parte del lenguaje, por otro lado, un programa de radio deja volar la imaginación del radioescucha, siendo él quien coloca las imágenes en una canción, crónica deportiva e incluso noticieros con los pequeños detalles y descripciones que se realizan, creando así imágenes mentales.

En conjunto, audio y video, llamarán la atención del individuo, impidiéndole hacer tareas múltiples, si eliminamos uno de los elementos es probable que dicha atención se pierda. Cuando la vista está ocupada podemos distraernos por ruidos del entorno, divagar en nuestra imaginación por las imágenes o texto, por ejemplo, al leer un periódico, revista o libro, en cualquier momento puedes levantarte para realizar otra actividad o prestar atención a otra cosa para retomar tu lectura más tarde, si es el oído el sentido que estamos utilizando, nos permite movernos e incluso realizar diversas actividades cuando no requiere nuestra total atención, como cuando realizamos la limpieza del hogar o manejamos un auto mientras se reproduce la radio. Dicho esto, la creación de diversos medios a un formato digital les permite ampliar sus herramientas, no sólo mostrarse en una de las dos formas, sino también alcanzar un público más amplio, los programas de radio o *podcast*, algunos presentados en formato auditivo, pero también visual en donde vemos a los participantes o comentaristas, así como los periódicos quienes ya no recurren únicamente a la imagen, también al video.

En capítulos anteriores mencionamos en mayor medida la importancia de la imagen o el uso de la vista por parte de la audiencia y la manera en que la representación de la realidad plasmada de forma visual puede generar estigmas o paradigmas en la sociedad, sin importar que no se encuentre en movimiento ni con audio, como en el caso de las revistas y el uso de modelos con ciertas características físicas, situación que recientemente la empresa *Calvin Klein* ha intentado combatir al considerar que sus modelos generan conflictos alimenticios o problemas de autoestima, entre mujeres principalmente, por lo que eligieron a la modelo Jari Jones, mujer transgénero, afrodescendiente y con una complexión robusta, para una de sus recientes campañas publicitarias, siendo un ejemplo de la importancia de la imagen utilizada y su impacto social, pues ocasionó opiniones divididas. Mencionamos la réplica de la conducta visualizada o el desapego a la realidad, siguiendo las frases “ver para creer” o “una acción vale más que mil palabras”, lo visual toma gran relevancia y aún mayor en nuestra actualidad, donde ante cualquier suceso una cámara que permita captar el momento es casi vital para la difusión de información.

Incluso cuando la imagen y sus representaciones acaparen la atención de la audiencia, no podemos dejar de lado ni restar importancia al discurso mediático, palabras, texto, música o ambientación utilizada. Podríamos pensar que los sonidos de fondo son mayormente un recurso para situaciones de entretenimiento, como el cine, en donde la música juega un factor importante al transmitir emociones, nos

ayuda para comprender la situación de los personajes y nos hace parte de la experiencia, empero, noticieros y otras secciones informativas cuentan con música que ayuda a diferenciar temas o segmentos, por lo que mientras mayor sea la intensidad de la noticia, la música será más estridente. Incluso documentales y programas históricos o científicos cuentan con música de fondo llamativa o, en el caso de la vida silvestre, se usa el sonido del ambiente natural, éstos últimos utilizados también en la meditación y relajación.

Hablando de calidad técnica, el video puede ser de menor relevancia que la de audio, si no se logra escuchar o comprender el mensaje la respuesta será ignorar la información o buscar otro medio; en el entretenimiento las escenas de tensión sin un fondo musical pierden impacto sin importar la cantidad de efectos visuales utilizados, incluso las películas mudas utilizaban melodías para compensar la ausencia de diálogos, muchas series de comedia populares en los años 80's y 90's e, inclusive, actualmente, utilizan risas "enlatadas" o grabadas que de alguna manera guían a la audiencia en los momentos cómicos con la finalidad de hacerlos reaccionar y reír pues, como dicen por ahí, "la risa es contagiosa". Actualmente las voces o diálogos toman protagonismo en forma de discursos que podemos escuchar, no obstante, siempre han existido de manera textual, en este rubro podemos mencionar a las modelos de revista, las cuales usualmente aparecían acompañadas de un eslogan referente a su idea de belleza, más ahora el mensaje es suele ser directo, es decir, una voz capta en mayor medida la atención; otro ejemplo es el material extranjero, al ser transmitido en su idioma original y con subtítulos vende menos que un doblaje al idioma del receptor.

El discurso es una parte esencial del proceso de comunicación, entendiéndolo, de acuerdo con Yulia Gennadyevna (2017: 24), como "[...] el conjunto integral de textos, dirigidos a un tema común y que funcionan dentro de los límites de un mismo ámbito Comunicativo". Aunque menciona textos como punto principal, incluso cuando en los medios modernos existe un locutor, el discurso pasa por una fase de planeación, en otras palabras, una etapa escrita, en donde se redacta la idea que se plantea transmitir para posteriormente ser hablado, también es preciso mencionar la finalidad del discurso, siendo que el transmisor sea escuchado. Por otro lado, José Saura (2008: 820) menciona que "El discurso de los medios de comunicación es el más extendido y manipulador de los discursos a los que estamos expuestos en esta sociedad." Tomando en cuenta la capacidad mediática para implantar una idea e interferir en los ideales culturales, esta parte del contenido puede tener una relevancia mayor que la imagen, sin embargo, actualmente podemos decir que la población está dividida entre quienes creen el discurso y quienes lo critican.

Podemos referirnos al discurso mediático como el conjunto de opiniones o ideas que se expresan de manera escrita u oral, de manera directa o indirectamente, acompañados de otros recursos audiovisuales, a través de uno o varios medios de comunicación, en uno o más idiomas, con la finalidad de alcanzar la mayor audiencia posible para así tratar de convencer a los espectadores de que dicha

postura sobre un tema en específico es la correcta sobre otras, creando realidades, criterios e ideales que, dependiendo de las intenciones del emisor, pueden ser falsas o verdaderas. Por otra parte, aun cuando el autor no tenga muy claro cuál será la reacción de su audiencia o considere que su mensaje tiene una dificultad de comprensión elevada, baja o que será completamente persuasivo, los espectadores han demostrado que si algo les interesa analizarán hasta el más mínimo detalle en busca de una explicación.

Dentro del discurso mediático encontramos diversos procesos que harán posible la introyección de una idea, E. V. Shelestyuk (2014: 39) dentro de su investigación acerca de la influencia o impacto del habla, menciona el discurso como factor de cambio en la perspectiva sobre cualquier tema en el individuo que recibe el mensaje, así como otros cambios en la personalidad, señalando que:

Речевое воздействие в узком смысле слова есть влияние, оказываемое субъектом на реципиента с помощью лингвистических, паралингвистических и нелингвистических символических средств в процессе речевого общения, отличающееся особыми предметными целями говорящего, которые включают изменение личностного смысла того или иного объекта для реципиента, перестройку категориальных структур его сознания, изменение поведения, психического состояния либо психофизиологических процессов. Достижение этих целей предполагает решение адресантом ряда задач: преодоление защитного барьера реципиента («негоциация»), «навязывание» тех или иных образов и мыслей («эйдетико-когитивное» внушение), эмоций и установок (эмоционально-установочное внушение). [La influencia del habla en el sentido estrecho de la palabra es la influencia ejercida por el sujeto sobre el receptor a través del lenguaje simbólico, paralingüístico y no lingüístico. Mediante el proceso de comunicación del habla, caracterizado por los objetivos específicos del orador, que incluyen el cambio en el significado personal de un objeto para el receptor, reestructurar las estructuras categóricas de su conciencia, cambiando comportamiento mental o procesos psicofisiológicos. Alcanzar estos objetivos implica abordar una serie de tareas: superar la barrera protectora del receptor ("negociación"), "imposición" de ciertas imágenes y pensamientos (sugerencia "Eidético-cognitiva"), emociones y actitudes (sugerencia de establecimiento emocional).]⁵⁶

El autor menciona la función principal del discurso mediático, los cambios ideológicos, desde la vista de varios procesos cognitivos y psicofisiológicos en los cuales no únicamente cambia la perspectiva, sino también la forma de pensar y con ello la de actuar, menciona el proceso de transmisión de la idea, los retos que tiene el discurso de acuerdo con el receptor, que refleja la múltiple interpretación y la división entre aquellos en quienes el efecto sobrepasa esas "barreras" y aquellos que se oponen al mensaje, a los cuales hemos mencionado como quienes creen y quienes no creen. Este impacto de lenguaje sumado a otros rasgos de sonido como la música de fondo en el contenido audiovisual puede ser la clave para decir que la parte auditiva debe tener mayor importancia sobre la visual y puesto que mantiene un proceso mayormente complejo y sutil en comparación con una imagen o video presentados de forma directa y gráficamente a la audiencia.

⁵⁶ Traducción vía web y con ajustes propios del original en ruso.

Con relación a la violencia, Mercedes García (2008: 40) destaca la manera en que la percepción de la seguridad ciudadana cambia con respecto al discurso mediático y las reformas en el sistema penal. Las exigencias ciudadanas ponen al Estado en una situación complicada que ocasiona el aumento de leyes, las cuales comprenden un mayor endurecimiento de las penas, señalando el proceso de la agenda pública con la interferencia de la *agenda setting* dentro de la situación, la cual menciona está impulsada por un:

[...]sentimiento colectivo de inseguridad, el incremento de la criminalización de la delincuencia marginal, el adelantamiento de la intervención penal y procesal a situaciones de mera sospecha y, especialmente, la relativización de las garantías penales que dejan de ser exigibles con carácter universal, para ser atribuidas sólo a los buenos ciudadanos en la conocida construcción del «derecho penal del enemigo».

En el aspecto informativo, el discurso mediático de la violencia es fácil de descifrar, “la violencia, delincuencia e inseguridad aumenta”, estas mismas noticias incluyen en su discurso una respuesta o acciones nada eficaces y sin bases científicas, convirtiéndose en Criminología mediática, donde se proponen como posibles soluciones las penas más severas, castigo y una idea confusa de justicia. Sobre otra línea, el entretenimiento es más complejo, para descifrar el mensaje debemos poner mayor atención, empero, en ambos casos no se trata del nivel de violencia, las tomas, fotos, videos, escenas o secuencias utilizadas incluidas en el material inapropiado, será el mensaje planteado para implantar en la audiencia, así como el significado encontrado por esta misma, lo que determinará y delimitará el público objetivo. Importante no olvidar a niñas y niños quienes suelen no indagar mucho en el mensaje y replican lo que ven, entonces la imagen tomará mayor relevancia en contenido orientado a ese sector, pero de igual manera cuenta con un discurso del cual debemos mantenernos pendientes.

Analizar la violencia audiovisual por la cantidad de agresiones físicas, vísceras y sangre no parece completamente objetivo, únicamente si hablamos de menores de edad en primeras etapas de la infancia, alejados de dicho sector de la población, no obstante, los simbolismos, el mensaje y el discurso nos parecen más interesantes, con la tecnología moderna se puede realizar cualquier cosa imaginable dentro de los medios, no importando si parece violento e inapropiado, pero serán las palabras utilizadas las que le darán sentido al uso de ese recurso. La libertad creativa tiene gran auge y limitarla sería censura u opresión, pero es el mensaje, diálogos e historia los que delimitarán legalmente si es preciso difundir el contenido, clasificarlo como no apto para cierto público y recortar partes que pueden considerarse prescindibles y vulnerantes. De igual manera para la parte informativa, la parte verbal utilizada para presentar un suceso, víctima o victimario, definirá si existe apología, revictimización o cualquier otra forma de violencia hacia el espectador o una de las partes del proceso de creación y difusión de información.

Principales problemas en el ejercicio de la regulación

Como mencionamos en apartados anteriores, uno de los problemas principales de la Criminología, de manera general, es el desconocimiento de sus funciones y la importancia en la sociedad como ciencia fundamental de la prevención y disminución de la incidencia delictiva, sin embargo, en los últimos años ha ganado mayor reconocimiento gracias a diversos estudios y expertos que, con sus conocimientos y aportes, logran incorporarla poco a poco en la agenda pública, aun con eso falta camino por recorrer pues existe un gran número de funcionarios públicos que desconocen su función dentro de las acciones del Estado, la creencia de poder sustituirla con otras áreas y la constante confusión con las Ciencias Forenses, especialmente con la Criminalística, sin mencionar el debate académico acerca de la relación que deben tener ambas en la formación profesional, ser impartidas de forma separada o en conjunto, sumando eso al desconocimiento de la población, muchas personas recurren a la Criminología con ideas no tan precisas, fundamentadas en series de televisión.

De manera cercana al desconocimiento de la función criminológica, otro de los problemas que aparecen está la complejidad para poder formar parte de diversas esferas o áreas sociales para trabajar el mayor número de problemáticas, comúnmente los puestos para quienes ejercen Criminología están, en su mayoría, orientados a temas legislativos, de carácter penal y procesal, recientemente comenzó a plantarse la necesidad en el sector privado, como lo es la Criminología corporativa, sin embargo dentro de las diversas instancias gubernamentales no todas cuentan con un especialista de nuestra área. Dentro del campo de las telecomunicaciones, si bien es una obligación del Estado proporcionar los diversos servicios, principalmente radio y televisión, estos se administran a través de concesiones a terceros, manteniendo algunas cámaras e instituciones que fungen como entes reguladores, los cuales desde nuestra perspectiva pueden mejorar, aunque no podemos asegurar qué tan necesario consideren sus integrantes la inclusión criminológica.

Incluir a las y los criminólogos dentro de las diversas empresas mediáticas puede suponer un reto mucho mayor que hacerlo dentro de las dependencias públicas. Una de las posibles respuestas es la implementación por ley de un analista o un grupo especial encargado de regular el contenido dentro de las diversas áreas de producción del mismo, sin embargo, es posible que se apele a la represión, hostigamiento e incluso la censura por parte del Estado hacia la libertad creativa o de divulgación, pues incluir un filtro diferente al ya impuesto por la misma empresa puede ocasionar un sentimiento de presión y de pretender sacar de la zona de *confort* a los creadores del contenido, cambiando la manera de trabajar de los involucrados, pero como ya se analizó en el capítulo dos de esta investigación, los dueños del contenido suelen optar por una autorregulación, la cual en ciertas ocasiones es visible y en algunas otras muy cuestionable, sustentando dicha regulación bajo sus criterios y perspectivas, las cuales no siempre son objetivas, pues están orientadas a los beneficios que pueden llegar a obtener.

Continuando con el último punto mencionado, la probabilidad de que una empresa tome en cuenta contratar e incluir la labor criminológica puede no ser muy elevada, hasta la fecha podemos ver la gran libertad que tienen para decidir sobre su contenido y la forma de lograr evitar sanciones graves, aunque generando polémica de vez en cuando, teniendo únicamente multas administrativas, el llamado a retirar o cambiar parte del contenido, entre otras formas de captar su atención, como hemos mencionado anteriormente, siempre apelando a su libre expresión sin tomar en cuenta el daño causado a su audiencia o las víctimas de los hechos narrados y sus familiares, ésto último específicamente dentro de los espacios informativos. La habilidad para autocriticarse hasta el punto de considerar que sus niveles de violencia o vulnerabilidad son elevados e innecesarios, contemplando la inclusión de un ente regulador, reinventando las funciones, perfil y cualidades, suena muy lejano, pero sin duda sería un gran cambio en la industria, aunque la posibilidad tangible es que mantengan sus criterios y conceptos por varios años, como lo han hecho hasta ahora.

Una parte fundamental para los cambios que pueden realizarse, como en cualquier tema social, proviene de la población, en este caso de las diversas audiencias y los interesados en mejorar las telecomunicaciones de nuestro país, así como los diversos grupos, quienes deben identificar su representación mediática, inclusión y participación, sin ser sea estereotipada, que se sienta parte de la historia o el momento a contar, sin interpretarse como una campaña política para invisibilizar otras situaciones o que proporcione una falsa imagen de cómo son realmente. Los padres de familia juegan un papel muy importante dentro del proceso regulatorio de otros países, ya mencionamos casos como los de la Unión Europea, sin embargo, en México, y desde nuestra perspectiva en todo el mundo, es necesaria la iniciativa por conocer los diferentes tipos de material que las niñas y niños consumen, principalmente aquel de entretenimiento en televisión e internet, la programación y forma de interactuar con el medio para bloquear el acceso de contenido inapropiado.

Para algunos la televisión entorpece a sus hijos e hijas, pero para otros es una herramienta la cual disminuye las obligaciones paternales del cuidado de la niñez, siendo un mecanismo que permite tranquilizar y dar un respiro a lo difícil que puede ser la labor de una madre o un padre, pero como adultos no reflexionamos sobre aquello frente a nosotros, el material que nos divierte o si la información adquirida de un medio es totalmente verídica, cuando suele hacerse ocurre bajo la idea autoimpuesta de conocimientos no sustentados o la crítica sin fundamentos, mencionamos cómo los adultos pueden ayudar a la regulación llamando la atención de los medios para la protección, de niñas y niños, de todo aquello que consideran puede llegar a vulnerarlos, pero en ocasiones la percepción de ciertos conceptos por parte de los mayores pueden ser erróneos debido a los prejuicios o tabúes ortodoxos que la sociedad mantiene en la actualidad.

Cuando hablamos de reformular los conceptos que rodean la acción regulatoria también podemos hacerlo dentro del contenido y la forma de presentarlo, si la

violencia se plasma de forma correcta puede ser educativa al punto de actuar como un impulso positivo y de prevención, mejorando las acciones de su audiencia, más aún hay muchos temas que han sido negados hasta el punto de ser satanizados por completo, siendo impensable su participación dentro de lo clasificado para todo público, por lo que su difusión es únicamente para el sector adulto: temas como la sexualidad y lo relacionado con ello han sido siempre aberrados por los mayores, quienes intentan proteger a los menores de edad, alejándolos del tema sin tratar de explicar de manera adecuada y de forma tal que pueda ser entendido por una niña o niño, pero el miedo irracional a pervertirlos se impone ante la explicación racional del acto sexual. Ahora bien, hablar de violencia puede causar el mismo efecto incluso cuando se haga de forma regulada, pero sostenemos que no todo el contenido adulto debe incluir netamente temas duros, sexo y sangre, así como no todo el contenido infantil debe ser fantasiosos, idealista y engañoso.

Otro aspecto importante, con respecto a las audiencias, es la posibilidad de no comprender la regulación dentro de un medio, pues llevan desde su aparición haciendo uso de conceptos que, como ya hemos mencionado con anterioridad, al menor cambio puede provocar el desagrado de muchos, llevando a reacciones diversas inclusive de carácter violento, aun cuando no existe violencia en el contenido, pero puesto que también apelamos a una versión con mayor calidad, es posible que los pequeños cambios no llamen su atención o sean recibidos de manera positiva, pero como nos han enseñado hasta la fecha los *fandoms* y la sociedad en general, siempre habrá un sector detractor o grupos de oposición, los cuales sienten que se hace mal en cambiar lo establecido, en este caso la tan mencionada confusión de la censura con la regulación dentro de un espacio informativo o de entretenimiento, asegurando que se quiere reprimir al medio, esconder hechos, minimizarlos o explotarlos, no obstante, al realizar estos cambios, la sociedad puede sentir la realidad y similitud con su contexto pero también puede extrañar la fantasía.

Mencionamos la temática de la sexualidad y los prejuicios, ampliando un poco la idea, en Latinoamérica existen un gran número de fanáticos del manga japonés el cual, en gran parte de sus historias, no duda en colocar personajes desnudos pero sin mostrar las partes íntimas, aunque también dentro de algunos casos existe la sexualización de personajes femeninos, así como existen géneros dentro de la industria orientados a temáticas sexuales como el *hentai*, por lo cual en los últimos años la reproducción a una versión con doblaje hablado se ha disminuido por la idea acerca de lo sexual y violento que puede llegar a ser el anime, aislando obras que valen la pena ver; por otro lado las producciones norteamericanas acaparan gran parte del mercado, las cuales de igual manera pueden contener material sexual o violento y recientemente una disminución en la calidad en una parte de algunas de ellas, principalmente las dirigidas a un público menor de edad.

Finalmente, opinamos que uno de los aspectos de mayor necesidad es la difusión de una educación audiovisual que también podemos llamar autorregulación por parte de la audiencia, la retroalimentación, formulación de preguntas y crítica hacia

todo lo visto y escuchado con el objetivo de comprender mejor el mensaje transmitido, por parte de jóvenes y adultos que visualizan una noticia, leen una revista o periódico, buscan entretenimiento acudiendo a cualquier medio para hacerlo, éstos a su vez instruyendo a los menores en el acercamiento a diversos tipos de contenido y espacios o, por el contrario, para mantener distancia y esperar la edad apropiada. Con un mayor criterio y razonamiento, el acercamiento tendrá una razón, dejando las ideas subjetivas acerca de los temas apropiados e inapropiados, si no cuestionando el por qué está bien o mal cierto tipo de contenido, de esta forma, parte del desarrollo de niñas y niños incluirá un análisis de su entorno no fundamentado mayormente por los medios, la diferenciación de realidad y ficción estará claramente establecida, aunque lo consideramos un proceso necesario también pensamos que resulta complicado y lejano de introyectar en la sociedad actual.

Conclusiones y consideraciones finales

Como mencionamos y mostramos en el capítulo uno, la violencia en México ha aumentado durante los últimos años, los medios de comunicación de masas tienen la función de distribuir información, en donde parte de ella está inmersa en esa violencia, concluyendo con el objetivo general de la investigación, los filtros, clasificaciones y otros mecanismos regulatorios existen en el territorio nacional dentro de varios niveles de gobierno, pero su finalidad se aleja del bien de las audiencias y el análisis de contenido, en éste sentido los medios de comunicación categorizan el contenido de acuerdo a criterios que podemos llamar obsoletos, conceptos ambiguos y un análisis superficial, siendo únicamente lo que se puede ver y escuchar cuando tanto el contenido de información como de entretenimiento pueden incluir mensajes políticos y sociales no aptos para todo público, que pueden pasar desapercibidos a primera vista, una reestructuración y ampliación de dicha área es necesaria en la actualidad.

Por otro lado, continuando con los objetivos específicos planteados para el capítulo dos, la normativa nacional cuenta con las carencias antes mencionadas y en ocasiones resulta inexistente su participación e interés por involucrarse en el análisis mediático. En los últimos 10 años, los cuales consideramos están repletos de cambios mediáticos importantes, la normativa no ha cambiado lo suficiente, no se ha adaptado a la nuevas modalidades de los medios de comunicación lo cual supone una problemática al hablar de regulación desde el aspecto legal, por consiguiente, las instituciones gubernamentales tampoco tienen un desarrollo mayor en la temática, continuando con la forma de análisis de hace 10 años sin contemplar la evolución del contenido mediático, lo cual facilita el acceso de las audiencias a contenido inapropiado o clasificado de manera cuestionable. La sociedad moderna se ve con la necesidad de mantener contacto con otros a través de la distancia, de manejar instrumentos y medios que le permitan presentarse ante el mundo virtual para realizar cierto tipo de actividades, en otras palabras, la digitalización (y globalización) de los medios de comunicación junto con las nuevas

tecnologías absorben a la sociedad, por lo que mejorar la regulación en todo aspecto se muestra como una cuestión necesaria en un futuro cercano.

Dentro de la investigación observamos el papel del contenido violento, concluyendo que su principal función es atraer al mayor público posible, pues la audiencia en general tiene una atracción por lo extraño, lo privado y le atrae lo explícito, la sangre y las historias homicidas o viscerales, cuestión que aprovechan los medios de comunicación, basando la competitividad empresarial, para ver quien tiene mejores elementos violentos, interesantes, raros o bizarros en su contenido, minimizando otros aspectos de igual o mayor relevancia; consideramos que la participación de cierto contenido con representación de la violencia puede ayudar a generar acciones prosociales pero debe mantener un equilibrio con sus demás elementos, como establecer un público objetivo y esclarecer lo mayormente posible el mensaje que se pretende transmitir, pues muchas veces resulta confuso y, por consiguiente, predominan los aspectos negativos y sus efectos.

Por su parte, la sociedad como espectadora juega un papel muy importante, pues de ella depende la aceptación y duración de un espacio mediático, a través del sistema de *rating* y demanda, el contenido se inclina sobre lo mayormente solicitado, incluso cuando un grupo tome una postura en contra, si un programa, sección, película, entre otros, genera los ingresos suficientes como solventar su inversión y decir que generan ganancias, entonces seguirá existiendo; por otra parte, las audiencias entran en un proceso de aceptación con respecto a quienes pueden ver el contenido. Si bien sostenemos que no debe buscarse la erradicación del contenido violento, sí debe reforzarse el límite de personas que tiene acceso a ello, sin embargo, cuando se alcanza un nivel de viralización alto, el público se amplía evadiendo, en ocasiones, la categorización, jóvenes y adultos se involucran cuando debería limitarse su alcance únicamente al sector dirigido.

Existe una innegable influencia del contenido mediático hacia el actuar y pensar de la sociedad, tanto a nivel colectivo como individual, no necesariamente de manera negativa, pues algunos ejemplos mencionados en el capítulo cuatro muestran los beneficios del contenido audiovisual, sin embargo, la mayor parte de estudios y efectos notables hacen énfasis en el aspecto negativo, puesto que, siguiendo la premisa de las audiencias atraídas por temáticas violentas, se presentan mayormente los efectos del consumo prolongado, subjetividad del mensaje, desensibilización, legitimación, la satisfacción del usuario por la violencia, y más, pero es el conjunto de otros factores, como los círculos sociales cercanos, condiciones psicológicas y de conducta, como la cuestionabilidad a los medios, el autocontrol audiovisual o autorregulación personal, que de manera conjunta generan reacciones negativas, lo cual establece al contenido mediático como un factor de la conducta antisocial pero que de manera individual no genera violencia; no obstante, el desconocimiento y carente análisis ha colocado en la agenda pública, en diversas ocasiones, a los medios de comunicación como principales responsables de diversos actos delictivos.

Los medios de comunicación cuentan con cierta responsabilidad, ya que son quienes deciden e imponen la mayoría de sus filtros, material, programas, secciones, producciones, entre otros. Inicialmente puede decirse que responden a la petición de su audiencia, pero también pueden decidir realizar contenido con otras temáticas, pero se ven mayormente impulsados por la parte económica, la cual se encuentra bien remunerada por el contenido violento pues, aunque con un gran grupo de seguidores, el contenido científico y cultural no genera el mismo impacto que la acción, el drama y el morbo. De forma similar, diversos grupos de poder como servidores públicos o grupos delictivos, se han visto envueltos en muchas polémicas, por lo cual concluimos que se involucran en el contenido cuando lo creen conveniente, manipulando información e, inclusive, amenazando a sus creadores y, en consecuencia, afectando a la población. De manera general no existe una presión por parte de dichos grupos en la creación del contenido audiovisual, sin embargo, en situaciones específicas podemos ver que existe un conocimiento acerca del poder mediático que los obliga, directa y/o indirectamente, a intervenir.

El área mediática tiene un extenso catálogo de temas en los cuales podemos realizar investigaciones, desde el aspecto tangible del contenido, lo perceptible por los sentidos, hasta la parte simbólica, aquello que necesita un mayor tiempo de análisis para comprender, siendo principalmente el mensaje no presentado de manera explícita. Es necesario contemplar las partes que conforman el material, así como a sus creadores y receptores, incluso con temas lejanos a la violencia, los cuales comúnmente son el centro de atención. Para la fecha en que se realiza este documento entraba en la agenda pública la opción de regular las redes sociales en relación con los comentarios y con ello la cuestión relativa a la libertad de expresión, empero, como mencionamos a lo largo del trabajo, es complicado regular Internet, el uso de dicho medio ha sido el centro de atención de polémicas en los últimos años, en ocasiones actuando como un espacio de discusión cuando debería ser uno de debate, pero también se ha utilizado para fortalecer y difundir movimientos sociales u otros temas de carácter prosocial y también de algunos otros rechazados por la moral pública y las leyes, como los llamados MAPs, personas con atracción por menores de edad.

Hablando específicamente de regular Internet, éste resulta importante además de interesante, representa un reto por lo extensa que puede ser la *web* y el gran número de sitios, sin embargo, es dar un gran salto en el tema regulatorio, puesto que dicho proceso necesita mejoras y ajustes en todas sus áreas dentro de medios de comunicación, con un tiempo de vida mayor, siendo mayormente utilizados, sería dejarlos de lado o tomándolo, en parte, bajo el supuesto de que ahora los engloba Internet, por ejemplo, el caso de la televisión y su posible desaparición a manos de la *web*, el cual consideramos lejano, al menos en el territorio mexicano, por lo cual dejar de investigar a la televisión esperando que sea consumida para posteriormente iniciar un proceso de regulación desde cero, es dejar a las audiencias actuales en situación de vulnerabilidad y ver demasiado hacia el futuro. Por otro lado, también representa un tema público complicado pues asumimos la digitalización total. De momento, antes del Estado, corresponde al mismo sitio *web*

crear mejoras, puesto que aún existen otras problemáticas de mayor relevancia y con un valor social tangible, fuera de lo digital.

El contenido audiovisual necesita un mayor interés social y político, ampliar las posibilidades ya que son limitadas, manteniéndose dentro de la zona de *confort* que, si bien muestran popularidad, también carecen de calidad, siguen estereotipos e ideologías y cuando intentan dar el siguiente paso no generan el impacto social que pudiesen si se establecen y mejoran los criterios de calidad en el contenido. Sociedad y Estado se han mantenido conformes con el contenido y, en este contexto, es necesario un cambio de paradigma, cambiar a los grandes medios, aprovechar el talento nacional en la creatividad audiovisual, el cual muchas veces debe viajar a otros países para destacar o recibir oportunidades, en otras palabras, aprovechar al máximo lo que los medios de comunicación pueden ofrecer y, sonando repetitivo, la regulación y análisis forman parte importante de dicho proceso.

A lo largo de la investigación mencionamos que los cambios regulatorios en contenido deben ser paulatinos para que la sociedad pueda adecuarse a una actividad mediática diferente, debido a las posibles quejas, malentendidos o molestias, por otro lado, aspectos como el legal necesitan actualizarse constantemente y hacer presencia en donde no la hay con relación a todos los medios de comunicación pero, como también hemos argumentado, sin interferir con la libertad, creatividad y derechos de los medios, audiencias u otros involucrados en todo el proceso mediático, siendo aquí donde entran diversas ciencias como la Psicología, la Sociología, las Ciencias de la Comunicación o el Derecho, también de artes como la Música, la Cinematografía o el Diseño gráfico, mismas que fortalecen la creación de un proceso regulatorio fundamentado ampliamente; por su parte, la Criminología, a manera de conclusión y resumen del capítulo actual, participa en el análisis y formulación de conceptos tales como *violencia*, sus variantes y niveles, con el propósito de ofrecer una mayor información al consumidor sobre el contenido y una asignación de clasificación completa y detalla, la cual, si bien puede ser considerada estricta, también es necesaria.

Igualmente es preciso mencionar que todos los medios son diferentes, algunos con mayor protagonismo y, por lo tanto, con una capacidad mayor de interferir en la personalidad individual y colectiva, por lo que trabajar en las fortalezas y debilidades de cada uno es indispensable para explotar sus capacidades prosociales, de momento sosteniendo que la Criminología puede interferir en todos ellos. Por otro lado, la educación audiovisual o regulación personal es y será necesaria para jóvenes y adultos, pues la modernidad impera que tengan acercamiento a los medios y al contenido, existiendo o no una regulación institucional que se debe analizar con un criterio personal y objetivo, poner en duda la información recibida pero sin caer en la negación incoherente, abiertos a todo tipo de temáticas e información proveniente de cualquier sitio, para ver nuevamente a los medios como una herramienta y exigir su labor adecuada, dejando los pensamientos erróneos y

contraproducentes, uno casi dogmático de verdad absoluta y el otro totalmente contrario, tachando a los medios de mentirosos y corruptos.

Finalmente, la Criminología amplía su campo de estudio, viendo a los medios y al contenido como un factor de riesgo que, dentro de la sociedad actual, consideramos elevado por las múltiples interpretaciones del mensaje, ligadas a factores personales, familiares o de otras esferas sociales que pueden generar conductas disruptivas, antisociales e incluso sirviendo de inspiración o fomento para las delictivas, tomando en cuenta la facilidad de acceso por parte de un público joven, la cantidad de violencia u otros temas que causan polémica y debate o los conflictos relacionados con su actuar, hacen ver a los medios como víctimas y victimarios, mientras las audiencias, aunque con reacciones negativas, serán mayormente víctimas de los medios y la escasa regulación en todos sus ámbitos, por parte del Estado, así como de las empresas y sus miembros que buscan vender u apoyar a terceros, no preocupándose lo suficiente por su audiencia.

Con dicha premisa y lo redactado en párrafos anteriores, y a lo largo de todo el documento, comprobamos la hipótesis de la investigación pues, aunque existen formas de regulación, éstas carecen de diversos elementos para cumplir una función totalmente eficiente, por lo cual uno de sus múltiples efectos es propiciar conductas antisociales provenientes del contenido mediático violento. Estudiar esta modalidad de la violencia y la forma en que interactúa con el proceso mediático y todas las partes involucradas es interesante y necesaria en una sociedad inmersa cada vez más en los medios de comunicación.

Referencias

Bibliografía

- Álvarez, C., 2018, *Telecomunicaciones y radiodifusión en México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Anaya, R., 2020, *Periodismo científico. Navegando entre dos aguas*, México, Editorial Terracota.
- Bandura, A., y Walters, R., 1974, *Aprendizaje social y desarrollo de la personalidad*, España, Alianza editorial.
- Bienvenido, L., (coord.), 2009, *Telerrealidad: el mundo tras el cristal*, España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Bunge, M., 1977, *La ciencia. Su método y su filosofía*, Argentina, Ediciones Siglo Veinte.
- Cassirer, E., 1967, *Antropología filosófica. Introducción a la Filosofía de la Cultura*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Cienfuegos, D. y Guzmán, E., 2006, *El servicio postal mexicano: historia, regulación y perspectivas*, México, Instituto de Investigaciones Jurídicas de la Universidad Nacional Autónoma de México.
- Cohen, B., 1963, *Prensa y política exterior*, Estados Unidos, Princeton University Press.
- de Larra, R., 2005, *Los menores en la Red: comportamiento y navegación segura*, España, Fundación AUNA.
- Dearing, J. y Rogers, E., 1996, *Conceptos de comunicación 6: agenda setting*, Estados Unidos, SAGE publications.
- Dagnaud, M., 2007, "La regulación en Europa de las imágenes violentas en televisión", en Fernández, C. y Revilla, J. (coords.), *Violencia en los medios de comunicación*, España, Hacer Editorial.
- Domínguez, R., Fernández, C. y Revilla, J., 2007, "Legitimación de la violencia en la televisión y en la vida social", en Fernández, C. y Revilla, J. (coords.), *Violencia en los medios de comunicación*, España, Hacer Editorial.
- Farfán, E. y Guevara, N., 2018, *Efecto priming asociativo a la publicidad audiovisual alimentaria dirigida a adolescentes*, Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniería en Marketing, Ecuador, Universidad del Azuay.
- García, Y. y Gómez Tagle, E., 2014, "Criminologías especializadas", en Gómez Tagle, E., (coord.), *Criminologías especializadas*, México, Asesoría de Diseños Normativos SC.
- Gennadyevna, V., 2017, *Sugestión lingüística en el discurso mediático (en las lenguas española y rusa)*, Tesis de Maestría para recibir el título de Máster en Lingüística, Rusia, Universidad Estatal de San Petersburgo.
- Gerbner, G., 1967, "Mass media and human communication theory", en Dance, F., (ed.), *Human communication theory*, Estados Unidos, Holt McDougal.
- Gómez Tagle, E. (coord.), 2014, *Criminologías especializadas*, México, Asesoría de Diseños Normativos SC.

- Gordillo, I. y Ramírez, M., 2009, "Formulas y formatos de la telerrealidad. Taxonomía del hipergénero docudramático", en Bienvenido, L. (coord.), *Telerrealidad: el mundo tras el cristal*, España, Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.
- Gramsci, A., 2011, *¿Qué es la cultura popular?*, España, Universidad de Valencia.
- Grandío, M., 2017, *Adictos a las series: 50 años de lecciones de los fans*, España, editorial UOC.
- Guerrero, P., 2002, *La cultura. Estrategias conceptuales para entender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*, Ecuador, Universidad Politécnica Salesiana, Ediciones Abya-Yala.
- Iyengar, S. y Kinder, D., 2010, *News That Matters: Television and American Opinion*, Estados Unidos, Updated edition.
- Jaunet, J., 2008, *Las audiencias en la Televisión*, España, editorial UOC.
- Jenson, J., 1992, "Fandom as pathology: the consequences of characterization", en Lewis, L. (ed.), *The adoring audience: Fan culture and popular media*, Estados Unidos, Routledge.
- Klapper, J., 1960, *Los efectos de la comunicación de masas*, Estados Unidos, Free Press.
- Koenigsberger, G., 2014., *Los inicios de internet en México*, México, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Lasswell, H., 1948, "The structure and function of communication in Society", en Bryson, L. (ed.), *The Communication of ideas*, Estados Unidos, Institute for Religious and Social Studies.
- McQuail, D., 2000, *Introducción a la teoría de los medios de comunicación de masas*, 3ª ed., España, Paidós.
- Moliner, M., 2008, *Diccionario de uso del español*, España, Gredos.
- Mora-Figueroa, B. y Muñoz, M., 2007, "La corregulación: nuevos compromisos y nuevos métodos para la protección del menor de los contenidos televisivos. El caso holandés", en Congreso Internacional de Ética y Derecho de la Información, *La ética y el derecho de la información en los tiempos del postperiodismo*, España, Fundación COSO de la Comunidad Valenciana para el Desarrollo de la Comunicación y la Sociedad.
- Noelle-Neumann, E., 1995, *La espiral del silencio. Opinión pública: nuestra piel social*, España, Paidós.
- Pérez, Pérez y Seca, 2020, *Metodología de la investigación científica*, Argentina, Editorial Maipue.
- Rodríguez, R., 2004, *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*, España, Observatorio Europeo de Tendencias Sociales.
- Roura, V., 2009, *La vida del espectador. Una mirada incompaciente a la televisión*, México, Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Fundación Manuel Buendía.
- Sartori, G., 1998, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, España, Taurus.
- Sampedro, V., 2015, *El cuarto poder en red. Por un periodismo (de código) libre*, Ecuador, Ediciones Ciespal.
- Sarason, B. y Sarason, I., 2006, *Psicopatología. Psicología anormal: el problema de la conducta inadaptada*, 11ª ed., México, Pearson Educacion.

- Shelestyuk, E., 2014, *Речевое воздействие: онтология и методология исследования*, 2ª ed., Moscú, Flinta.
- Tisseron, S., 2007, “Los jóvenes y las pantallas: hacia una nueva cultura”, en Fernández, C. y Revilla, J. (coords.), *Violencia en los medios de comunicación*, España, Hacer Editorial.
- Zaffaroni, E., 2011, *La palabra de los muertos: conferencias de criminología cautelar*, Argentina, Ediar.
- Zúñiga, L., 2013, *Telefonía celular, desde sus inicios hasta la actualidad*, Ensayo para obtener en título de Ingeniero en Computación, México, Universidad Autónoma del Estado de México.

Hemerografía

- Álvarez, S., 2012, “Efecto Werther: Una propuesta de intervención en la facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (UPV/EHU)”, en *Norte de salud mental*, vol. 10, núm. 42, España, Asociación Española de Neuropsiquiatría, pp.48-55. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3910960>
- Ardèvol-Abreu, A., 2015, “Framing o teoría del encuadre en comunicación. Orígenes, desarrollo y panorama actual en España”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 70, España, Universidad de La Laguna, pp. 420-450. DOI: <https://doi.org/10.4185/RLCS-2015-1053>
- Ballester, M., 2012, “Lo políticamente correcto o el acoso a la libertad”, en *Cuadernos De Pensamiento Político*, núm. 34, España, Fundación para el Análisis y los Estudios Sociales, abril-junio, pp. 171-201. Disponible en: <https://www.jstor.org/stable/41444846>
- Bandura, A., Ross, D. y Ross, S., 1961, “Transmission of aggression through imitation of aggression models”, en *Journal of Abnormal and Social Psychology*, vol. 63, núm. 3, Estados Unidos, Asociación Americana de Psicología, pp. 575-582. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0045925>
- Beranuy, M., Castellana, M., Chamarro, A., Oberst, U. y Sánchez-Carbonell, X., 2008, “La adicción a Internet y al móvil: ¿moda o trastorno?”, en *Revista Adicciones*, vol. 20, núm. 2, España, Sociedad Científica Española de Estudios sobre el Alcohol, el Alcoholismo y las otras Toxicomanías, pp. 149-159. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/2891/289122057007.pdf>
- Cáceres, M., 2007, “Telerrealidad y aprendizaje social”, en *ICONO 14. Revista de comunicación y tecnologías emergentes*, vol. 5, núm 1, España, Universidad Complutense de Madrid, julio-diciembre, pp. 123-144. DOI: <https://doi.org/10.7195/ri14.v5i1.375>
- Cáceres, M., 2010, “El discurso de la televisión en la cultura del espectáculo: los procesos de mediación en los programas de la telerrealidad”, en *Sphera Pública*, núm. 10, España, Universidad Complutense de Madrid, pp. 207-222. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/297/29719345014.pdf>
- Carabaza, R., Martínez, P. y Hernández, A., 2008, “Factores de riesgo predisponentes a la delincuencia en una población penal femenina”, en *Enseñanza e Investigación en Psicología*, vol. 13, núm. 2, México, Consejo

- Nacional para la Enseñanza en Investigación en Psicología A.C., julio-diciembre, pp. 301-318. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/292/29213207.pdf>
- Castro, E., 2015, "Al-Qaeda: ¿cómo legitimar discursivamente la violencia contra Occidente?", en *Revista Mexicana de Opinión Pública*, núm. 18, México, Universidad Nacional Autónoma de México, enero-junio, pp.137-153. Disponible en: <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/45447/40904>
- Chihu, A., 2010, "El framing audiovisual del spot político", en *Cultura y representaciones sociales*, vol. 5, núm. 9, México, Universidad Nacional Autónoma de México, septiembre, pp. 174-197. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102010000200005
- Cuéllar, C., 2000, "A tus pies: el sexo hermético en el cine", en *Banda aparte*, núm. 19, España, Universidad Politécnica de Valencia, pp. 71-74. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10251/42467>
- de León, M., Castro, J. y Villanueva, C., 2018, "Más allá de la mera exposición: Violencia en televisión en horario protegido", en *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 73, España, Universidad Complutense de Madrid, pp. 352-368. Disponible en: <http://www.revistalatinacs.org/073paper/1259/RLCS-paper1259.pdf>
- Delarbre, R., 2014, "Televisa: viejas prácticas, nuevo entorno", en *Nueva Sociedad*, núm. 249, México, Universidad Nacional Autónoma de México, enero-febrero, pp. 149-162. Disponible en: <https://biblat.unam.mx/es/revista/nueva-sociedad/articulo/televisa-viejas-practicas-nuevo-entorno>
- Escudero, L. y Gabelas, J., 2016, "La realidad de la telerrealidad: escáner de una sociedad (hiper) televisiva", en *Revista Mediterránea de Comunicación*, vol. 7, núm. 1, España, Universidad de Alicante, pp. 91-117. DOI: <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2016.7.1.6>
- Esteinou, J., 2007, "La formación de la cuarta república (mediática) en México", en *Argumentos (México, D.F.)*, vol. 20, núm. 53, México, Universidad Autónoma Metropolitana, pp. 69-89. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0187-57952007000100004&lng=es&tlng=es
- Fernández, C. y Revilla, J., 2016, "Seres «humanos» o seres «lejanos»: imágenes de violencia real e implicación/distanciamiento con las víctimas", en *Communication & Society*, vol. 29, núm. 3, España, Universidad Complutense de Madrid.
- Fernández, I., 2010, "Un recorrido por la historia de la prensa en México. De sus orígenes al año 1857", en *Documentación de las Ciencias de la Información*, vol. 33, España, Universidad Complutense de Madrid, pp. 69-89. Disponible en: <https://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/view/DCIN1010110069A>
- Feshbach, S., 1964, "La función de la agresión y la regulación del impulso agresivo", en *Revisión psicológica*, vol. 71, núm. 4, Estados Unidos, Asociación Americana de Psicología.

- Fregoso, J. y Gaytán, J., 2006, “La ley Televisa de México”, en *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, núm. 94, Ecuador, CIESPAL, junio, pp. 40-45. Disponible en:
<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/13461>
- Galán, J. y Preciado, M., 2014, “Desensibilización a la violencia una revisión teórica para la delimitación de un constructo”, en *Revista Uaricha*, vol. 11, núm. 25, México, Facultad de Psicología de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo. Disponible en:
<http://www.revistauaricha.umich.mx/index.php/urp/article/view/65>
- Galán, J., 2018, “Exposición a la violencia en adolescentes: desensibilización, legitimación y naturalización”, en *Diversitas: perspectivas en psicología*, vol. 14, núm. 1, México, Universidad Autónoma de San Luis Potosí, pp. 55-67. DOI: <https://doi.org/10.15332/s1794-9998.2018.0001.04>
- Galán-Gamero, J., 2014, “Cuando el ‘cuarto poder’ se constituye en cuarto poder: propuestas”, en *Palabra Clave*, vol. 17, núm. 1, Madrid, Universidad de La Sabana, marzo, pp. 150-185. Disponible en:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852014000100007&lng=en&tlng=es
- García, M., 2008, “El discurso mediático sobre la delincuencia y su incidencia en las reformas penales”, en *Revista catalana de seguretat pública*, núm. 18, España, Instituto de Seguridad Pública de Cataluña, abril.
- Gómez Tagle, E., 2019, “Violencia audiovisual y protección de la niñez”, en *Revista de Derecho*, núm. 20, Universidad Católica Dámaso A. Larrañaga, diciembre, pp. 57-89. DOI: <https://dx.doi.org/10.22235/rd.vi20.1867>
- Guemureman, S., Fridman, D., Graziano, F., Jorolinsky, K., López, A., Pasin, J. y Salgado, V., 2010, “Rol de los medios de comunicación en el despliegue de los mecanismos de control social, proactivos y reactivos. Legitimación de la violencia estatal contra los jóvenes pobres y su vinculación discursiva con la delincuencia”, en *Memoria académica*, Argentina, Universidad Nacional de La Plata, diciembre. Disponible en:
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/106307>
- Mantilla, M., 2017, “Adicciones tecnológicas: ¿Enfermedad o conducta adaptativa?”, en *Revista Medisur*, vol. 15, núm. 2, Cuba, Facultad de Ciencias Médicas de Cienfuegos, marzo-abril. Disponible en:
<http://medisur.sld.cu/index.php/medisur/article/view/3279>
- Miller, L., Grabell, A., Thomas, A., Bermann, E. y Graham-Bermann, S., 2012, “The associations between community violence, television violence, intimate partner violence, parent-child aggression, and aggression in sibling relationships of a sample of preschoolers”, en *Psychology of Violence*, vol. 2, núm. 2, Estados Unidos, Asociación Americana de Psicología, abril, pp. 165-178. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0027254>
- Nava, A., 2020, *Chakas, víctimas, policías y justicieros. Las fantasías del carnaval de la criminología mediática*, México, Instituto Nacional de Ciencias Penales, noviembre. Disponible en:
<https://www.facebook.com/INACIPEOFICIAL/posts/10158049555568842>

- Phillips, D., 1974, "The influence of suggestion on suicide: Substantive and theoretical implications of the Werther effect", en *American sociological review*, vol. 39, núm. 3, Estados Unidos, Asociación Americana de Psicología, junio, pp. 340-354. DOI: <https://doi.org/10.2307/2094294>
- Razumiejczyk, E., López Alonso, A. y Macbeth, G., 2008, "El efecto de priming y sus variantes experimentales", en *Psicología y psicopedagogía*, vol. 7, núm. 18, España, Universidad de Salamanca, marzo. Disponible en: <https://racimo.usal.edu.ar/4615/>
- Sádaba-Garraza, T., 2001, "Origen, aplicación y límites de la «teoría del encuadre» (framing) en comunicación", en *Comunicación y sociedad*, vol. 14, núm. 2, España, Universidad de Navarra, pp. 143-175. Disponible en: <https://dadun.unav.edu/handle/10171/7975>
- Sánchez, E., 1991, "Hacia una cronología de la televisión mexicana", en *Comunicación y sociedad*, núm. 10, México, Universidad de Guadalajara, septiembre-abril.
- Sánchez, J., 2008, "Telediario infantil: recurso para el aprendizaje en TV", en *Comunicar*, vol. 16, núm. 31, España, Grupo Comunicar, pp. 153-158. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/158/15803120.pdf>
- Saura, J., 2008, "El discurso mediático y sus consecuencias para la interculturalidad", en *Discurso & Sociedad*, vol. 2, núm. 4, España, Universidad Católica de San Antonio de Murcia, pp. 816-838. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3738234>
- Silva, J., 2011, "La Época de Oro del cine mexicano: la colonización de un imaginario social", en *Culturales*, vol. 7, núm. 13, México, Universidad Autónoma de Baja California, junio, pp. 7-30. Disponible en: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-11912011000100002&lng=es&tlng=es
- Sopena, J., 2007, "La regulación audiovisual: argumentos a favor y en contra", en *Revista científica de comunicación y educación*, núm. 30, España, Grupo comunicar, marzo, pp. 119-124. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2553181>
- Soria, C., 1990, "El final de la metáfora del cuarto poder", en *Comunicación y sociedad*, vol. 3, núm. 1-2, España, Universidad de Navarra. Disponible en: <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/35518>
- Zanón, N., 2011, "La influencia efectiva de los subtítulos en el aprendizaje de lenguas extranjeras: análisis de investigaciones previas", en *Revista Sendebor*, núm. 22, España, Universidad de Granada, diciembre, pp. 265-282. DOI: <https://doi.org/10.30827/sendebor.v22i0.354>

Legisgrafía

Constitución de la Unión Internacional de Telecomunicaciones.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial.

Convención Internacional sobre la Protección de los Derechos de Todos los Trabajadores Migratorios y de sus Familiares.
Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.
Convención sobre los Derechos del Niño.
Declaración Universal de Derechos Humanos.
Ley del Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas.
Ley Federal de Cinematografía.
Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.
Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia.
Ley General de Educación.
Ley General de los Derechos de Niñas, Niños y Adolescentes.
Ley General de Víctimas.
Ley General para la Igualdad entre Mujeres y Hombres.
Ley General para la Inclusión de Personas con Discapacidad.
Ley Sobre Delitos de Imprenta.
Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos.
Reglamento de la Ley Federal de Cinematografía.
Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en Materia de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión.
Reglamento de Telecomunicaciones.
Reglamento Sobre Publicaciones y Revistas Ilustradas.
Tratado de Beijing sobre Interpretaciones y Ejecuciones Audiovisuales.

Estadísticas

CANACINE, *Resultados definitivos del 2019*, Cámara Nacional de la Industria del Cine. Disponible en:

<http://canacine.org.mx/wp-content/uploads/2020/03/Resultados-definitivos%C2%B419-2.pdf>

Grupo Editorial Notmusa, *Información comercial 2020*. Disponible en:

<https://www.notmusa.com.mx/wp-content/uploads/pdf/mediakit/gen-press-comercial.pdf>

Grupo Merca2.0, *Estudio Hábitos de Consumo de la Radio 2017*. Disponible en:

<https://www.merca20.com/cuales-son-los-programas-de-radio-mas-escuchados-en-mexico-segun-la-edad/>

IFT, *Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales 2018*, Instituto Federal de Telecomunicaciones. Disponible en:

http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicado55ift_1.pdf

INEGI, *Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información y la Comunicación en los Hogares (ENDUTIH) 2015–2018*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Disponible en:

https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2019/OtrTemEcon/ENDUTIH_2018.pdf

INEGI, *Homicidios a nivel nacional, serie anual de 1990 a 2019*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía. Disponible en:

https://www.inegi.org.mx/contenidos/programas/mortalidad/doc/defunciones_homicidio_2019_nota_tecnica.pdf

INEGI, *Estadísticas a propósito del día internacional de la eliminación de la violencia contra la mujer 2020*, Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Disponible en:

<https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/aproposito/2020/Violencia2020Nal.pdf>

IAB, *Estudio de Consumo de Medios y Dispositivos entre Internautas Mexicanos 2019*, Interactive Advertising Bureau. Disponible en:

<https://www.iabmexico.com/estudios/estudio-de-consumo-de-medios-y-dispositivos-entre-internautas-mexicanos-2019/>

Videos y páginas web

Seftel, J. y Martin, M., 2005, “La guerra de los mundos”, en *La noche temática*, España, TVE, American experience Films.

<http://asiet.lat/>

<http://fatpanda.tv/>

<https://dle.rae.es/>

<https://rtc.segob.gob.mx>

<https://www.afavordelomejor.mx/>

<https://www.esrb.org/>

<https://www.fockagames.com/>

<https://www.globalratings.com/>

<http://www.ift.org.mx/>

<https://www.itu.int/es/Pages/default.aspx>

<http://www.ordenjuridico.gob.mx/>

<https://www.wipo.int/portal/en/index.html>

Anexos

Glosario

Autocensura: Omisión, eliminación o cancelación de una escena, diálogos, imágenes, videos, hechos, conceptos e inclusive personas dentro un espacio mediático, realizada por uno mismo, es decir, la misma compañía, director, autor o redactor, entre otros, sin la intervención de un tercero, apegándose a ciertos estándares para que su producto sea aceptado, pero alterando de cierta medida su propia información o contenido.

Autorregulación: Cuestión interna del manejo de contenido proveniente de individuos y organizaciones, es decir, la forma en la que una empresa decide las palabras a usarse, imágenes a compartir, los videos y audios que se reproducen dentro del espacio definido para la información o entretenimiento y si se hace o no uso de contenido violento, grotesco, con lenguaje soez, permitiendo el acceso fácil o vulnerando de alguna manera al espectador.

Censura: Omisión, eliminación o cancelación de una escena, diálogos, imágenes, videos, hechos, conceptos e inclusive personas dentro un espacio mediático, ya sea para informar o entretener, y que afecte directamente la intención del autor o su idea principal, de manera que no puede ser expresada.

Contenido audiovisual: La implementación de instrumentos perceptibles a través de los sentidos de audio y vista, en conjunto o independientes, utilizados en los medios de comunicación para ofrecer al espectador conocimiento, información y entretenimiento, así como una mejor y más amplia experiencia de éstos.

Co-regulación: Unión entre los factores mediáticos estatales y privados, que en colaboración logran alcanzar frecuentes acuerdos favoreciendo a las partes con respecto al uso de imágenes, texto, palabras, horario, entre otros temas técnicos como el área de distribución, la concesión, las mejoras tecnológicas, siempre en pro de contribuir al mejor ejercicio informático, comunicativo, de entretenimiento y libre de efectos negativos en la sociedad.

Criminología de los medios de comunicación: Rama de la Criminología orientada en el estudio de los fenómenos mediáticos que generan una idea errónea del análisis criminológico, las diversas problemáticas circundantes a los medios y todas aquellas personas relacionadas con ellos, el estudio del contenido a través de su proceso de creación, clasificación y distribución, así como los posibles efectos negativos y positivos ocasionados en los espectadores con el fin de mejorar la calidad audiovisual y proteger a las diversas audiencias del material que pudiese llegar a vulnerar sus derechos e ideales, en el caso de niñas, niños y adolescentes,

su derecho a un libre desarrollo de la personalidad y su derecho a una vida libre de violencia.

Discurso mediático: Conjunto de opiniones o ideas que se expresan de manera escrita u oral, directa o indirectamente, acompañados de otros recursos audiovisuales, a través de uno o varios medios de comunicación, en uno o más idiomas, con la finalidad de alcanzar la mayor audiencia posible para así tratar de convencer a los espectadores de que dicha postura sobre un tema en específico es la correcta sobre otras, creando realidades, criterios e ideales que, dependiendo de las intenciones del emisor, pueden ser falsas o verdaderas.

Legitimación de la violencia audiovisual: Acciones agresivas realizadas en pantalla que ponen al espectador en un estado de comprensión o simpatía, sin explicar de forma profunda la motivación del actuar, centrándose en mayor medida en el hecho, incluso cuando sea inaceptable en otras condiciones.

Medios de comunicación de masas (*mass media*): Herramientas por las cuales se crea una proyección de ideas dirigida de un emisario hacia un grupo numeroso de personas, la característica principal es que el emisor será una persona moral, es decir, una empresa, y el receptor un grupo de personas físicas, por ejemplo, la transmisión de una serie o programa en televisión abierta o la proyección de una película en el cine.

Medios de comunicación: Herramientas por las cuales se crea un diálogo e intercambio de ideas entre dos o más personas, existiendo como emisor y receptor personas consideradas como iguales, por ejemplo, una llamada telefónica, un *e-mail*, entre otros.

Regulación mediática: métodos, procedimientos, reglas, normas o leyes, internas, externas, individuales y corporativas que se encargan de ordenar el contenido perceptible en los medios de comunicación, con el objeto de mantener un control y garantizar que se cumplan sus obligaciones con la sociedad, mientras protegen sus derechos.

Telerrealidad: Fenómeno televisivo, de cierta manera histórico, que cambia la programación y la creación de contenido, utilizando situaciones reales llevadas a extremos llamativos que usualmente no suceden en realidad, abusando del morbo y curiosidad de los televidentes, así como de su ánimo por ser parte de un programa, de su sentido de pertenencia o empatía con los actores y la situación, sin embargo, todo lo aparentemente real se encuentra rodeado de un conjunto de camarógrafos, guionistas, directores, productores y actores o participantes dispuestos a presentar su intimidad ante los demás, lo cual en conjunto crea en el espectador la idea falsa de que todo lo visto y lo escuchado en televisión es real, situación inicialmente caracterizada en los famosos programas denominados “*shows*”.

Videojuego: Representación audiovisual que permite la manipulación del entorno, objetos, personajes o situaciones a través de comandos electrónicos y que, por medio de un dispositivo especial, permite la transmisión de video en una pantalla, colocando al jugador en la visión y conflicto principal de la temática del juego.

Vídeo-niño: Niñas y niños educados con la televisión, cuyo aprendizaje proviene del medio audiovisual antes de aprender a leer o hablar a través de las enseñanzas de mamá y papá, situación que comienza un proceso de absorción de conocimiento a través del “ver” en las pantallas, llevándolos a convertirse en adultos con ningún interés por la lectura o el conocimiento de la cultura escrita, educados por la comprensión de los símbolos que ven, olvidando los que se inculcan de manera verbal-escrita.

Violencia audiovisual: Representación de conductas violentas a través de imagen, audio y escrito, principalmente de forma conjunta, pero en ocasiones con dos o una de sus formas, reproducida en un medio de comunicación de masas.

Violencia mediática: Violencia relativa o presente en los medios de comunicación que puede afectar a la audiencia, al medio mismo o a los involucrados en el proceso de comunicación, en su comportamiento, conducta, ideologías, identidad, creencias, valores, estereotipos, entre otros, y que comúnmente es utilizada como medio de control social.