

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS Y PERCEPCIÓN SOCIAL DE LA INSEGURIDAD

O. D'Adamo y V. García Beaudoux

Orlando D'Adamo y Virginia García Beaudoux son profesores de Psicología Política en la Universidad de Belgrano y de Buenos Aires, Argentina, así como miembros del Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano (Marcelo T. Alvear 777 SD 1058, Capital Federal, Buenos Aires, Argentina).

Dos modos de influencia de los medios en la opinión pública: establecimiento de la agenda y encuadre

La percepción que domina entre la opinión pública acerca del delito y la inseguridad no

sólo es consecuencia de la experiencia personal y de la comunicación interpersonal. También se encuentra modelada por el tratamiento de la problemática que realizan los medios masivos de comunicación, tanto por el lugar que ocupan las noticias referidas al crimen en sus agendas como por el encuadre que se les realiza.

Con referencia a la primera cuestión, es conocido el efecto de "establecimiento de la agenda" (McCombs y Shaw, 1972) o "tematización" que los medios de comunicación de masas producen sobre las agendas públicas, en términos de su capacidad de instalar los temas que concentrarán la atención y el debate de la opinión pública. La mayoría de los conocimientos que las personas poseen acerca de las cuestiones públicas, la mayor parte de los asuntos y preocupaciones que captan su interés, no proviene de la experiencia personal directa sino de los medios de comunicación que actúan como la principal fuente de información (McCombs, 2004). La hipótesis del establecimiento de la agenda refiere a un proceso de selección llevado a cabo por los medios de comunicación de masas que resulta en que a la hora de comunicar la información y las noticias se centren en algunos problemas y desatiendan otros. Ese accionar de los medios modifica la aproximación de la gente a la realidad social, porque al describirla y precisarla instalan el listado de los asuntos

acerca de los cuales el público “debe” discutir por obtener la mayor saliencia y quedar así determinados como los “más importantes” (McCombs y Reynolds, 2002). El concepto de “*saliencia*” se define como el grado en el que un tema de la agenda es percibido como relativamente importante (Dearing y Rogers, 1996: 8). La consecuencia del proceso selectivo que tiene lugar en los medios cuando eligen sus temarios es que la opinión pública considera a dichos problemas como los más relevantes, mucho más que otros que han sido menos tratados. Las noticias en los periódicos, la televisión e Internet hacen más que señalar la existencia de eventos y problemas. Mediante su selección diaria y el despliegue noticioso influyen nuestras percepciones respecto de cuáles son las cuestiones más importantes del día. Esa habilidad para influir la saliencia de los temas en la agenda pública es la que se denomina “rol de establecimiento de la agenda de los medios noticiosos” (McCombs, 1994) y en esa capacidad de definición de las alternativas reside en gran parte su poder.

Los medios no sólo fuerzan la atención hacia determinadas cuestiones, construyen imágenes del mundo político y proponen los objetos acerca de los cuales el público debe pensar. Ellos también encuadran explicativamente la información que difunden. Suele además existir una gran similitud tanto en el modo en que los medios tratan una determinada problemática como en la interpretación que ofrecen de ella (Gerbner, 1972). Además de decirnos “acerca de qué pensar” y de aumentar la saliencia de unos temas sobre otros, *los medios de comunicación también nos brindan explicaciones sobre las causas y consecuencias relacionadas con las cuestiones destacadas en sus agendas*. No solo aquellos elementos sobresalientes en los medios se vuelven prominentes en las mentes de los individuos (lo cual constituiría un primer nivel de *agenda-setting*), sino que además existe un alto nivel de correspondencia en los detalles. Existiría también un “*agenda-setting de atributos*”, que implica que los atributos sobresalientes en los medios adquieren asimismo ese carácter para la opinión pública. Ese sería un *segundo nivel de agenda-setting*, que hace que ciertos aspectos específicos del contenido de los medios acerca de las cuestiones públicas se vean explícitamente relacionados con la formación de la opinión pública. McCombs (2004) señala que este segundo nivel de *agenda-setting*, o *agenda-setting de atributos*, se relaciona con el concepto de *framing*.

Los medios enmarcan sus contenidos y eso da lugar al *proceso de framing* que se refiere al *origen de ciertos marcos y su difusión desde los medios masivos hacia el público*. Es necesario distinguir entre los conceptos de “*encuadre*” y “*efecto de encuadre*”. El *encuadre* consiste en un sutil proceso de selección que realizan los medios de ciertos aspectos de un tema, que son presentados como más importantes y que enfatizan causas particulares de los fenómenos (Iyengar, 1991: 11). Las coberturas periodísticas se realizan desde ciertos ángulos y emplean

determinadas justificaciones, lo cual suele dar lugar a evaluaciones positivas o negativas de los fenómenos. El concepto de *frame* o marco aplicado a la agenda de los medios se refiere a la idea directriz que provee un contexto a la noticia. Implica *selección, énfasis, exclusión y elaboración* (Tankard, Hendrickson, Silberman, Bliss y Ghanem, 1991, citado en: McCombs, 2004). Para Entman (1993: 52) enmarcar es seleccionar sólo algunos de los aspectos de una realidad percibida y volverlos más salientes en el texto que se comunica, promoviendo así una definición particular de un problema, junto con su interpretación causal, su evaluación moral y/o la recomendación de cómo debe ser tratado. Los marcos definen problemas —determinan su agente causal, así como costos y beneficios—, diagnostican las causas —identifican las fuerzas que crean el problema—, realizan juicios morales —evalúan los agentes causales y sus efectos—, y sugieren “remedios” —ofrecen y justifican tratamientos para el problema—, al tiempo que predicen sus efectos probables. El *efecto de framing o encuadre*, en cambio, se refiere a que las explicaciones que la opinión pública construye acerca de cualquier acontecimiento, varían según la perspectiva del marco que los medios usan para encuadrarlo. Con relación a la comunicación de masas, se ha encontrado que el *efecto de framing* se produce mediante la correspondencia que se establece entre el encuadre o narrativa de explicación causal que los medios realizan de las historias que presentan, y el encuadre que las audiencias efectúan de esos mismos acontecimientos (Iyengar, 1994; McLeod, Kosicki y McLeod, 1996). Los medios seleccionan y eligen qué incluir y qué excluir de sus agendas, enfatizan determinados aspectos y desenfatan otros. Eso influye en la percepción y atribución de causas, responsabilidades, consecuencias y soluciones, interviene en el modo en que las personas reflexionarán acerca de los asuntos tratados (Scheufele, 2000); sobre todo cuanto menor sea la experiencia directa que la gente tiene sobre una determinada área temática. Se denomina entonces *efecto de framing* a la capacidad de los medios de provocar diferentes conclusiones en la audiencia según la forma en que le presentan la información (Iyengar y Kinder, 1987; Iyengar, 1991).

Con la intención de evaluar cuál es la percepción pública dominante respecto de la inseguridad y la potencial influencia de los medios en su construcción, llevamos a cabo un sondeo de opinión en el que no sólo se preguntó a los participantes su apreciación general del nivel de delito sino también cuáles creen que son los delitos más frecuentes, los que más recuerdan y las principales causas a las que los atribuyen. Asimismo, se indagó las repercusiones de dicha percepción construida sobre la vida cotidiana de las personas, por ejemplo, en lo relativo a la modificación de hábitos como consecuencia del temor a ser víctimas de un hecho delictivo.

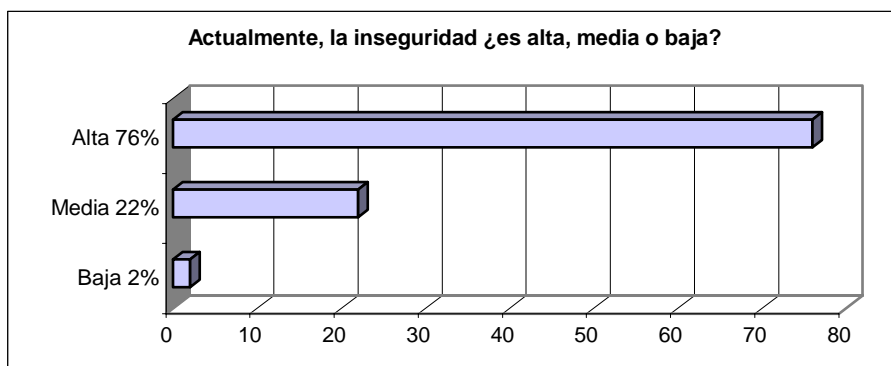
Presentación de datos

Muestra, método y procedimiento

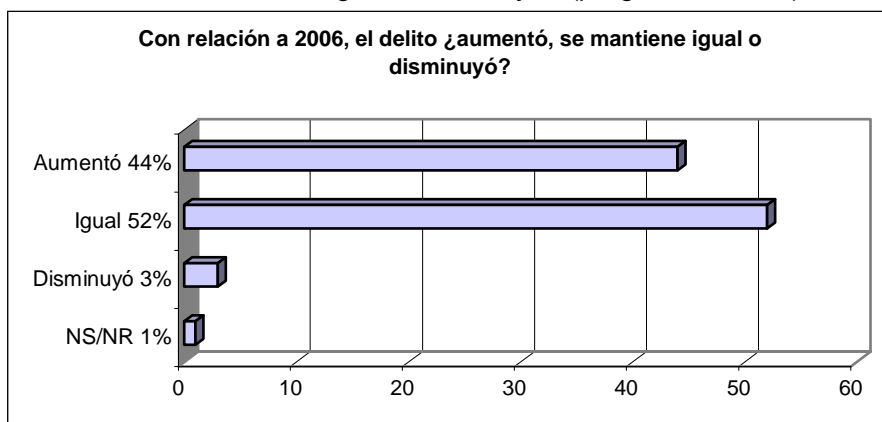
Los resultados que se presentan a continuación provienen de un sondeo de opinión pública que efectuamos en el Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano, en la Ciudad de Buenos Aires (Argentina) entre el 23 de julio y el 12 de agosto de 2007. Se realizó mediante método de encuesta y se utilizó un cuestionario con preguntas tanto abiertas que permitían la respuesta espontánea de los participantes, como cerradas con categorías de respuesta predeterminadas. La muestra estuvo conformada por un total de 632 ciudadanos mayores de 18 años, según cuotas de sexo y edad, siendo el 51% femenino y el 49% masculino. A continuación se presentan algunos de los resultados obtenidos.

Principales resultados

Ítem administrado: *Actualmente, ¿Diría que la inseguridad es alta, media o baja?* (pregunta cerrada)

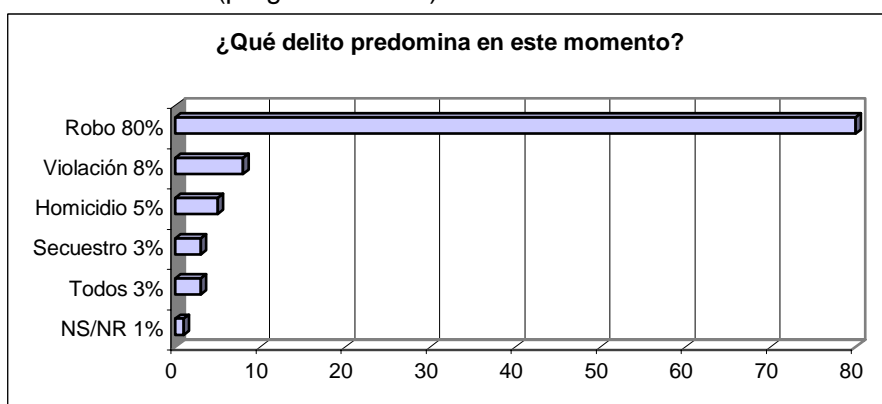


Ítem administrado: *Con relación al año pasado, ¿Cree que el delito aumentó, se mantiene igual o disminuyó?* (pregunta cerrada)



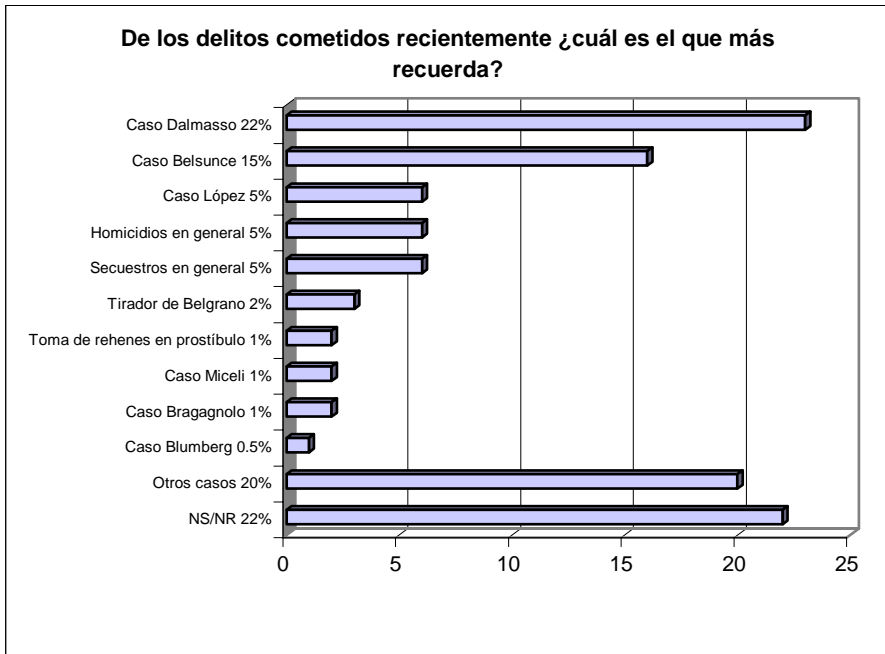
Existe entre los entrevistados una extendida sensación de inseguridad y casi la mitad de la muestra cree que ha empeorado respecto del año 2006. Sin embargo, esa creencia no encuentra correlato en las estadísticas oficiales del delito. Por el contrario, los datos de la Dirección Nacional del Política Criminal del Ministerio de Justicia de la Nación, indican que el promedio de la tasa de delitos cada cien mil habitantes en todo el territorio nacional fue 280,4 para el año 2006 y 262,5 para el primer semestre de 2007.

Ítem administrado: *¿Cuál cree que es el delito que predomina en este momento?* (pregunta abierta)



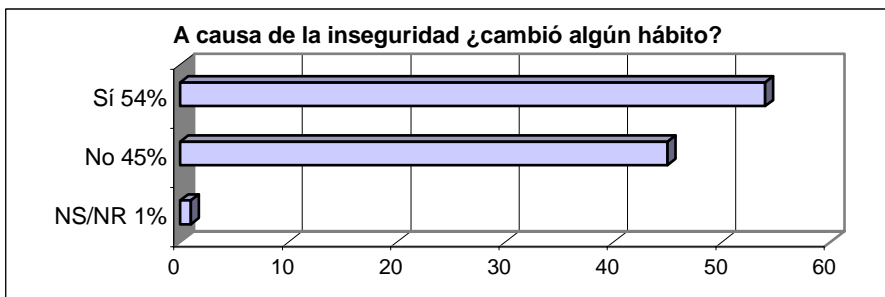
Al efectuar este mismo sondeo con una muestra semejante entre los meses de julio y agosto de 2006, aunque el delito que se consideró más predominante también fue el robo (60%), llamó la atención que 27% de los consultados declarase espontáneamente que la violación era el delito más frecuente. Un año después, en la medición de 2007 que estamos presentando en este artículo, quienes opinan de ese modo descendieron a un 8% de la muestra. Presumimos que semejante variación no se vincularía con ninguna forma de experiencia directa o vicaria y que, en cambio, sería posible esperar que estuviese relacionada con el tratamiento de ese tema en los medios masivos. Por esa razón, indagamos la cantidad de veces que el delito de violación había sido mencionado en los dos principales periódicos de Argentina por ser los de mayor tirada nacional (los diarios Clarín y La Nación) en el primer semestre de 2006 y en el mismo período de 2007. Encontramos que los primeros seis meses de 2006 ese delito obtuvo un total de 425 menciones, mientras que en los primeros seis meses de 2007 descendieron a 304. En otras palabras, *en el primer semestre de 2007 la publicación de delitos de violación fue 40% inferior a la del mismo período de 2006*. Ello podría explicar la variación porcentual en la opinión pública al considerarlo como el delito más frecuente. Un factor adicional que habría potenciado en 2006 la percepción de la violación como un delito mucho más frecuente en comparación a los datos estadísticos, es que los casos más cubiertos por la prensa tuvieron lugar en zonas céntricas de la Ciudad de Buenos Aires y las víctimas pertenecían a estratos socioeconómicos medios, lo que facilitó los mecanismos de identificación entre consumidor de la información y víctimas. Además, a diferencia de lo que sucedía con otros delitos, las personas se sintieron más expuestas por la ubicación geográfica en la que éstos tuvieron lugar.

ítem administrado: *De los delitos que se han cometido en el país recientemente, ¿cuál es el que más recuerda?* (pregunta abierta)



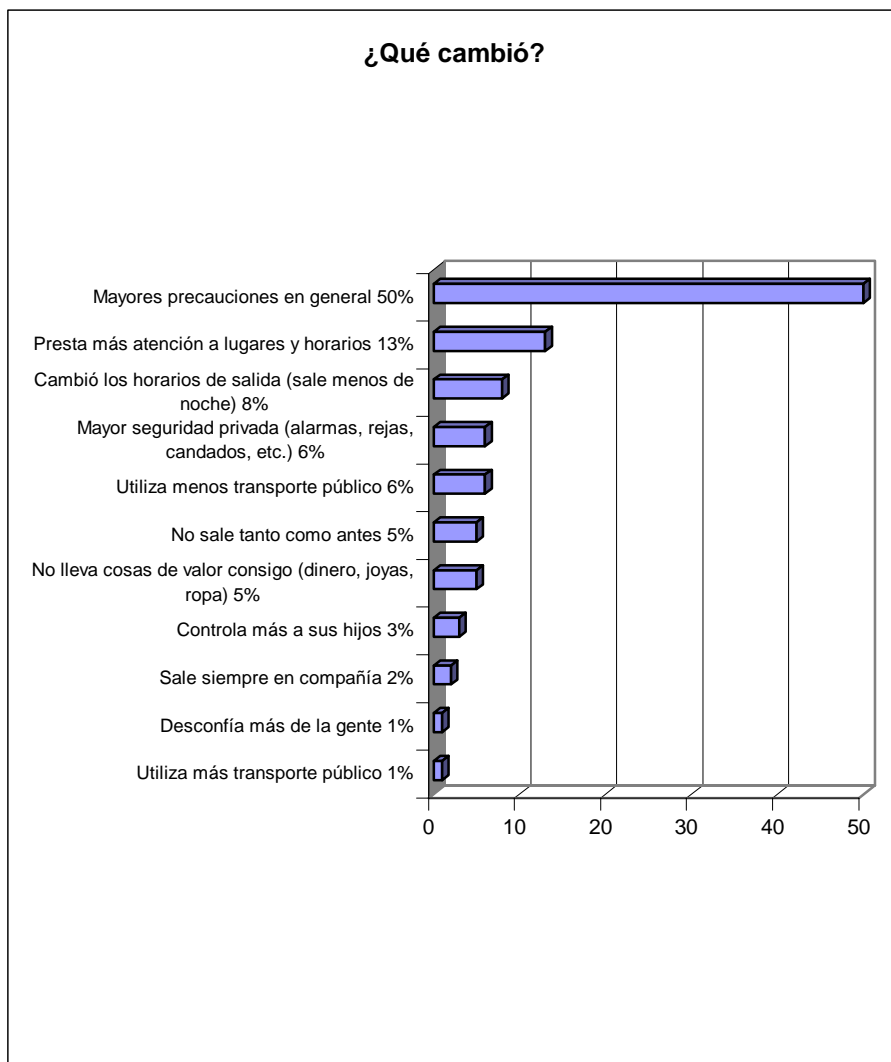
Casi 40% de los delitos recientes más recordados por la gente se vinculan con "casos testigo". Los dos primeros (Dalmasso y García Belsunce) se refieren al homicidio de dos mujeres presumiblemente en manos de familiares muy próximos, que por ser casos dramáticos y con estructura novelada, han recibido una extensa y detallada cobertura periodística.

Ítem administrado: *A causa de la inseguridad, ¿cambió algún hábito de vida, alguna costumbre?* (pregunta cerrada)

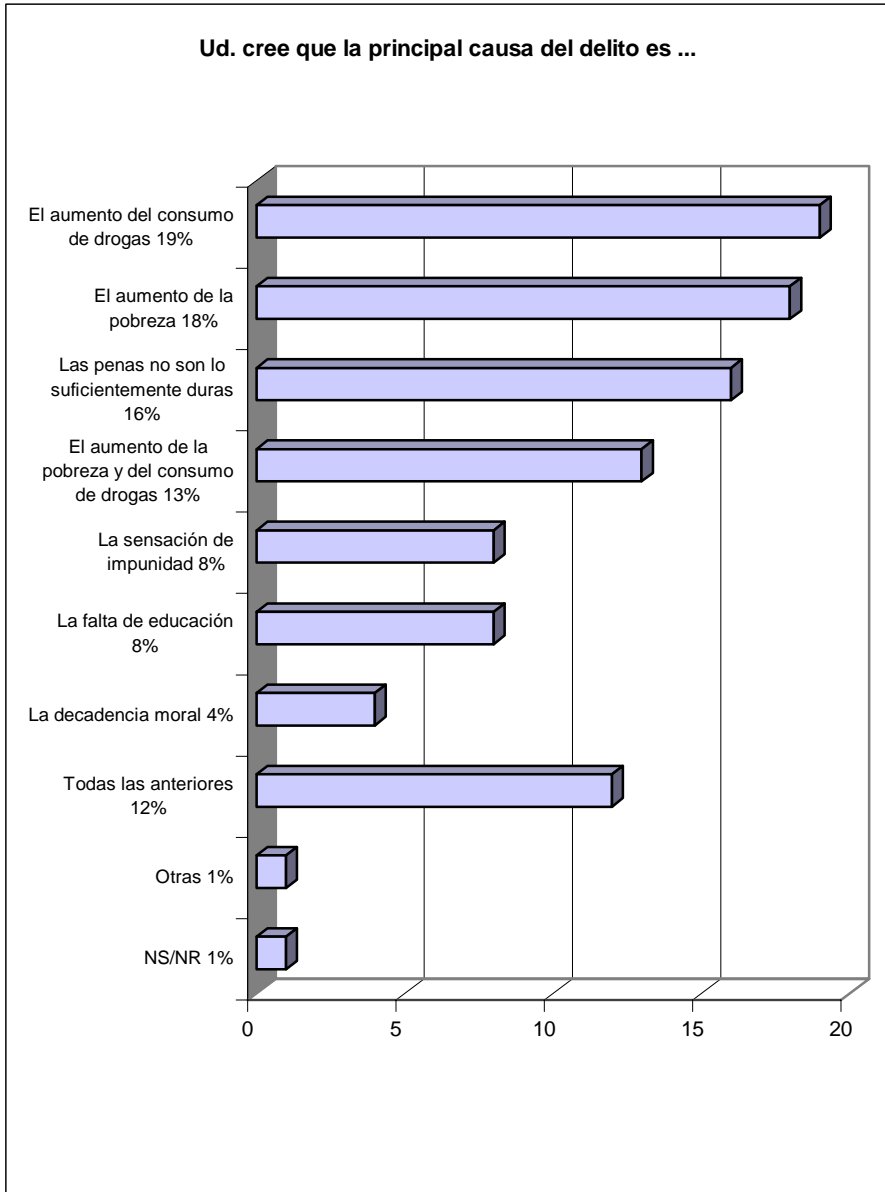


Más de la mitad de la muestra reconoce haber modificado alguna costumbre a causa de la inseguridad, cambios que van desde un aumento general de las precauciones hasta medidas concretas como restricciones de horarios y lugares a los que se concurre, o la mayor implementación de medidas de seguridad privadas (instalación de alarmas, rejas, cerraduras de seguridad, entre otras).

La siguiente pregunta fue administrada solo a los que respondieron "sí" en la anterior. Ítem administrado: *¿Qué fue lo que cambió?* (pregunta abierta)



Item administrado: *Usted cree que la principal causa del delito es...*
(pregunta semi-abierta)



Los entrevistados atribuyeron la principal causa del delito a dos factores: el aumento del consumo de drogas (19%) y de la pobreza (18%), factores que en algunos casos fueron percibidos como combinados (13%). Eso significa que quienes mencionaron tales variables, sea de modo independiente o interrelacionado, como motivos principales del delito, constituyen el 50% de la muestra consultada. En segundo término, quienes atribuyen las razones de la criminalidad a la ausencia de penas duras y la consecuente sensación de impunidad para quienes cometen los delitos, constituyen 24%. Lo anteriormente enunciado significa que las causas del delito, en un 75% de los casos, son explicadas a partir de tan sólo tres factores: drogas, pobreza e impunidad.

Conclusiones

Como ha quedado evidente a partir de los datos presentados, predomina la percepción pública de la agudización del problema de la inseguridad. Sin embargo, también se ha comentado que dicha percepción de aumento del delito y la criminalidad no encuentra apoyatura en los datos de la realidad objetivados en las estadísticas: la tasa de delitos cada 100 mil habitantes correspondiente al primer semestre de 2007 es inferior a la del año 2006. A la hora de construir explicaciones tentativas, los medios masivos de comunicación podrían ser una de las variables a considerar. De otro modo resulta difícil explicar, por ejemplo, que el 82% de las personas consultadas en un sondeo afirmaran sentirse inseguras y vulnerables, que la mayoría de quienes se expresan de ese modo sean mujeres mayores de 60 años, pero que la mayoría de quienes reconocen haber sido blanco de algún hecho delictivo fueran hombres y jóvenes (Consultora Equis, 2002).

Cuando los individuos construyen su modo de representar la realidad social más que nada a través de los medios y en ausencia de otros estándares de control o comparación, es muy probable que la imagen resultante sea una distorsionada y estereotipada. Sobre todo cuando la violencia, el delito y la inseguridad ocupan un lugar de importancia en la agenda de los medios: considerando en conjunto los cuatro medios gráficos de mayor tirada nacional en Argentina, esos temas estuvieron presentes en el 46% de los titulares de portada del año 2006 y ocuparon el mismo porcentaje de los titulares de portada de 2007. Es decir, casi la mitad de las semanas de ambos años tuvieron entre sus titulares noticiosos a la violencia social como protagonista. Adicionalmente, los datos obtenidos mediante el *IVSP* o "*Índice de Violencia Social Percibida*", instrumento construido y diseñado en el *Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano* que permite medir las variaciones mensuales de la cobertura que la violencia y la inseguridad reciben en los principales medios gráficos del país (D'Adamo y García Beaudoux, 2003)¹, indican que respecto de la base 100 del índice establecida en el mes de

marzo de 1997, en el año 2006 debido al tratamiento que los medios han dado en cantidad y calidad a la información relacionada con el delito, la puntuación promedio ascendió a 170.9, lo que equivale a casi un 71% más de exposición del público a temas vinculados con la violencia social. Entendemos que esos datos son relevantes en tanto en las últimas décadas, diversas investigaciones han puesto de manifiesto que los medios, aun de modo no intencional, colaboran en la edificación de una imagen distorsionada de la violencia social, que genera la sensación entre los ciudadanos de que el crimen y el delito son mayores de lo que las estadísticas indican (Gerbner et al., 1978, 1979, 1980, 1982, 1986). Una de las tesis más importantes de Gerbner y su equipo es la que indica que el principal efecto de la exposición a la violencia mediática no es tanto el incremento de los comportamientos agresivos como la profundización de las sensaciones de victimización, de riesgo y vulnerabilidad personal (Gerbner y Gross, 1976; Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1980). Ello va generando en las personas comportamientos afines con tales ideas: se aprende el papel de víctima, intensificando la desconfianza hacia los demás y hacia el entorno. Esas nociones exageradas del predominio de la violencia social tendrían unas consecuencias psicológicas concretas: la acentuación de la tendencia al asilamiento, el incremento de la desconfianza interpersonal, y el aumento de la concepción del mundo como un lugar hostil y peligroso. Tal como se ha visto en los datos presentados, esas sensaciones repercuten de modo directo en la calidad de vida cotidiana de las personas, dando paso al aumento de restricciones autoimpuestas que disminuyen la fluidez de los vínculos sociales.

En cuanto a los encuadres periodísticos, sobresale que el tratamiento de la temática de la inseguridad se enmarca desde el punto de vista de "casos testigo". Por ejemplo, tal como recuerdan los entrevistados, el caso de una mujer asesinada en un episodio vinculado al sexo y la infidelidad que además puso al descubierto una trama de relaciones extramatrimoniales en el seno de una pequeña comunidad (caso Dalmasso); o el caso de una mujer de la alta sociedad presuntamente asesinada por su esposo con la colaboración de otros familiares de apellidos también ilustres con la supuesta finalidad de evitar que quedaran al descubierto ciertas operaciones de lavado de dinero (caso García Belsunce). De once categorías de respuesta espontánea que los encuestados dieron a la pregunta de carácter abierto que les pedía que mencionaran los delitos que más recordaban, ocho de las que tenían más psicológicamente accesibles, disponibles o "preactivadas" se refirieron a "casos". Eso sería producto de que los medios no tienden a abordar el tratamiento del delito o la violencia mediante datos, estadísticas o tendencias; sino por medio del seguimiento diario de ciertos casos concretos que permiten la construcción de una narrativa a la que se van agregando día a día detalles, personajes, víctimas y verdugos, inocentes y culpables, causas y

consecuencias, dando paso a un proceso por el cual la audiencia recoge los datos y los entrelaza de modo de tejer explicaciones causales que, a su vez, usarán de parámetro para otras historias informativas y para dar sentido a un tema. Debe recordarse que, como hemos mencionado, cuanto menor es la experiencia directa que las personas tienen sobre una cuestión mayor será su dependencia de los medios de comunicación, no solo para obtener información sino también marcos de interpretación correspondientes a esa área (Zucker, 1978).

Un factor pocas veces contemplado cuando se analizan las reacciones del público frente a transformaciones sociales que suceden en unidades muy breves de tiempo (tales como pueden serlo los flujos migratorios o los rápidos incrementos de la tasa delictiva), es que esa velocidad en los cambios incide en la evaluación que las personas realizan de su importancia. No es lo mismo recibir seis millones de inmigrantes en un lapso de veinte años que en uno de cinco, aun cuando la incidencia final sobre el total de la población sea la misma. De igual modo, un incremento de la cantidad de delitos sobre un número originalmente muy bajo, aunque en términos relativos continúe siendo reducida, impacta de modo notable en una sociedad que como la Argentina hasta mediados de la década de 1990 no estaba acostumbrada a convivir con ese grave problema social. De ese modo se ha construido la imagen de una ciudad mucho más peligrosa de lo que lo es en la práctica. Los datos de la ciudad de Nueva York indican que terminó el año 2007 con 500 asesinatos, cantidad más baja de los últimos 45 años y cifra celebrada por sus autoridades como muy satisfactoria. Buenos Aires tiene, para el mismo período, 116 asesinatos, lo que establece no sólo una cantidad absoluta menor sino también una tasa cada 100 mil habitantes significativamente más baja: 3,83 contra los casi 6 de Nueva York.² Sin embargo, para los medios y para los residentes de Buenos Aires, Nueva York es un símbolo del éxito de las políticas preventivas del delito, mientras que Buenos Aires es percibida como mucho más peligrosa.

Referencias

- Consultora Equis, Equipos de Investigación Social. 2002. El cambio en los hábitos de vida como consecuencia de la inseguridad, sondeo de opinión publicado en *Diario La Nación*, 18 de agosto de 2002, 16. Buenos Aires.
- D'Adamo, O.-García Beaudoux, V. (2003): ¿Distorsiona la prensa la percepción social que la opinión pública construye acerca del delito, la violencia y la inseguridad?. *Revista de Psicología Social*, 18 (1), 1-15, enero. Madrid, España.
- Dearing, J.-Rogers, E. (1996): *Agenda-Setting*. Thousand Oaks, CA.: Sage.
- Entman, R. (1993): Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*, 43 (4), 51-58.
- Gerbner, G. (1972): Violence and television drama: trends and symbolic functions. En G. Comstock y E. Rubinstein (Eds.), *Television and social behavior*. Washington: US Government Printing Office.

- Gerbner, G.-Gross, L. (1976): Living with the television: the violence profile, *Journal of Communication*, 26 (2), 173-199.
- Gerbner, G.-Gross, L.-Jackson-Beeck, M.-Jeffries-Fox, S.-Signorielli, N. (1978): Cultural indicators: violence profile N°9, *Journal of Communication*, 28 (3), 176-207.
- Gerbner, G.-Gross, L.-Morgan, M.-Signorielli, N. (1980): The "mainstreaming" of America: violence profile N° 11, *Journal of Communication*, 30 (3), 10-29.
- Gerbner, G.-Gross, L.-Morgan, M.-Signorielli, N. (1982): Charting the mainstream: Television's contribution to political orientation, *Journal of Communication*, 32, 2, 100-127.
- Gerbner, G.-Gross, L.-Morgan, M.-Signorielli, N. (1986): Living with the television: The dynamics of the cultivation process. En J. Bryant, D. Zillman (eds.), *Perspectives on media effects*. Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Gerbner, G.-Gross, L.-Signorielli, N.-Morgan, M.-Jackson-Beeck, M. (1979): The demonstration of power: violence profile N°10, *Journal of Communication*, 29 (3), 177-196.
- Iyengar, S. (1991): *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago: University of Chicago Press.
- Iyengar, S. (1994): Television News and citizen' explanation of national affairs. En D. Graber (Ed.), *Media Power in Politics*. Washington D.C.: Congressional Quarterly.
- Iyengar, S.-Kinder, D. (1987): *News that matters: Agenda-Setting and priming in a television age*. Chicago: University of Chicago Press.
- McCombs, M. (1994): The future agenda for agenda setting research, *Journal of Mass Communication Studies*, 45, 171-181.
- McCombs, M. (2004): *Setting the Agenda. The Mass Media and Public Opinion*. MA: Polity Press.
- McCombs, M.-Reynolds, A. (2002): News influence on our pictures of the World. En: J. Bryant y D. Zillman (Eds.), *Media effects. Advances in theory and research*. 1-18. NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- McCombs, M.-Shaw, D. (1972): The agenda-setting function of mass media, *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.
- McLeod, J.-Kosicki, G.-McLeod, D. (1996): Expansión de los efectos de comunicación política. En J. Bryant y D. Zillmann (Comps.), *Los efectos de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Scheufele, D. (2000): Agenda-setting, priming and framing revisited: another look at cognitive effects of political communication, *Mass Communication and Society*, 3 (2-3), 297-316.
- Zucker, H. (1978): The Variable Nature of Mass Media Influence, En: M. Wolf, *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.

¹ El "índice de Violencia Social Percibida" es un instrumento diseñado por el *Centro de Opinión Pública de la Universidad de Belgrano* que registra las variaciones que la cobertura de la violencia y la inseguridad recibe en los principales medios gráficos del país mes a mes. Para la construcción de las puntuaciones mensuales del IVSP se relevan diariamente las noticias referidas a crimen, violencia social y delito publicadas en los medios impresos de mayor tirada y circulación en Argentina: Diario Clarín, Diario La Nación, Diario Ámbito Financiero, Diario Página 12 y Revista Noticias. Algunos de los indicadores a partir de los cuales se construye el índice son:

cantidad de páginas dedicadas a ese tipo de noticias, puntuación diferencial según la ubicación de la noticia en el periódico (titular de tapa, páginas centrales, sección de policiales, etc), puntuación diferencial según el tipo de delito publicado (la puntuación otorgado a cada tipo de delito se estableció a partir de un estudio con grupos focales en los cuales se discutieron estas cuestiones y se les pidió a los participantes que calificaran con un número de 1 a 10 la "gravedad" y el grado de temor atribuidos a los diferentes tipos de delitos). La puntuación de cada mes se compara con la base 100 del índice fijada en marzo de 1997. Por ejemplo: si la puntuación de marzo de 1997 es 100 y la puntuación de marzo de 2000 fue 156, significa que hubo un 56% más de impactos publicados referidos a violencia e inseguridad en marzo de 2000 respecto del mismo mes de 1997.

² Datos extraídos de <http://www.bloomberg.com>, 28 de diciembre de 2007.