

CAMILO EDUARDO UMAÑA H.*

*La justicia mediática en Colombia: un modelo de análisis
para la relación entre el entendimiento del crimen
y los medios de comunicación masiva*

SUMARIO. 1. Introducción; 2. La Justicia Mediática: del diagnóstico a su conceptualización; 3. Propuesta de un modelo de análisis para la relación entre el entendimiento del crimen y los medios de comunicación masiva; 3.1. Los medios relatores y la justicia mediática; 3.2. Los medios activistas y la justicia mediática; 3.3. Los medios jueces y la justicia mediática; 4. Reflexión final; 5. Bibliografía.

I. INTRODUCCIÓN

En un reciente artículo que escribí sobre un proceso judicial en Colombia, un internauta reaccionó comentando que eso era una buena forma de hacer ‘justicia mediática’. Esta expresión resonó en mis reflexiones diarias. Me pregunté qué podría ser esa justicia y si en realidad eso era posible o incluso deseable. El presente artículo explora este asunto estudiando las relaciones entre (las representaciones de) la idea de justicia y los medios de comunicación masiva frente al fenómeno delictivo. A través de una evaluación de medios de comunicación masiva colombianos¹, este escrito propone un modelo de análisis para entender dichas relaciones. Esto, haciendo un diagnóstico de los medios de comunicación frente al delito para luego esbozar un modelo de análisis que dé cuenta de di-

* Candidato a doctor por la Universidad de Ottawa en el programa de doctorado en Criminología, en cotutela con el programa Doctorado en Sociología Jurídica de la Universidad del País Vasco. Docente del Departamento de Derecho Procesal de la Universidad Externado de Colombia en los programas de posgrado en Derechos Humanos y Derecho Público. Cofundador y director de la línea de investigación en sociología jurídica. Autor de varias publicaciones sobre Derechos Humanos, Derecho Internacional y conflicto.

1 La definición de lo que es un medio de comunicación masiva es siempre difícil. Luhmann lo definía como aquellas instituciones sociales que usan tecnologías de copia capaces de diseminar la comunicación (LUHMANN, N. *The reality of the mass media*, Stanford: Stanford University Press, 2000, p. 2). Lo cierto es que al hablar de un medio de comunicación se hace referencia al empleo de una cierta tecnología para transmitir mensajes. En dicho contexto, los medios son organizaciones sometidas a continuos cambios en su contenido, forma y alcance, conforme a la tecnología entre otros factores (para profundizar sobre estas transformaciones ver CHAFFEE S. & METZGER M. *The End of Mass Communication?, Mass Communication and Society*, 4:4, 2001, pp. 365-379), por lo que sería difícil discernir un listado taxativo de los mismos. No obstante, en el presente texto nos referimos a aquellos medios cuyo objeto misional es la difusión de mensajes de comunicación periodísticos con el objetivo de obtener una masividad en su difusión. Dichos medios devienen instituciones sociales, reconocidas por el público por su nombre, objetivo y contenidos. Esta definición deja por fuera formas de comunicación como las canciones, el chisme o el mensaje voz a voz o los voceadores, organizaciones de comunicación como las agencias publicitarias, medios de corto espectro o medios que no desempeñan labores periodísticas sino de manejo de imagen, o de comunicación organizacional. Para efectos de este escrito se utilizarán las expresiones ‘medios’ o ‘medios de comunicación’ alternativamente para referirse a los medios de comunicación masiva.

ferentes papeles que cumplen los medios de comunicación frente al fenómeno delictivo y las representaciones de justicia emanadas de los mismos. Dichos objetivos se abordarán a través de un método socio-jurídico combinando un análisis de literatura especializada, utilizando datos inéditos de una encuesta nacional realizada por las universidades de Wisconsin y Externado de Colombia en 2014 y empleando un análisis cualitativo de una muestra aleatoria de notas de comunicación. A lo largo de este escrito exploraremos las posibilidades de los medios de comunicación de recrear una representación de la justicia concentrada en el sistema jurídico, particularmente en el derecho penal y en la pena como formas de reproche social.

2. LA JUSTICIA MEDIÁTICA: DEL DIAGNÓSTICO A SU CONCEPTUALIZACIÓN

El crimen es como la muerte, todos tenemos alguna forma de experiencia expresa o latente con ella. Como la muerte también, son muy diferentes las experiencias que se viven en primera persona de aquellas derivadas de otras experiencias. La experiencia pública del crimen puede ser *directa*, cuando hay una afectación concreta de las personas que perciben el fenómeno; y, *derivada*, cuando no hay una afectación diferente a la recepción de información sobre el fenómeno del delito. Frente al fenómeno del crimen, la experiencia derivada está dominada en gran medida por los medios de comunicación masiva que cuentan, relatan y opinan sobre el fenómeno del crimen a partir de dispositivos tecnológicos de diseminación de la información.

Según Luhmann esta información tiene una estructura auto-reforzada². Para Luhmann, no solo el crimen sino el conocimiento sobre la sociedad e incluso sobre la naturaleza en gran parte lo sabemos a través de los medios de comunicación³. Pese a que lo que sabemos de los medios de comunicación no nos permite confiar en ellos⁴, la información que ellos manejan en todo caso es

2 LUHMANN, N. *Op. cit.*

3 *Ibidem.*

4 Consultando los resultados de la encuesta nacional sobre comunicación y política realizada por las Universidades de Wisconsin, Madison y el Externado de Colombia que se explica adelante, de una muestra diseñada para representar a la población adulta urbana del país, tenemos que ante la pregunta de la confianza que inspira a los encuestados los medios de comunicación, un 16% de los encuestados contestaron no tener ninguna confianza en los medios, mientras que un 4% dijeron tener mucha confianza (medido en una escala de 0 a 5, donde 0 significa poca confianza y

empleada por el público como fundamento y punto de partida para el conocimiento de muchas de las realidades sociales e incluso naturales. Esto hace que la información obtenida, aun cuando puesta en duda, tenga un auto-refuerzo cognitivo, pues es capaz de asumirse pese a su fuente. Un buen ejemplo de esto puede ser la transmisión de la llegada a la Luna. Aun cuando podamos dudar de las condiciones e incluso de la existencia del hecho, la elaboración de una idea del espacio exterior parte de las imágenes mediatizadas, de lo que podemos observar, que se constituye en un punto de partida para el conocimiento de ese espacio. En particular, frente al fenómeno del delito, aun cuando podamos dudar sobre las intenciones de un canal televisivo de transmitir un cierto cúmulo de eventos criminales, por ejemplo para impulsar la aceptación de una cierta política pública, nuestro conocimiento sobre el fenómeno delictivo parte de las imágenes transmitidas.

Esta información *autorreforzada* frente al fenómeno del crimen es una primera pista del peso cognitivo de lo que los medios de comunicación informan. Este peso cognitivo puede ser entendido como descriptivo o como prescriptivo de la realidad que aborda: los medios de comunicación, dirían algunos, tienen una labor sencillamente descriptiva, dando detalles y estableciendo hechos —de los periodistas muchas veces escuchamos que los medios de comunicación solo relatan lo que pasa, después la gente piensa lo que quiere—. Sin embargo, otras visiones entienden que las agencias informativas en realidad son altamente prescriptivas pues definen el fenómeno criminal y son capaces de reforzar, crear o destruir el entendimiento de un fenómeno social como delictivo. Dentro de esta última categoría, podríamos identificar visiones para las cuales los medios de comunicación constituyen estructuras de dominación que sirven a la reproducción de las relaciones de poder capitalistas⁵; así como perspectivas según las

5 mucha confianza). Sin embargo, un 52,9% de los encuestados tienen una confianza moderada a alta de los medios (de 3 a 5 en la escala), mientras que un 47,1% tienen una confianza media a baja (de 0 a 2 en la escala). Este indicador muestra que si bien los ciudadanos no tienen una confianza alta en los medios de comunicación, la mayoría tiene una confianza al menos moderada. No obstante, en un gran porcentaje tienen una confianza baja.

- 5 Un ejemplo de esta forma de visión puede ser encontrado en HERMAN, E., & CHOMSKY, Noam. *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*, New York: Pantheon Books, 2002, xi: “It is our view that, among their other functions, the media serve, and propagandize on behalf of, the powerful societal interests that control and finance them. The representatives of these interests have important agendas and principles that they want to advance, and they are well positioned to shape and constrain media policy. This is normally not accomplished by crude intervention, but by the selection of right-thinking personnel and by the editors’ and working

cuales los medios de comunicación pueden ser entendidos como mecanismos disciplinantes que se expresan en un contexto de gubernamentalidad como medios de coerción pero sobre todo de autocontrol. Junto con estas posiciones, que podríamos enmarcar como prescriptivas, otros autores identifican de los medios de comunicación como empresas de concienciación que no tienen como objeto una audiencia sino la creación y recreación de tipos concretos de conciencia. En este sentido, según Smythe los medios de comunicación fueron creados en el siglo XIX por las posibilidades que ofrecían para el comercio, así como para el control de la moral social⁶. Al respecto, autores como Hall, sostienen que más allá de la incidencia real de los medios de comunicación como agentes constructores del sentido del fenómeno criminal, es cierto que los medios construyen el ambiente socio-político en el que se enmarcan los imaginarios del crimen. Así, como sostiene Masterman, los medios “no solo proporcionan información acerca del mundo sino maneras de verlo y entenderlo”: empresas de generación y recreación de formas de pensar, de conciencias entre las cuales enmarcar el fenómeno del delito⁷.

Descriptivos o bien prescriptivos, el peso cognitivo que los medios de comunicación ofrecen a la realidad del mundo del crimen permite constatar que su impacto en el público es un importante campo de estudio. Esto ha sido discutido por la literatura bajo un interrogante común: constatar que los medios generan fuertes mensajes (descriptivos y prescriptivos) frente al crimen es decir poco, el quid está en poder saber ¿eso qué genera en el público? ¿Qué impacto, consecuencias y alcance tienen en concreto los medios cuando reportan sobre el fenómeno del crimen? Según los niveles de conmoción que generan estos reportes, podríamos hablar de una relación negativa o positiva frente a los grados de conmoción pública que estos provocan.

journalists' internalization of priorities and definitions of newsworthiness that conform to the institution's policy". Para una crítica de esto ver autores como CHAFFEE, S. & METZGER, M. *Op. cit.*, p. 370, según los cuales “the trend toward redistribution of power over the media from elites to users makes obsolete the idea of a small handful of willful individuals attempting to impart a dominant ideology to maintain the status quo. [...] In summary, as the mass-ness of the media declines and as new technologies continue to empower individuals, social control by elite groups in society may become more difficult”.

6 SMYTHE, D. W. *On the audience commodity and its work. Media and cultural studies: Keywords*, 1981, pp. 230-56.

7 MASTERMAN, L. “The media education revolution”, *Canadian Journal of Educational Communication*, 22.1, 1993, pp. 5-14.

Autores como Gerbner, Gross, Morgan & Signorelli han apoyado la hipótesis de que en especial la televisión tiene una especial resonancia que amplifica la percepción de desconfianza, pavor, peligro y, en últimas, exacerba la imagen de un mundo exageradamente hostil⁸. Otros estudiosos adoptan una relación neutral, basados en estudios que permiten concluir que el impacto público de los medios de comunicación en el tema del crimen depende de diferentes características particulares personales y de contexto poco generalizables⁹. Otros autores, también, han expuesto la tesis antónima a la primera según la cual cuando se informa sobre el crimen proveniente de sitios diferentes al propio, el público puede crear una sensación de mayor pertenencia, seguridad y confianza en su sociedad, debido a que la propia comunidad sería representada en contraste como segura y tranquila¹⁰.

Como se puede apreciar de las apreciaciones sobre el influjo de los medios de comunicación masiva frente al público con ocasión del delito, se puede entender que aún con diferentes matices existe un consenso sobre la capacidad de impacto público de los medios de comunicación; esto, en diferentes grados y medidas, es un dato empírico difícil de negar en el mundo actual. Por esta razón, la relación entre el periodismo y la información sobre los delitos genera diferentes formas de control y disciplina en diferentes sociedades. En este sentido, McNair expone cómo en las tradiciones anglosajonas y de democracias liberales, el conflicto y las situaciones problemáticas negativas tiene mayor connotación noticiosa que lo positivo pues sociedades que se basan en el debate, la diferencia, la oposición y la rivalidad democrática, mientras que en otras sociedades como la soviética, al menos hasta 1986, el crimen era un tópico ausente en las noticias, debido no solamente al control y silenciamiento de los medios sino también a la expresión programática de la revolución de concebir el periodismo como una forma de educación, construcción e inspiración a través de la producción de información productiva y constructiva antes que de los problemas sociales¹¹.

Sea cual sea el alcance de los medios de comunicación frente al fenómeno criminal, lo cierto es que no solo gran parte de la experiencia del crimen en la

8 GERBNER, G., GROSS, L., MORGAN, M., & SIGNORELLI, N. *The "Mainstreaming" of America: Violence Profile n.º 11*, *Journal of Communication*, 30 (3), 1980, p. 10.

9 *Cfr.* KOOMEN, VISSER, & STAPEL, 2000; ESCHHOLZ, 1997; HEATH & GILBERT, 1996; SOTIROVIC, 2003; CHIRICOS, PADGETT, & GERTZ, 2000.

10 *Cfr.* LISKA & BACCAGLINI, 1990.

11 MCNAIR, B. *News and Journalism in the UK*, Routledge, London, 2009.

sociedad contemporánea es mediatizada, sino que lo es también y fundamentalmente el conocimiento sobre el funcionamiento del sistema de justicia. Según autores como Ericson, Baranek y Chan, la mayoría de la información que la sociedad adquiere sobre el crimen y, especialmente, sobre el funcionamiento del sistema penal, está basada en la información tratada por los medios¹². De ahí que, de cabo a rabo, las creencias e imaginarios del gran público sobre el crimen estén fuertemente imbuidos en la información de los medios de comunicación. Bajo esta forma de influencia, los medios de comunicación tienen una influencia en la representación y autorrepresentación de la administración de justicia no solo desde un punto de vista procesal y administrativo (cómo funciona y debe funcionar, qué configuración tiene y debe tener...) sino también desde una perspectiva sustancial (sobre qué, para qué y por qué funciona y debe funcionar). Los medios de comunicación han ampliado su potencial de impacto, acoplamiento, escrutinio y contacto con el sistema penal desde una perspectiva discursiva pero también operacional, generando articulaciones entre los sistemas informativos y el sistema jurisdiccional frente al entendimiento del fenómeno criminal. En estos puntos de contacto y acoplamiento podemos localizar la expresión de justicia mediática.

La justicia mediática, tal como es propuesta en este texto, se centra en el entendimiento de los medios de comunicación como centros de representación del fenómeno delictivo, habilitando el estudio de cómo estos, a través de dicho ejercicio, tienen la posibilidad de movilizar diferentes ideas de justicia conforme con dicho entendimiento. Así, la justicia mediática no es entendida como un valor (los medios como justicieros), sino como una operación relacional entre los medios de comunicación y el fenómeno criminal, capaz de producir y reproducir particulares representaciones de justicia¹³. La justicia mediática en sí no es única ni uniforme, sino que es una relación que como tal puede producir resultados múltiples y heterogéneos. Como tal, para su entendimiento, elucidación y evaluación, es útil construir un modelo de análisis que permita profundizar la investigación sobre esta relación. Al respecto, buscamos aquí

12 ERICSON, R. V., BARANEK, P. M., & CHAN, J. B. *Representing order: Crime, law, and justice in the news media*, Milton Keynes: Open University Press, 1991, (pp. 3-4).

13 En un contexto de cese del conflicto armado a raíz de negociaciones, como el que vive Colombia, en el cual el componente penal tiene un peso absoluto en los diálogos exigiéndose un reencuadramiento del concepto de justicia de la mano de un proceso de fin del conflicto armado, la justicia mediática es un tema importante de reflexión.

trazar las bases de una propuesta de elementos mínimos para un modelo de observación con base en la reflexión anterior.

3. PROPUESTA DE UN MODELO DE ANÁLISIS PARA LA RELACIÓN ENTRE EL ENTENDIMIENTO DEL CRIMEN Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

Una propuesta de modelo de análisis debe partir de una descripción de su campo de estudio. Con este primer objetivo realizamos un barrido inicial aleatorio de los archivos electrónicos de los periódicos de circulación nacional *El Espectador* y *El Tiempo*, con miras a entender diferentes formas de ejercicio, presencia y actualización de la justicia mediática en la operación de los medios de comunicación. En este estudio, la primera constatación que encontramos es la omnipresencia que la temática del crimen tiene frente a los espacios informativos: solo en el archivo digital del diario *El Tiempo*, entre 1990 y 2016 se encuentran 935.856 notas referidas expresamente a la palabra delito, las cuales constituyen un promedio de 34.661 notas anuales para dicho periodo (27 años), esto es una media de 94 noticias diarias relacionadas expresamente con la palabra delito. Un verdadero bombardeo informativo sobre el fenómeno del delito, fenómeno que ocurre también en radio y televisión¹⁴.

En efecto, al hacer un barrido aleatorio en las primeras páginas del diario *El Tiempo* durante el siglo XX¹⁵, encontramos que, si bien desde comienzos del

14 En una investigación de Rey, Bonilla, Tamayo y Gómez sobre la información periodística que sobre el conflicto armado se ofrece en la televisión colombiana, revisando en las emisiones de 10 noticieros de televisión correspondientes a tres canales nacionales (RCN, Caracol y Canal Uno), tres canales regionales (Tele Antioquia, Tele Pacífico y Tele Caribe) y un canal local (Citytv), concluyeron que si bien el conflicto armado no supera el 15% del tiempo total de los noticieros y, en promedio, es una información que dura un minuto con dieciséis segundos, este es el principal asunto de la nota de inicio (29%), seguido por las informaciones que abordan el crimen-delinuencia (24%), y por las que se refieren a problemas sociales como servicios públicos, situaciones de riesgo, necesidades básicas insatisfechas, protestas sociales, entre otras. (REY, G., BONILLA, J. I., TAMAYO, C., & GÓMEZ, P. *La televisión del conflicto. Representación del conflicto armado colombiano en los noticieros de televisión*, Bogotá: Proyecto Antonio Nariño, 2005).

15 Para adelantar este barrido se utilizó la herramienta de GoogleNews que tiene archivo digital de los periódicos desde el día jueves 2 de febrero de 1911, día en el que en primera plana se tituló “Se falsifica un Decreto” contando sobre la falsificación de un decreto sobre nombramientos en la Policía en el que se cambiaron ciertos nombres por otros por parte de un funcionario del Ministro de Gobierno, hecho que “de acuerdo con nuestra legislación [...] constituye un delito de falsedad en documento públicos” por lo que se procedió a denunciar públicamente lo ocurrido

siglo XX y hasta 1919^[16] este medio privilegiaba su primera página para anuncios publicitarios¹⁷, al menos desde la edición del 1.º de agosto de 1919, ocurre un cambio¹⁸ ostensible en virtud del cual las noticias comienzan a ocupar este espacio con tal centralidad que siempre algún delito fue referido desde entonces sin desaparecer, año tras año, en la muestra aleatoria realizada¹⁹.

Quien investigue consultando el conjunto de noticias que se refieren al fenómeno del crimen encontrará un universo prácticamente inabarcable confirmando la gran presencia del fenómeno en los medios de comunicación masiva colombianos (fenómeno similar en los medios extranjeros según parecen indicar diferentes estudios²⁰). Esto es en sí un primer dato que bajo la premisa general sobre la relevancia en el mundo contemporáneo del fenómeno del crimen en los

“para que se haga mérito de las atribuciones del caso y se proceda, dentro de los justos límites, pero con toda energía, a elucidar y sancionar debidamente lo que se deja anotado”.

- 16 Este cambio ocurrió bajo la dirección de Eduardo Santos y cuando el ejemplar apenas costaba tres centavos.
- 17 Comerciales para dejar de beber, cerveza, elixires, sastrería, relojería y hasta nuevos surtidos de frutas en los almacenes locales copaban en su integridad las primeras páginas.
- 18 Un factor que puede explicar este cambio puede ser la modificación del público de los medios de comunicación, de los comerciantes y las clases altas a una clase media urbana que buscaba sobre todo ganar un posicionamiento y fidelización de sus lectores a través de la generación de más noticias. Un proceso parecido, según McNair, ocurrió a comienzos del siglo XIX en Estados Unidos. (McNAIR, B. *Op. cit.*)
- 19 Si bien pueden existir días en los que no se haya mencionado algún delito, en esta investigación no se encontró un dato tal.
- 20 “Del estudio que Rechea/Fernández/Benítez (2004: 38 y ss.) realizaron sobre las noticias que los medios de prensa (ABC, El Mundo, El País) publicaron durante el periodo 1995-2004 resultó lo siguiente: se aprecia un aumento constante de las noticias (tanto en su aspecto cuantitativo como porcentual) que incluyen los términos «delincuencia» y/o «seguridad ciudadana» y que tiene su punto álgido en el 2002 y 2003 [...]. Un trabajo de la «Secretaría de Estado de Seguridad del Ministerio del Interior» indicaba que los españoles visionaban en 1996 por semana: 887 homicidios, 155 asesinatos, 70 parricidios y 1308 violaciones⁴⁹. También se ha constatado un aumento en los informativos televisivos (en los últimos cuatro años) del número de mujeres (del 11 al 21%) y de hombres (del 4 al 12%) mencionados como «persona acusada de haber cometido algún delito». En Alemania, durante la década 1985-1995, se apreció una subida del 3,5% al 15,4% en el número de programas de televisión que contenían cuestiones relacionadas con la criminalidad, que luego fue seguida de un ligero descenso en la década 1995- 2005 (hasta 11,6 %); si bien esta subida fue menos importante en las cadenas públicas: ARD 4,7% en 1985, 11,3% en 1995, 5,8% en 2005; ZDF 8,5%, 8,5%, 7,1%⁵¹. En EE. UU. el crimen durante la década de los noventa representó entre un 20 y un 30 % de las noticias emitidas por una cadena local media, llegando en algunos casos a un 42%” (OSORIO, J. L. F. *Los medios de comunicación y el derecho penal*. Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología, (7), 2005, p. 8.).

medios, puede ser leído particularmente desde diferentes disciplinas. Desde la perspectiva de la *criminología*, como lo avizó Barak, los medios de comunicación han devenido progresivamente necesarios como fuente para entender los procesos de criminalidad y criminalización²¹; desde la perspectiva *jurídica*, pese a que la dogmática se limita a referir como fuentes de derecho a la ley, la jurisprudencia y la costumbre se debe comenzar a pensar en el alcance que tienen los medios de comunicación en la producción, vigencia e interpretación de dichas fuentes, al menos frente al fenómeno del crimen; para el *periodismo*, esto implica que sin analizar el fenómeno del crimen en relación con los medios de comunicación se perdería de vista uno de los puntos focales de atención de la disciplina durante el siglo XX.

Aunque es patente el descrito rasgo general, sin embargo, un (modelo de) análisis adecuado, sea amplio o particularmente disciplinario, debe tomar en consideración que la relación entre el delito y los medios de comunicación no es homogénea. La extensión de un fenómeno social no implica su uniformidad de contenido y significado. Referirse a los medios de comunicación masiva como un cuerpo de alcance uniforme frente al fenómeno del delito es simplista y falaz pues no todos tienen el mismo público objetivo ni el mismo objeto de difusión o especialidad informativa.

En efecto, para hacer un (modelo de) análisis adecuado, al menos desde el punto de vista sociológico, de los medios de comunicación frente al delito, se debe aclarar que no todos los medios son similares o presentan contenidos consonantes. Los medios de comunicación operan diferentes formas de diferenciación para captar sus receptores, definiendo y moldeando su contenido para seducir un público que pueda acceder a información llamativa, pertinente y completa según su radio de acción; después de todo, la comunicación no es el simple acto de emitir un mensaje sino que surge solo cuando alguien observa, escucha o lee y entiende al punto de estar en posibilidad de continuar esa comunicación²².

En cuanto al alcance de difusión es importante considerar primero la naturaleza tecnológica del medio de difusión que puede ser impreso o sonoro o audiovisual y que, como tal, tiene barreras diferenciales de transmisión según los medios socio-económicos y ambientales disponibles: mientras que en la

21 BARAK, G. "Newsmaking Criminology: Reflections on the Media, Intellectuals, and Crime", *Justice Quarterly* 5(4), 1988, pp. 566-87.

22 *Cfr.* LUHMANN, N. *Op. cit.*

Colombia selvática, el radio puede ser el principal medio de comunicación masivo, en la Colombia urbana lo es la televisión. Al respecto, resulta interesante consultar los resultados de la encuesta nacional sobre comunicación y política realizada por las Universidades de Wisconsin, Madison en conjunto con el Externado de Colombia, recogida en el año 2014, en 10 ciudades colombianas²³ (en adelante, encuesta nacional Wisconsin-Externado). Esta encuesta fue practicada a 1102 personas²⁴, de una muestra diseñada para representar a la población adulta urbana del país -76% de los 47,6 millones de habitantes de Colombia vive en zonas urbanas²⁵. Los entrevistados fueron cuestionados sobre sus percepciones sociales; entre ellas, se les preguntó sobre la asiduidad con que usan los medios de comunicación masiva, utilizando una escala de 0 a 5 donde 0 quiere decir nunca y 5 frecuentemente, los encuestados privilegian en la frecuencia de consulta a los Noticieros nacionales de Televisión, que en las frecuencias más altas no son igualados siquiera por la sumatoria de la radio, las revistas de noticias y los periódicos nacionales.

Esta notable diferencia de difusión tiene, en un segundo orden, una mirada temática. Los medios de comunicación tienen diferentes énfasis y especialidades, por lo que no se puede esperar obtener una lectura uniforme del fenómeno del crimen de medios con diferentes énfasis. La amplia diversidad de medios de comunicación existente hoy en día y las múltiples especialidades informativas palpables en sus diferentes públicos objetivo (*targets*), hace que el fenómeno del crimen no sea omnipresente sino más bien disímil aunque amplio, general e invasivo como quedó establecido antes.

23 Las ciudades son: Medellín, Baranquilla, Bogotá, Cartagena, Manizales, Villavicencio, Pasto, Cúcuta, Pereira y Cali.

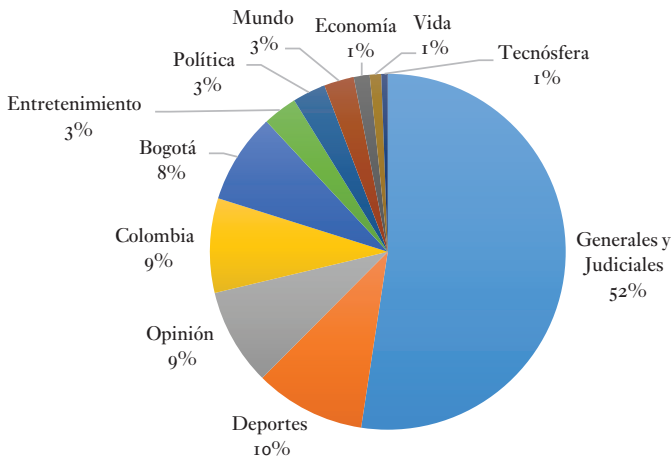
24 Los encuestados fueron seleccionados mediante un procedimiento de muestreo aleatorio estratificado de varias etapas que selecciona hogares al azar, en función del tamaño y del censo datos de la ciudad. Una vez que el número de hogares que se asignó a una ciudad determinada, se seleccionaron una serie de bloques de la ciudad de forma aleatoria de acuerdo al distrito de la vivienda y estratos. Entonces, los hogares individuales fueron seleccionados al azar dentro de cada bloque. Por último, el estudio utilizó el “adulto en el hogar quien recientemente celebró su cumpleaños”, técnica para identificar a un individuo encuestado al azar. Se hicieron hasta tres visitas a cada hogar (si es necesario) para aumentar la participación en la encuesta. Una empresa encuestadora profesional local, Deproyectos Limitada, los datos recogidos y 1102-presenciales respuestas completas se obtuvieron para una tasa de respuesta del 55,5%. Para la segunda ola de los datos, la firma encuestadora fue capaz de volver a entablar 1042 de los encuestados originales, para una tasa de desgaste del panel de 5,4%.

25 DANE, 2014.

TABLA 1. FRECUENCIA DE USO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS

Nunca es o 5 es frecuentemente	% Noticieros nacionales de televisión	% Revistas nacionales de noticias (como <i>Semana</i>)	% Radio	% Periódicos nacionales de circulación diaria
0	3,0	61,2	32,6	36,8
1	2,1	12,2	9,7	12,3
2	5,3	9,4	15,1	17,6
3	10,2	7,5	13,9	15,7
4	19,8	5,0	10,0	7,5
5	59,7	4,7	18,8	10,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Esto parece comprobarlo nuestro barrido aleatorio al interior de las secciones de los periódicos: de las 935.856 notas referidas provenientes del archivo digital del diario El Tiempo en las que expresamente se hacía mención de la palabra delito, 455.895 se concentran en las secciones ‘Generales’ y ‘Judiciales’, mientras que el resto se reparten en Deportes (87.553), Opinión (76.710), Colombia (74.702), Bogotá (71.397), Entretenimiento (27.166), Política (26.215), Mundo (23.750), Economía (12.546), Vida (9.069), y Tecnósfera (5.089).



GRÁFICA 1. REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LA SECCIÓN DE LAS NOTAS REFERIDAS A LA PALABRA “DELITO” EN EL TIEMPO, 1990-2016

En este sentido, si bien hay prevalencias según la especialidad de las secciones, existe una invasividad del fenómeno del delito que le permite convivir temáticamente con la diversidad sin afectar su pertinencia aunque sacrificando su frecuencia. Bajo esta idea, por ejemplo, una revista del corazón tendrá un menor énfasis en el fenómeno delictivo que un periódico informativo, aunque lo amplio, general e invasivo del fenómeno delictivo permita que un delito relacionado con el *target* del medio no noticioso encuentre de inmediato espacio privilegiado e interés particular informativo.

Más allá de la conclusión de que, al menos en el caso colombiano, el fenómeno del crimen no es omnipresente sino más bien amplio, general e invasivo, debemos entender que los medios de comunicación no son una masa homogénea y que, por más que presenten fuertes imbricaciones y alianzas frente a los diferentes poderes sociales, conservan diferencias de alcance y abordaje al menos frente al fenómeno del crimen: no es posible entender a los medios de comunicación como monolíticos frente al crimen.

Existe evidencia de que los estudios tienden a homogenizar los medios de comunicación²⁶. No obstante, un modelo analítico de los medios de comunicación frente a los crímenes debe poder dar cuenta de la mencionada diversidad de alcance y contenido. Un modelo que se pronuncie con pretensión de totalidad sobre los medios de comunicación como una masa uniforme, fallará en dar cuenta de las diferentes especialidades, espectro de difusión y los diferentes públicos de los medios. Por ende, aquí se presenta un marco de estudio que permita realizar distinciones y diferencias según los tipos de abordaje de los medios frente al fenómeno del crimen. Aun cuando existe una expectativa de reproche frente al fenómeno delictivo (el crimen no es construido como algo positivo y deseable por los medios, salvo que se trate de lógicas de justificación, inmunización o negación de particulares situaciones problema de orden criminal), en los datos explorados encontramos una diversidad de formas de abordar el fenómeno que dan cuenta de distintas formas y papeles de los centros informativos que refieren a la expresión de justicia mediática. Estas formas las podemos distinguir según el papel de la información de los medios de comunicación en un cierto contexto en tres principales: los medios como relatores, los medios activistas aliados, y los medios juzgadores y reformadores.

26 REY, G., BONILLA, J. I., TAMAYO, C. & GÓMEZ, P. *Op. cit.*, p. 61.

3.1. LOS MEDIOS RELADORES Y LA JUSTICIA MEDIÁTICA

Sobre los medios como *relatores*, existe un cuerpo de notas que permite construir una visión de los medios como simples recaudos de una realidad criminal. Aquí se encuentra un grupo de notas en las que se privilegia el detalle fáctico, la ‘imparcialidad’, la pluralidad y exactitud de las fuentes. Estas notas suelen basarse en su equilibrio informativo, en mostrar varias caras de los delitos y en abstenerse de juicios de valor, especialmente jurídicos. Esta representación de neutralidad ha abierto las puertas a la maximización del cubrimiento del delito: entre más detalles se muestren, menos espacio a la parcialidad se abre. Esto se ha enfatizado en general en diferentes medios de comunicación pero es abiertamente explícito en la televisión que utiliza la imagen para ofrecer las escenas del crimen desde su ejecución hasta su debate jurídico en los tribunales y que pretende mostrar ‘lo que ocurre’ en secuencias audiovisuales para que el espectador forme su ‘propia’ visión. En este contexto, como lo anota Luhmann, los eventos transmitidos deben ser dramatizados como eventos, con un grado de inmediatez que permita caracterizarlos como reportajes *en vivo* o de gran actualidad a partir de los cuales las noticias son asumidas por el público como relevantes, presentes y verídicas al mismo tiempo²⁷.

Esta forma de presentación de la información a su vez impone una multiplicación de los contenidos para poder ofrecer ‘todo lo que pasa’, de modo que las personas privilegien la transmisión incluso por encima de la realidad. Una forma de existir que Sartori llamó *Homo Videns*²⁸, el ser que ve y que confiere primacía a la imagen y que constituye una sociedad teledirigida²⁹. El *Videns*

27 LUHMANN, N. *Op. cit.*, p. 26.

28 SARTORI, G. *Homo videns: la sociedad teledirigida*, Taurus, 2012.

29 “Hasta la llegada de la televisión a mediados de nuestro siglo, la acción de «ver» del hombre se había desarrollado en dos direcciones: sabíamos engrandecer lo más pequeño (con el microscopio), y sabíamos ver a lo lejos (con el binóculo y aún más con el telescopio). Pero la televisión nos permite verlo todo sin tener que movernos: lo visible nos llega a casa, prácticamente gratis, desde cualquier lugar. Sin embargo no era suficiente. En pocas décadas el progreso tecnológico nos ha sumergido en la edad cibernética, desbancando –según dicen– a la televisión. En efecto hemos pasado, o estamos pasando, a una edad «multimedia» en la cual, como su nombre indica, los medios de comunicación son numerosos y la televisión ha dejado de ser la reina de esta multimedialidad. El nuevo soberano es ahora el ordenador. Porque el ordenador (y con él la digitalización de todos los medios) no solo unifica la palabra, el sonido y las imágenes, sino que además introduce en los «visibles» realidades simuladas, realidades virtuales” (SARTORI, G. *Op. cit.*, pp. 32-33).

como la forma identitaria contemporánea se vive hoy en día no solo frente al delito sino en lo relativo a diferentes frentes informativos como por ejemplo los deportes o las justas electorales. Es notable cómo la transmisión de estos eventos se ha recubierto de tal diversidad de ángulos informativos (y de cámaras) que quien esté presenciando directamente un evento (como un partido de fútbol o una votación), de alguna forma, está perdiéndose del evento. En estos contextos, la transmisión supera en cantidad y calidad informativa a la misma realidad. La realidad (del fenómeno delictivo) así pasa a un segundo orden e incluso puede subordinarse a otras formas de realidad como la cibernética, que tiene la capacidad de recrear una realidad independiente, autónoma y de gran complejidad. En últimas, estas formas de presentar las noticias delictivas tienen una primacía sensorial y emotiva que, en cierta medida ralentizan los procesos intelectuales pues la información viene presentada de una forma tan explícita que no se hace necesario un gran esfuerzo intelectual para captar, al menos primariamente, los contenidos que se ofrecen al espectador³⁰.

Esta representación de los medios de comunicación lleva aparejada una idea de la justicia como un aspecto incidental, una labor externa al oficio del periodismo, el cual se limita a informar. La información presentada como neutral y completa tiene el potencial de generar insumos para reflexiones de justicia de otros sistemas sociales, especialmente del jurídico y el político. Quienes informan desde esta perspectiva plantean su labor desde la imparcialidad y pueden incluso elaborar fuertes reproches éticos sobre las relaciones entre la justicia y los medios de comunicación (justicia mediática). En este sentido, reflexiones de justicia son representadas como parte de un factor de convivencia con el acto de informar sobre un delito pero no como una fase interna de la labor de comunicar; después de todo, para esta visión, el periodismo no litiga ni juzga, sino que (sencillamente) informa ‘lo que pasa’.

La transmisión de ‘lo que pasa’ conlleva en sí una representación de objetividad que se plantea, primero, como completa. En este sentido, la imagen de los medios como relatores busca posicionarlos como capaces de comprender *todo* el fenómeno criminal por igual, sin distinciones, ni criterios de selección. Esta imagen identitaria, sin embargo, desconoce que más allá de criterios tendenciosos, los sistemas informativos solo pueden funcionar si seleccionan. Hoy en

30 FERRÉS, J. *Educar en una cultura del espectáculo*, Barcelona: Paidós, 2000, p. 33; FERNÁNDEZ, J. *Los informativos en televisión: ¿debilidades o manipulación?*, 2005, [Fecha de consulta: 12 de julio de 2016], en [<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825139>].

día la sociología entiende que los sistemas sociales organizados operan a través de la selección: cada evento que está disponible para la internalización de un determinado sistema social debe ser sometido a un proceso de selección. Por ejemplo, con el fin de poder operar, el sistema de salud selecciona lo que va a ser tratado como un problema de salud. No todas las personas o condiciones son tratadas por el sistema de salud o “examinados exhaustivamente” en cada oportunidad porque, simplemente, colapsaría. Otro ejemplo pueden ser los medios de comunicación. El sistema de los medios de comunicación masiva selecciona de toda la información disponible aspectos que finalmente se tendrán en cuenta para la difusión, teniendo en cuenta diferentes aspectos como su capacidad tecnológica, espacio, su propio posicionamiento y limitaciones (normalmente, estos factores son operados para mantener una tensión emocional y una síntesis informativa para mantener una audiencia sobre la información más que para mantener a la audiencia informada). Nadie puede considerar seriamente la posibilidad de que sería posible “informar” sobre todo lo que se conoce sin dejar de lado grandes cantidades de información. Estas observaciones son válidas también para el sistema de derecho penal, cuyo funcionamiento está supeditado a un gran número de condiciones y circunstancias que no son *per se* formas de exclusión discriminatoria (denuncia, recogida de pruebas, tiempo, la debida diligencia en el procesamiento, capacidad de defensa, etc.).

En este contexto, al menos frente al fenómeno delictivo, debido a que informar sobre todo lo que ocurre es imposible, existe una selección que se opera con diversos criterios que dan cuenta de, al menos, las limitaciones de la labor informativa como meramente relatora. En el caso del discurso informativo existen unos efectos selectivos no-partidarios, es decir, que se deben exclusivamente a limitaciones intrínsecas del periodismo y no a criterios políticos, morales, religiosos o de otro tipo. No obstante, muchas veces las limitaciones de la labor informativa provienen de las inclinaciones ideológicas, políticas, económicas, religiosas, sociales, de los medios de comunicación, sus funcionarios, dueños o patrocinadores³¹.

31 “Si queremos tener un control cuasi-absoluto sobre la realidad que se genera desde nuestro marco, no podemos permitir que penetren con fuerza informaciones y opiniones que pongan en entredicho nuestra construcción y la hagan resquebrajarse. Es el principio del pensamiento único: fuera de él nada es posible, no existe. Es la gestión de la visibilidad que operan los medios. Luz para todo aquello que esté dentro del marco y oscuridad y tinieblas para lo que queda fuera. Es lo que Chomsky llama la ‘percepción selectiva’. Y si por mantener una apariencia de pluralidad debemos dejar que penetre cierta información discordante, tendrá la luz justa” (TUCHO, F. (n. d.). *La manipulación de la información en los conflictos armados: tácticas y estrategias*, p. 11).

La imagen de informador imparcial es destruida por las percepciones del público que al menos en Colombia dan cuenta el entendimiento de la gente de ser informados a partir de intereses y posiciones ideológicas particularmente parcializadas.

TABLA 2. POSICIÓN IDEOLÓGICA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulativo
0	8	,9	,9
1	8	,9	1,9
2	26	3,1	5,0
3	47	5,5	10,5
4	38	4,5	15,0
5	276	32,6	47,6
6	77	9,1	56,7
7	127	15,0	71,7
8	94	11,1	82,8
9	38	4,5	87,2
10	108	12,8	100,0
Total	847	100,0	
N/A	255		
Total	1102		

Esto nos lleva a pensar que la gente no acude a los medios de comunicación masiva en búsqueda de imparcialidad informativa sino para conocer *información auto-reforzada*. Al respecto, la encuesta nacional Wisconsin-Externado contiene una pregunta sobre la percepción de la población acerca de la posición ideológica de los medios de comunicación. En esto, según una escala de 0 a 5 (donde 0 significa izquierda, 5 centro y 10 derecha), un 0,9% de los encuestados contestaron que los medios de comunicación colombianos eran de extrema izquierda, mientras que un 32,6% dijeron que son de centro y 12,8% que eran de extrema derecha. Aun cuando tomando cada categoría individualmente, el más grande porcentaje se concentra en identificar a los medios como de centro, la mayoría de los encuestados (52,4%) los identifica como de derecha y lo que es más, el 67,4% del público los identifica con posiciones que no son estrictamente de centro.

3.2. LOS MEDIOS ACTIVISTAS Y LA JUSTICIA MEDIÁTICA

Los medios también pueden tener una imagen identitaria de *activistas, aliados o promotores* de un cierto sentido o lectura de un fenómeno criminal. Bien sea como parte de una estrategia de terceros o como una forma de iniciativa propia, los medios muchas veces se comprometen activamente en una causa. Un cuerpo de las noticias muestra a los medios como *abogados de causa* que protegen o al menos dan una especial visibilidad a ciertos intereses, a través de diferentes estrategias informativas. Esto ocurre expresamente cuando los medios *se la juegan* en casos delictivos a favor de ciertas víctimas, por ejemplo para preservar su estatus social, a favor de ciertos victimarios, por ejemplo para proteger sus intereses, o con un criterio en principio altruista a favor de uno u otro bando de la historia. Al respecto, hemos vivido en Colombia buenos ejemplos de grandes campañas movilizadas desde los medios en contra de la violencia contra la mujer, los derechos de los animales, el bienestar de los niños y niñas, y más concretamente en contra de sus agresores. En este marco de acción, existe una práctica de litigio estratégico a través de los medios de comunicación, en los que los mismos son un mecanismo de presión, concientización, verificación y veeduría de los procesos judiciales que tratan ciertos delitos.

En conversaciones con algunos periodistas para esta investigación encontramos que existe una percepción sobre una forma de litigio a través de los medios de comunicación, en la cual abogados y periodistas conviven, coadyuvan e intercambian en medio de estrategias jurídicas. Existen abogados especialistas en relaciones públicas y publicidad de sus procesos más que en las formas y sustancias jurídicas de su labor, así como existen diversas campañas de concientización de problemas sociales que encuentran en la comunicación formas de movilización de las causas. Frente a esto, existe una gama de posiciones éticas dentro del periodismo, desde aquellas que reprochan esta conjunción como una forma de falta de independencia y como una forma de comprometer su imparcialidad; hasta otras que justifican esa visión como una forma de apoyar causas justas y como una forma de enriquecer el debate democrático en una sociedad.

Esta representación de los medios de comunicación genera a su vez una representación de justicia mediática que ve en el activismo y el apoyo a ciertas causas una agenda válida para el periodismo y que, a través del fenómeno del delito, permite crear fuertes campos de presión frente al sistema político y jurídico. Esto tiene la posibilidad de movilizar a las sociedades para la concientización y visibilización de una cierta situación-problema criminal, pero también puede crear blindajes, protecciones, justificaciones y patrocinios de

diferentes delitos. Los medios de comunicación como activistas, aliados o promotores desunen la visión de justicia de la visión de neutralidad y entienden que su labor es más allá que meramente descriptiva de la realidad o que, en todo caso, al poner énfasis en ciertas descripciones esto puede hacer parte de una agenda activista, que predica y refuerza una cierta posición en la sociedad.

Lo cierto es que los medios *activistas* no siempre han servido a la apertura democrática y a un ambiente de convivencia y armonía social, sino que han sido puestos al servicio de grandes tragedias como genocidios, masacres y campañas sangrientas de represión. Hoy en día se reconoce la apología al genocidio como un ejemplo de la masificación de la información para generar campañas de propaganda apoyo, motivación y tolerancia frente a grandes atrocidades³². En Colombia, un fuerte debate ético lo presenta la utilización de los medios de comunicación para la estigmatización de ciertos grupos sociales. Al respecto, una investigación³³ sobre los medios de comunicación frente a la acción militar de retoma de la Comuna 13 de la ciudad de Medellín en octubre de 2002 (operación Orión), ordenada por el recién posesionado Presidente Álvaro Uribe Vélez, relata y cuestiona los procesos de estigmatización evidenciando que estos no solo crean justificaciones para la represión, sino que impiden el futuro, creando dificultades para acceder a oportunidades de empleo y generando dinámicas de discriminación y exclusión social. “Cuando una persona, una organización, una población cualquiera, son víctimas del estigma, en este caso por un manejo informativo, sobrevienen consecuencias que, por ejemplo, se reflejan en “imágenes fijas” que tienden a limitar la credibilidad en las posibilidades de superar una situación problemática, mientras que por otro lado se producen decisiones externas que afectan a ese sector social y que le impiden reencontrarse con su presente y avanzar hacia su futuro”³⁴.

En reiteradas ocasiones, la estigmatización a través de los medios de comunicación coincide con casos de amenazas y homicidios, convirtiéndose voluntaria o involuntariamente en aliados de estrategias de represión³⁵. Un caso que

32 THOMPSON, A. *The media and the Rwanda genocide*, IDRC, 2007.

33 MEDINA, G. “Comunicación, medios y conflicto armado”, *Folios*, revista de la Facultad de Comunicaciones, 14, 2008.

34 *Ibidem*, p. 77.

35 “La aparición de los medios de comunicación y especialmente de los medios masivos, marcó un punto importante en la comunicación de guerra que se pone de manifiesto en la profesionalización de las prácticas de comunicación de los ejércitos” (BARRETO, I., BORJA, H., SERRANO, Y., & LÓPEZ-LÓPEZ, W. “La legitimación como proceso en la violencia política, medios de comu-

representé como abogado fue el del asesinato del profesor Luis Felipe Vélez, presidente del sindicato Asociación de Institutores de Antioquia (ADIDA), ejecutado extrajudicialmente el 25 de agosto de 1987 en la ciudad de Medellín. Las amenazas contra el profesor Vélez comenzaron tras un cese de actividades por el no pago de salarios a los profesores que ejercieran su derecho a la huelga en 1986^[36]. Antes de haberse resuelto el conflicto laboral, el 6 de mayo de 1986, el brigadier general Rafael Padilla Vergara, comandante de la IV Brigada del Ejército³⁷, declaró ante los medios de comunicación que Luis Felipe Vélez era miembro del EPL, con lo que el diario *El Mundo* tituló: “El presidente de ADIDA es guerrillero del EPL”³⁸. Luis Felipe Vélez sufrió a lo largo de su actividad sindical múltiples amenazas e intimidaciones. Dichos hostigamientos se incrementaron a partir de dicho pronunciamiento del comandante de la IV Brigada. Más tarde, Luis Felipe Vélez en una carta al Procurador General de la Nación, dijo: “considero que estas acusaciones proferidas por un oficial de tan alto rango obedecen más bien a un claro propósito de justificar ante la opinión nacional posibles atentados contra mi integridad física por mi actuación como dirigente sindical”³⁹.

Este no es un caso aislado, sino un ejemplo. Al revisar el universo de asesinatos contra líderes sociales es patente la utilización de la estigmatización a través de los medios de comunicación masiva como una forma de justificación de diferentes prácticas legales e ilegales de represión: muchos casos de asesinatos y amenazas en Colombia se han presentado coetáneamente con la divulgación de una noticia implicando a alguien en un delito. Muchas veces esta forma de

nicación y construcción de culturas de paz”, *Universitas Psychologica*, 8(3), 2009, p 743). Esto tiene el propósito de ganar visibilidad mediática en pos de difundir discursos legitimadores de las acciones del endogrupo y deslegitimadoras del exogrupo.

36 “Levantado el paro de maestros”, *El Mundo*, n.º 2559. Medellín, sábado 24 de mayo de 1986, p. 10.

37 Brigada de las Fuerzas Armadas con jurisdicción en los departamentos de Antioquia, Caldas y Chocó. La sede del Comando es Medellín. En [<http://www.ejercito.mil.co/?idcategoria=90753>]

38 En los siguientes términos “[...Luis Felipe Vélez] ha estado en campamentos visitando al EPL. Sin embargo, se puso en libertad porque no se le pudo probar. Pero de todas maneras nosotros sabemos que él tiene vínculos con el EPL. De modo que esa es la situación con este caballero Presidente de Adida, un muchacho que se llama Luis Felipe Vélez Herrera”. En “El presidente de Adida es guerrillero del EPL”, *El Mundo*, n.º 2542. Medellín, miércoles 7 de mayo de 1986, p. 11.

39 “Acusación del general es irresponsable y calumniosa”, *El Mundo*, n.º 2543. Medellín, jueves 8 de mayo de 1986, p. 11.

estigmatización no solo genera víctimas sino también victimarios. Al respecto, Hall explora la incidencia del etiquetamiento de ciertas poblaciones como desviantes y su incidencia en la realización de profecías auto realizadas por medio de las cuales la estigmatización junto con la presión social son factores determinantes que conducen a los individuos a la criminalidad. Más allá de que estas poblaciones efectivamente cometan un delito, mediante la expresión de ‘criminología mediática’, Zaffaroni⁴⁰ llama la atención sobre la creación de una realidad de personas decentes que se deben enfrentar a una masa de criminales que son identificados con estereotipos como los otros, los peligrosos, los prescindibles. Esto a su vez tiene un efecto reproductor de la criminalidad que se funda en la incitación pública creada por la abundancia de información sobre el fenómeno delictivo y que genera la percepción de que una cierta actividad ilegal es común e inmune. “También la publicidad de los delitos difunde métodos criminales e instiga a una criminalidad amateur muy peligrosa. Un buen ejemplo de reproducción criminal fue la enorme publicidad que se hizo sobre los secuestros extorsivos hace pocos años en la Argentina [...]. La insistencia mediática hizo cundir la falsa creencia de que se trata de un delito rentable y de fácil comisión, lo que provocaba miedo en la población, cuando en realidad es uno de los delitos más difíciles, salvo que cuente con cobertura oficial”⁴¹.

3.3. LOS MEDIOS JUECES Y LA JUSTICIA MEDIÁTICA

Los medios pueden ser percibidos como un *juez* que pondera y determina la realidad de lo que ocurrió. Estas prácticas son paradigmáticamente resumidas en los programas de debate radiales o televisivos que culminan con una especie de conclusión que se dicta en forma de veredicto muchas veces. Se pretende así pronunciar la verdad. La veredicción⁴² que se acerca a las formas del mundo jurídico pretende asumirse como una forma de determinar, de juzgar y sentenciar una situación particular mostrándose *objetivo* o sin revelar su matiz subjetivo. Esto suele presentarse bajo la forma editorial o de periodismo de

40 ZAFFARONI, E. *La cuestión criminal*, ilustrado por Miguel Rep. Buenos Aires: Planeta, 3.^a ed., 2012.

41 ZAFFARONI, E. *Op. cit.*, pp. 234-243.

42 “Veredicción (veridictions plural). Declaración de que es cierto de acuerdo con la visión del mundo de un tema en particular, y no objetivamente cierto” (Diccionariointernacional.com, n. d.).

opinión, que muchas veces no es completamente clara para el receptor y que genera una cierta imagen de veracidad.

Este ejercicio de la justicia no es necesariamente jurídico, en tanto apto para determinar legalmente si se está en presencia de un delincuente o si una acción es estrictamente criminal, por ejemplo; sino que tiene fuertes componentes emocionales, morales y psicológicos, en tanto moviliza un entendimiento del fenómeno criminal de una forma informativa, teniendo en consideración categorías jurídicas.

Más allá de lo deseable o preferible de que el periodismo reporte la criminalidad y sus consecuencias reales en la percepción pública, cuando los medios de comunicación masiva absorben el papel de juzgadores, en el barrido aleatorio realizado se encontró una tendencia mayor en los medios al ‘cubrimiento’ de acusaciones que al cubrimiento de inocencias. Frente a este fenómeno aparece una asimetría informativa. La agenda de culpabilización y responsabilización a través de los medios de comunicación masiva es notablemente más empleada que una agenda de absolución e inocencia. Al respecto, una periodista consultada en la presente investigación dijo en tono crítico: “una acusación es una portada, una absolución es una breve”. Para ciertos periodistas esto es un problema de la profesión que pierde ponderación y neutralidad y que, exacerbado, produce formas de linchamiento público, mediante las cuales una persona es culpabilizada a fondo por un cierto problema social y, como tal, es reclamado por los medios como centro de imputación del mismo⁴³. De otra parte, para ciertos periodistas, esto hace parte de una función vital de visibilizar y concientizar sobre los males sociales, sus consecuencias y responsables que muchas veces ostentan un poder enorme y que, sin la participación y escrutinio de los medios evadirían fácilmente la acción del aparato judicial.

43 Al respecto, Ferrajoli sostiene que “[...] la sanción más temible en la mayor parte de los procesos no es la pena –casi siempre leve o inaplicada–, sino la difamación pública del imputado, que ofende irreparablemente su honorabilidad y sus condiciones y perspectivas de vida y trabajo; y si hoy puede hablarse todavía del valor simbólico y ejemplar del derecho penal, se atribuye no tanto a la pena como al proceso y más exactamente a la acusación y a la amplificación que realizan, sin posibilidad de defensa, la prensa y la televisión. Ha reaparecido, pues, en nuestros días la antigua función infamante característica del derecho penal premoderno, cuando la pena era pública y el proceso secreto. Sólo que el rollo y la picota han sido hoy sustituidos por la exhibición pública del acusado en las primeras páginas de los periódicos o en el televisor; y no como consecuencia de la condena, sino de la acusación, cuando todavía es un presunto inocente”. (FERRAJOLI, L. *Derecho y Razón. Teoría del garantismo penal*, Madrid: Trotta, 1995, pp. 731-732).

En esto, la pena entra como un tema de especial relevancia que se alimenta también de una imagen de reforma y regulación. Los medios pueden ser percibidos como *reformadores y reguladores*. En muchos *mass media* se asume el papel de determinar la criminalidad y lo que es más, las consecuencias de la misma. Así, emerge el papel de los medios de comunicación masiva como reformadores que dictan orientaciones sobre los efectos sociales del crimen. Al respecto, se encuentra un cuerpo de noticias que se refiere a cómo se deben tratar los delitos, al menos desde el punto de vista social. Expresiones como “esto merece todo nuestro reproche”, o “esto es un lastre ante el cual la sociedad debe reaccionar”, o “los colombianos en su conjunto rechazarán estas prácticas”, tienen un tono de reproche social y a la vez trazan un camino de acción. Los medios de comunicación son canales privilegiados de movilización del sentido de reproche social e indignación. En muchas ocasiones estas formas de reproche están dirigidas a intervenir frente a las consecuencias jurídicas de las mismas. Es frecuente la presencia de los medios de comunicación masiva a través de notas que juzgan sobre si debe haber cárcel en un caso determinado, o sobre si las penas se deben aumentar o cambiar para un cierto tipo de violaciones, por ejemplo. En este sentido, se revelan puntos de contacto no solo con el sistema judicial que gradúa las consecuencias jurídicas, sino con el sistema político que propone e implanta dichas consecuencias en un lenguaje jurídico y político⁴⁴. Esto está relacionado con el populismo penal.

Como lo afirman Roberts, Stalans, Indermaur y Hough, las estrategias populistas que influyen cambios represivos en la legislación penal muchas veces utilizan el concepto de opinión pública como un todo homogéneo que se articula con las emociones de indignación y que permite habilitar un campo de acción fructífero para los discursos, prácticas e ideas represivas⁴⁵. En efecto,

44 Sobre las relaciones entre el sistema político y los medios de comunicación ver Castells, según el cual: “Politics is based on socialized communication, on the capacity to influence people’s minds. The main channel of communication between the political system and citizens is the mass media system, first of all television. Until recently, and even nowadays to a large extent, the media constitute an articulated system, in which, usually, the print press produces original information, TV diffuses to a mass audience, and radio customizes the interaction. In our society, politics is primarily media politics. The workings of the political system are staged for the media so as to obtain the support, or at least the lesser hostility, of citizens who become the consumers in the political market”. (CASTELLS, M. *Communication, power and counter-power in the network society*, International Journal of Communication 1, 2007, p 240).

45 ROBERTS, J.V., STALANS, L. J., INDERMAUR, D., & HOUGH, M. *Penal populism and public opinion: Lessons from five countries*, Oxford University Press, 2002.

estas ideas represivas crean espacios de manipulación política de las formas de control del fenómeno criminal que, según la popularidad de ciertos eventos, manipulan el sistema jurídico para mostrar un rostro de atención y consideración del problema formulando ‘soluciones’ fraudulentas que se desentienden del problema y se concentran en la percepción del público. Dam Kaminski⁴⁶ enseña que en la sociedad contemporánea uno de los movimientos que suprimen la reflexividad de la justicia penal es la lógica que podríamos llamar como la *navaja suiza*, por medio de la cual pensamos que la justicia penal sirve para todo y que todos los problemas sociales deben ser tratados por medio de su operación. Esto, al final, genera una expectativa que es con frecuencia defraudada de forma que la justicia penal termina siendo representada como inútil, incapaz de responder adecuadamente al universo de situaciones problemáticas que es supuestamente candidata de atender.

Estas estrategias se suelen alimentar del miedo al crimen que tiene como premisa básica que aun cuando no todo el mundo es víctima, todo el mundo es potencialmente una víctima. La propuesta general del paradigma del miedo al delito se refiere al crimen como un factor de riesgo de victimización (el delito como una amenaza), frente al cual hay una probabilidad manipulada sobre su concreción (sentido de vulnerabilidad) que se encuadra en un marco tal que no es posible para el observador de evitar o disminuir⁴⁷. En la medida en que los riesgos no son certidumbres sino ideas a ser construidas, probabilidades, potencialidades⁴⁸, la constitución del delito como un riesgo implica que el observador no contempla lo que pasa sino lo que podría pasar⁴⁹: no se trata de

46 KAMINSKI, D. *Pénalité, management, innovation* (No. 29), Presses universitaires de Namur, 2009.

47 KILLIAS, M. *Vulnerability: Towards a better understanding of a key variable in the genesis of fear of crime*, *Violence and victims*, 5(2), 1990, pp. 97-108; KILLIAS, M., & CLERICI, C. *Different measures of vulnerability in their relation to different dimensions of fear of crime*, *British Journal of Criminology*, 40(3), 2000, pp. 437-450; ELCHARDUS, M., DE GROOF, S., & SMITS, W. *Rational fear or represented malaise: a crucial test of two paradigms explaining fear of crime*, *Sociological Perspectives*, 51(3), 2008, pp. 453-471.

48 BECK, U. *Ulrich Beck: Pioneer in cosmopolitan sociology and risk society*, (SpringerBriefs on Pioneers in Science and Practice; 18), 2014.

49 “Los riesgos no aluden a daños acontecidos. No equivalen a destrucción. Si fueran lo mismo, todas las compañías aseguradoras habrían ido a la quiebra. No obstante, los riesgos amenazan con la destrucción. El discurso del riesgo empieza donde la confianza en nuestra seguridad termina, y deja de ser relevante cuando ocurre la potencial catástrofe. El concepto de riesgo delimita, por tanto, un peculiar estado intermedio entre seguridad y destrucción, donde la percepción de riesgos amenazantes determina pensamiento y acción”. (BECK, U. *Retorno a la teoría de la «sociedad del riesgo*, *Boletín de la AGE*, 30, 2000, p. 10).

algo real sino de algo posiblemente real⁵⁰. Esta construcción se moviliza en la sociedad principalmente a través de experiencias derivadas en las que, como se dijo antes, los medios de comunicación masiva tienen especial gravitación.

Los medios como *reformadores* habilitan la generación y comunicación de una representación de justicia frente a los hechos delictivos bajo un mismo programa de acción enfocado en la pena y la represión. En el derecho penal moderno, esta racionalidad está sumergida en la idea de la pena como fin último del sistema criminal (el indulto y la amnistía son desvalorizados cuando no prohibidos como un resultado del proceso penal); en que la pena corresponde a una medida de la aflicción generada por la infracción; en que el fundamento y objeto de la pena es el de infligir sufrimiento (las condiciones punitivas deben expresar el reproche social); y en que la exclusión es el *modus operandi* de expresar responsabilización por parte del sistema (la pena no puede llevar al sujeto pleno a estar más incluido a la sociedad, por lo menos inmediatamente)⁵¹.

Esta forma de operar las ideas genera que por muy diferentes que aparezcan los objetivos de las teorías de la pena, estas convergen en la valorización de las penas afflictivas (en especial la prisión), la penalización centrada en la temporización de la privación de libertad (el tiempo es la medida del reproche, conforme con el principio de proporcionalidad entre acto y tiempo en prisión), y en la invisibilización de la importancia de la restauración del daño causado. Estas teorías, por demás, privilegian la exclusión antes que la inclusión en diferentes grados y medidas, y buscan también en diferentes grados y medidas, la atención de la criminalidad a través de la institución carcelaria⁵². Esta identidad

50 UMAÑA, C. "Prevenções sobre la prevención: algunas consideraciones desde la criminología", en Centro de Investigación en Política Criminal, Política criminal y "prevención". Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2015, pp. 45-89.

51 PIRES, A. P., CELLARD, A. et PELLETIER, G. "*L'énigme des demandes de modifications législatives au Code criminel canadien*", dans FRAILE, P. (dir.), *Régulation et gouvernance. Le contrôle des populations et du territoire en Europe et au Canada. Une perspective historique*, Barcelone: Publicacions Universitat de Barcelona, 2001, pp. 195-217.

52 Para más ideas sobre esto ver: PIRES, A. P., CELLARD, A. et PELLETIER, G. "L'énigme des demandes de modifications législatives au Code criminel canadien", dans FRAILE, P. (dir.), *Régulation et gouvernance. Le contrôle des populations et du territoire en Europe et au Canada. Une perspective historique*, Barcelone, Publicacions Universitat de Barcelona, 2001, p. 195-217; PIRES, A. "L'adoption intersystémique des énoncés de sens: le concept de punition en matière criminelle", *Le droit - un système social/Law as a social system. Un commentaire coopératif de Niklas Luhmann*, sous la direction de Lukas K. Sosoe, Hildesheim, Zürich, New York, Georg Olms Verlag, 2015, *Europaeva Memoria. Studien und Texte zur Geschichte*; PIRES, A. "*La ligne Maginot en droit pénal: la protection contre le crime versus la protection contre le Prince*", *Revue de droit pénal*

permite que las penas de prisión de larga duración resulten observadas como racionales y valorizables –incluso cuando sean biológicamente irrealizables; lo que ha forjado y estabilizado también un obstáculo epistemológico para la innovación del sistema, desvalorizando toda alternativa a la pena (aflictiva).

4. REFLEXIÓN FINAL

La estabilidad de los fenómenos criminales como hechos noticiosos encontrada en nuestro estudio da cuenta de un punto del acoplamiento entre conceptos jurídicos del delito y conceptos mediáticos del delito y, como tal, de sus formas de reacción frente al fenómeno: las formas de tratamiento, gestión e interpretación del fenómeno criminal (justicia mediática) constituyen un punto de contacto visible entre el sistema jurídico y el sistema social de la comunicación.

Sin embargo, estos dos sistemas permanecen diferenciados: por más que se quiera, los medios de comunicación no podrían juzgar en derecho ni los sistemas jurídicos podrían informar con el espectro que lo hacen los *mass media*. Esto justifica que en ese punto de acoplamiento entre los dos sistemas existan y se actualicen diferentes formas de relación. Para dilucidar y elucidar estas formas de relación, propusimos diferentes papeles que juegan los medios de comunicación frente al fenómeno criminal y formas de entender la justicia derivados de ellas. Los medios *relatores* que simplemente informan y describen, los medios *activistas* que se comprometen en causas e impulsan diferentes actitudes frente a particulares actuaciones delictivas, y los medios *jueces* que pretenden establecer formas de determinación de una verdad social que puede ser llamada de mejor forma como veredicción, son la propuesta de marco analítico para entender dichas relaciones.

Las formas de justicia mediática se circunscriben a una forma exterior de presión, justificación e información. Las mismas carecen de poder coercitivo formal, pero alojan un enorme margen de acción prescriptivo que exploramos bajo dos papeles principales de los medios de comunicación frente al fenómeno delictivo, los cuales son el de los medios como *jueces* y como *activistas*. Estos dos papeles son prescriptivos porque trazan rutas de acción con base en

et de criminologie (Bruxelles), 81(2), 2001, pp 145-170; PIRES, A. “*A racionalidade penal moderna, o público e os direitos humanos*” in *Novos Estudos CEBRAP* n.º 68, 2004, p. 39-60; UMAÑA, C.E., PIRES, A.P. *Derechos Humanos y Penas Radicales: ¿Crítica o Justificación? La Recepción del Derecho Internacional Humanitario en el Código Penal Colombiano*, 2016. Oñati Socio-legal Series [online], 6 (3), Available from: <http://ssrn.com/abstract=2627717>.

sus campañas de apoyar una cierta causa o con base en su forma de establecer veredicción. El estudio de estas formas de entendimiento resulta vital para entender las representaciones que sobre el crimen se tiene en la sociedad. En últimas, sin una reflexión sobre esta forma de justicia el derecho pierde de perspectiva el alto peso que socialmente tienen los medios de comunicación en las percepciones de justicia y en las formas de entender la misma. En este contexto, su influencia no está simplemente en el público general sino en los insumos, criterios y orientaciones, desde meramente fácticos hasta emocionales, para la generación y eliminación del derecho, así como para su hermenéutica.

Esta propuesta analítica buscó visibilizar y expresar múltiples preocupaciones en lo que Zaffaroni denomina la 'criminología mediática'. Como punto final de este artículo queremos ofrecer una última preocupación no enteramente explicitada a lo largo del texto y es la relativa a la capacidad de generar innovación y reflexividad en las formas como atendemos el delito a través de la justicia mediática:

El sistema jurídico conoce de eventos sociales que tienen una cierta relevancia jurídica, en ese sentido selecciona eventos sociales pertinentes de conformidad con su legalidad o ilegalidad. En especial, el subsistema penal, selecciona eventos de conformidad con el código crimen, no crimen. Paralelamente, el sistema de la comunicación selecciona eventos de conformidad con su relevancia en la comunicación, principalmente a través de un criterio informativo. La comunicación debe aportar algún grado de novedad (en su contenido preferiblemente) frente a la forma de ver un fenómeno social. En este sentido, el acoplamiento entre lo jurídico (penal) y lo comunicativo se concentra particularmente en hechos delictivos o no delictivos que presentan ingredientes de novedad. Con esto, salta a la vista la dificultad desde el periodismo informativo de generar contenidos que sostengan formas de reflexión desentendiéndose de un contenido explícito de novedad frente a la información. Es por ello que al menos frente al fenómeno criminal, el periodismo informativo privilegia lecturas inmediatas de esos fenómenos sociales y no tiene una aptitud de peso para generar reflexiones sostenidas sobre problemas sociales criminales, salvo en espacios de opinión y editoriales dominados por un abierto posicionamiento ideológico. Esta falta de reflexividad produce información de espectro inmediato y noticioso pero de alcance amplio e invasivo cuando se entiende que los mensajes de interpretación del fenómeno criminal tienen una vasta audiencia, una rotunda capacidad de influencia produciendo información auto-reforzada y un déficit de elaboración de ideas. Esto es un campo fecundo para silenciar

nuevas formas de entender la justicia y sus puntos de contacto con los medios de comunicación.

Por último, es importante que los puntos de encuentro entre los practicantes del sistema de comunicación y del sistema jurídico puedan aproximarse sin perder la diferenciación de sus labores sociales pero intensificando el diálogo que habilite la producción de relatorías complejas, democráticas y honestas; el acompañamiento activista de diferentes causas con total apertura, precaución y respeto evitando las lógicas de estigmatización y justificación de estrategias de represión; y, brindando insumos de realidad social para mejorar la operación del sistema de justicia; pero, sobre todo, para impulsar, promover, mantener y alimentar agendas de reflexión y contención en contra de la represión social creada a través del fenómeno del delito y del fenómeno de su criminalización.

5. BIBLIOGRAFÍA

- BARAK, G. "Newsmaking Criminology: Reflections on the Media, Intellectuals, and Crime", *Justice Quarterly* 5(4), 1988.
- BARRETO, I., BORJA, H., SERRANO, Y. y LÓPEZ-LÓPEZ, W. "La legitimación como proceso en la violencia política, medios de comunicación y construcción de culturas de paz", *Universitas Psychologica*, 8(3), 2009.
- BECK, U. "Retorno a la teoría de la 'sociedad del riesgo'", *Boletín de la AGE*, 30, 2000.
- BECK, U. "Ulrich Beck: Pioneer in cosmopolitan sociology and risk society", *SpringerBriefs on Pioneers in Science and Practice*, 18, 2014.
- BONILLA, J. y TAMAYO, C. *Las violencias en los medios, los medios en las violencias*. Bogotá: Fundación Centro de Investigación y Educación Popular, 2007.
- CASTELLS, M. "Communication, power and counter-power in the network society", *International Journal of Communication*, 1, 2007.
- CHAFFEE, S. & METZGER, M. "The End of Mass Communication?", *Mass Communication and Society*, 4:4, 2001.
- Diario *El Espectador* (n. d.), archivo electrónico, en <http://www.elespectador.com/noticias>.

Diario *El Tiempo* (n. d.), archivo electrónico, en <http://www.eltiempo.com/>

Diccionariointernacional.com (n. d.) “Veredicción”, en http://diccionario-internacional.com/definitions/?spanish_word=veridiction.

ELCHARDUS, M., DE GROOF, S. y SMITS, W. “Rational fear or represented malaise: a crucial test of two paradigms explaining fear of crime”, *Sociological Perspectives*, 51(3), 2008.

ERICSON, R. V., BARANEK, P. M. y CHAN, J. B. *Representing order: Crime, law, and justice in the news media* (pp. 3-4). Milton Keynes: Open University Press, 1991

FERRAJOLI, L. *Derecho y Razón. Teoría del garantismo penal*. Madrid: Trotta, 1995.

FERNÁNDEZ, J. *Los informativos en televisión: ¿debilidades o manipulación?*, 2005 [Fecha de consulta: 12 de julio de 2016], en <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15825139>.

FERRÉS, J.: *Educar en una cultura del espectáculo*. Barcelona: Paidós, 2000.

GERBNER, G., GROSS, L., MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N. “The ‘Mainstreaming’ of America: Violence Profile n.º 11”, *Journal of Communication*, 30(3), 1980.

GoogleNews (n. d.), archivo electrónico, en https://news.google.com/newspapers?nid=N2osnxbUuuUC&dat=19890126&b_mode=2&hl=es.

HERMAN, E. y CHOMSKY, NOAM. *Manufacturing consent: The political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books, 2002.

KAMINSKY, D. *Pénalité, management, innovation* (n.º 29). Presses universitaires de Namur, 2009.

KILLIAS, M. “Vulnerability: Towards a better understanding of a key variable in the genesis of fear of crime”, *Violence and victims*, 5(2), 1990.

KILLIAS, M. y CLERICI, C. “Different measures of vulnerability in their relation to different dimensions of fear of crime”, *British Journal of Criminology*, 40(3), 2000.

LUHMANN, N. *The reality of the mass media*. Stanford: Stanford University Press, 2000.

- MASTERMAN, L. *La enseñanza de los medios de comunicación* (vol. 1). Ediciones de la Torre, 2010.
- MASTERMAN, L. “The media education revolution”, *Canadian Journal of Educational Communication*, 22.1, 1993.
- MCNAIR, B. *News and Journalism in the UK*. London: Routledge, 2009.
- MEDINA, G. “Comunicación, medios y conflicto armado”, *Folios*, revista de la Facultad de Comunicaciones, 14, 2010.
- OSORIO, J. L. F. “Los medios de comunicación y el derecho penal”, *Revista Electrónica de Ciencia Penal y Criminología*, 7, 2005.
- Periódico *El Mundo* (1986a). “Levantado el paro de maestros”, n.º 2559, Medellín, 24 de mayo de 1986.
- Periódico *El Mundo* (1986b). “El presidente de Adida es guerrillero del EPL”, n.º 2542. Medellín, 7 de mayo de 1986.
- Periódico *El Mundo* (1986c). “Acusación del general es irresponsable y calumniosa”, n.º 2543. Medellín, 8 de mayo de 1986.
- PIRES, A. P., CELLARD, A. et PELLETIER, G. “*L’énigme des demandes de modifications législatives au Code criminel canadien*”, dans FRAILE, P. (dir.), *Régulation et gouvernance. Le contrôle des populations et du territoire en Europe et au Canada. Une perspective historique*, Barcelone, Publicacions Universitat de Barcelona, 2001.
- PIRES, A. “L’adoption intersystème des énoncés de sens: le concept de punition en matière criminelle”, *Le droit - un système social/Law as a social system. Un commentaire coopératif de Niklas Luhmann* », sous la direction de Lukas K. Sosoe, Hildesheim, Zürich, New York, Georg Olms Verlag, 2015, *Europaea Memoria. Studien und Texte zur Geschichte*
- PIRES, A. “*La ligne Maginot en droit pénal: la protection contre le crime versus la protection contre le Prince*”, *Revue de droit pénal et de criminologie* (Bruxelles), 81(2), 2001.
- PIRES, A. “A racionalidade penal moderna, o público e os direitos humanos”, *Novos Estudos CEBRAP*, n.º 68, 2004.

REY, G., BONILLA, J. I., TAMAYO, C. y GÓMEZ, P. *La televisión del conflicto. Representación del conflicto armado colombiano en los noticieros de televisión*. Bogotá: Proyecto Antonio Nariño, 2005.

ROBERTS, J. V., STALANS, L. J., INDERMAUR, D. y HOUGH, M. *Penal populism and public opinion: Lessons from five countries*. Oxford University Press, 2002.

SARTORI, G. *Homo videns: la sociedad teledirigida*. Taurus, 2012.

SMYTHE, D. W. *On the audience commodity and its work. Media and cultural studies: Keywords*, 1981.

THOMPSON, A. *The media and the Rwanda genocide*, IDRC, 2007.

TUCHO, F. (n. d.). *La manipulación de la información en los conflictos armados: tácticas y estrategias*, en <http://www2.uned.es/ntedu/espanol/master/segundo/modulos/comunicacion%20audiovisual/tucho2.pdf>

UMAÑA, C. “Preveniones sobre la prevención: algunas consideraciones desde la criminología”, en Centro de Investigación en Política Criminal, Política Criminal y “Prevención”. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2015.

UMAÑA, C. E. y PIRES, A. P. *Derechos Humanos y penas radicales: ¿crítica o justificación? La recepción del Derecho Internacional Humanitario en el Código Penal Colombiano*, 2016, Oñati Socio-legal Series [online], 6 (3), en: <http://ssrn.com/abstract=2627717>

ZAFFARONI, E. *La cuestión criminal*. Ilustrado por Miguel Rep. Buenos Aires: Planeta, 3.^a ed., 2012.