

La violencia juvenil en los medios de comunicación



El autor, que escribe desde Ecuador, explica como se construye la representación mediática de “jóvenes violentos”. Desde una perspectiva maniquea que enjuicia entre buenos y malos, el periodismo simplista exagera el mal, criminaliza, evita contextualizar y ahorra a la ciudadanía todo esfuerzo de análisis. El estigma se incrementa en España cuando se agrega el significante latino.

MAURO CERBINO

Antropólogo, profesor, investigador y coordinador del Programa de Estudios de la Comunicación de FLACSO (sede Ecuador).
Correo-e: mcerbino@flacso.org.ec

Los medios nos dieron las palabras para hablar e ideas para expresar
Roger Silverston

Es sabida la importancia que reviste la información que hacen circular los medios de comunicación de masas en la constitución y en el mantenimiento de los imaginarios sociales. La información mediática es sin duda la que más orienta la acción de la opinión pública, no sólo sobre lo que es necesario saber para ser parte de una colectividad, sino también sobre como expresar ese saber utilizando formas que se adquieren y elaboran a partir de los contenidos que los medios generan. En todos los ámbitos temáticos podemos observar de qué modo los medios representan la realidad informativa y qué tipo de influencia ejerce ésta en los marcos cognitivos, valorativos y emocionales de los ciudadanos. Sin embargo, es probablemente el ámbito que tiene que ver con las manifestaciones de violencias (la de tipo criminal o delincencial) donde más complejo se hace detectar las implicaciones que se desprenden de los modos de representación mediática y las percepciones ciudadanas relativas a esas violencias. Y cuando de violencias atribuidas a acciones juveniles se trata, la experiencia que hemos acumulado en el trabajo de análisis e interpretación del observatorio de medios de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO, sede Ecuador) nos dice que lo que se contribuye a crear es un verdadero pánico moral. La generación del miedo tiene dos implicaciones principales: la percepción de inseguridad y la reproducción y consolidación del estereotipo de los jóvenes como violentos.

En cuanto a lo primero, los medios contribuyen a sostener o incluso a generar lo que podríamos llamar “emociones vicarias” en relación con ciertas experiencias cotidianas. Se trata de emociones percibidas por un “efecto de contagio” por el “simple” ver situaciones (por ejemplo, en la televisión) que hacen experimentar emociones similares (y sustitutas) a las que se probarían si se estuvieran viviendo realmente. Es muy probable que los medios generen un temor vicario (y por ello mediático) debido al modo como retratan, describen, representan la violencia supuesta o real. En este sentido es indudable la propensión que tienen los medios a espectacularizar los hechos violentos, a retratar de un modo violento la violencia utilizando tonos fuertes e impactantes. Y aunque no se trate de considerar a los medios como los únicos responsables de los niveles de sensibilidad respecto al temor ciudadano hacia la inseguridad, es innegable que la ciudadanía se alimenta de estas fuentes informativas para elaborar un sentido en torno a la inseguridad y a la violencia urbana.

La estructura narrativa sostenida en la utilización y repetición de ciertos términos o imágenes (y la combinación de los dos), en el tipo de composición de los titulares, apunta a generar una visión maniquea de los hechos violentos que opone a los buenos y a los malos, a los inocentes y a los culpables, determinando que la información se convierta de este modo en una sanción o juicio inapelable. Así, los medios se arrogan la función de emitir juicios y declarar culpables en someros “procesos” que se escenifican a menudo influenciados por la asunción de lugares comunes y prejuicios de parte del periodista. Esta práctica tiene repercusiones evidentes en el conjunto de generalizaciones que la opinión pública crea y expresa asociando un particular acontecimiento narrado por los medios con el comportamiento de una determinada categoría de personas. Por ejemplo, cuando la prensa insiste en el

uso de ciertos términos genéricos como “la banda de asaltantes estaba liderada por un sujeto colombiano” o “los colombianos vuelven más sofisticado el crimen”, es muy probable que la mayoría de los ciudadanos asocie, y de manera mecánica, a cualquier persona de esa nacionalidad con esas imágenes mediáticas, reproduciendo así el estereotipo y también el estigma. El “modo justiciero” de la cobertura periodística es posible, además, en la medida en que los medios tienden a personalizar el acontecimiento, asignando roles o simplemente “dejando hablar” a cada uno de los supuestos actores y protagonistas de la noticia, relatando los hechos como si de una actuación de personajes singulares se tratara.

En los siguientes apartados vemos como se construye mediáticamente a los jóvenes violentos.

Medios y jóvenes pandilleros

Los medios de comunicación representan a los jóvenes pandilleros de un modo esquizoide. Por un lado, dado que no es pensable la constitución del sujeto juvenil actual sin la mediación y la influencia de la cultura audiovisual producida y puesta en circulación por las industrias culturales globalizadas, los medios contribuyen a generar nuevas sensibilidades, modas y estilos de vida; sin embargo, por el otro lado, cuando los jóvenes están presentes en los medios es para llenar la sección de crónica negra o, a lo mejor, la de deportes. En ambos casos lo que no se muestra es todo lo otro, eso a lo que precisamente contribuyen los medios, es decir, sus expresiones y sus prácticas culturales, los complejos procesos de construcciones identitarias que los diferencian y la acción política de los y las jóvenes especialmente si no pertenecen a organización formal alguna. En una reciente investigación que hemos realizado para analizar el tratamiento dado por un diario de Quito a temas relacionados con la juventud, se ha podido determinar que los adjetivos mayormente empleados son: *pandilleros*, *violentos*, *delincuentes* y *en riesgo*. Por otro lado, los términos más utilizados para nombrar a la acción de las pandillas juveniles resultaron ser *delincuencia*, *violencia*, *asesinatos* y *drogadicción*.

De este modo, los medios tienden a exagerar y a espectacularizar “el mal” a la manera de una novela policial, basándose para ello en la reproducción de las fuentes oficiales, para ofrecer a la ciudadanía un producto con los ingredientes justos para que ésta no tenga que hacer ningún esfuerzo analítico en reproducir un juicio superficial, simplista y cómodo moralmente, dado que no contempla ninguna complejidad del fenómeno. La operación más común en la cobertura mediática de las prácticas pandilleras es reducir al mínimo la tarea de contextualizar y profundizar, con el único objetivo de explotar de un modo sensacionalista los hechos en los que se ven involucrados –presuntamente o no– los jóvenes, y perjudicar así una aproximación al fenómeno basada en una comprensión más detenida y reflexiva. Muchos periodistas justifican esta falta aduciendo el argumento de que, debido a la radicalidad y al carácter sanguinario de la acción pandillera, no es posible tener ninguna condescendencia o contemplar atenuantes al juzgar esa acción. Está claro que en este argumento lo que caracteriza la labor periodística es amplificar el fenómeno de

la violencia juvenil, hacerla responsable de la inseguridad ciudadana y finalmente emitir una sentencia que inevitablemente es condenatoria. Ahora bien, ¿el papel de la prensa es el de “impartir justicia” o es el de proporcionar a la opinión pública claves de lectura analíticas para que ésta a su vez pueda elaborar una información crítica?

La práctica del periodismo simplista se proyecta como un potente organizador de las emociones ciudadanas. Y éste es un negocio atractivo en la medida en que responde (cuando los medios quedan atrapados en la simple lógica de medición de los índices de audiencia o de venta) a una demanda (que se dice tácita) de noticias fascinantes por parte de los consumidores. De noticias cuya intención es producir un efecto de realidad que deja a los públicos anonadados y adheridos a la información que perciben, sin que se produzca distancia crítica alguna. Además, están presentes en esta relación algunos elementos indispensables del *marketing* sensacionalista, como son el tratamiento estético de la pobreza y su directa e incuestionable asociación con la delincuencia.

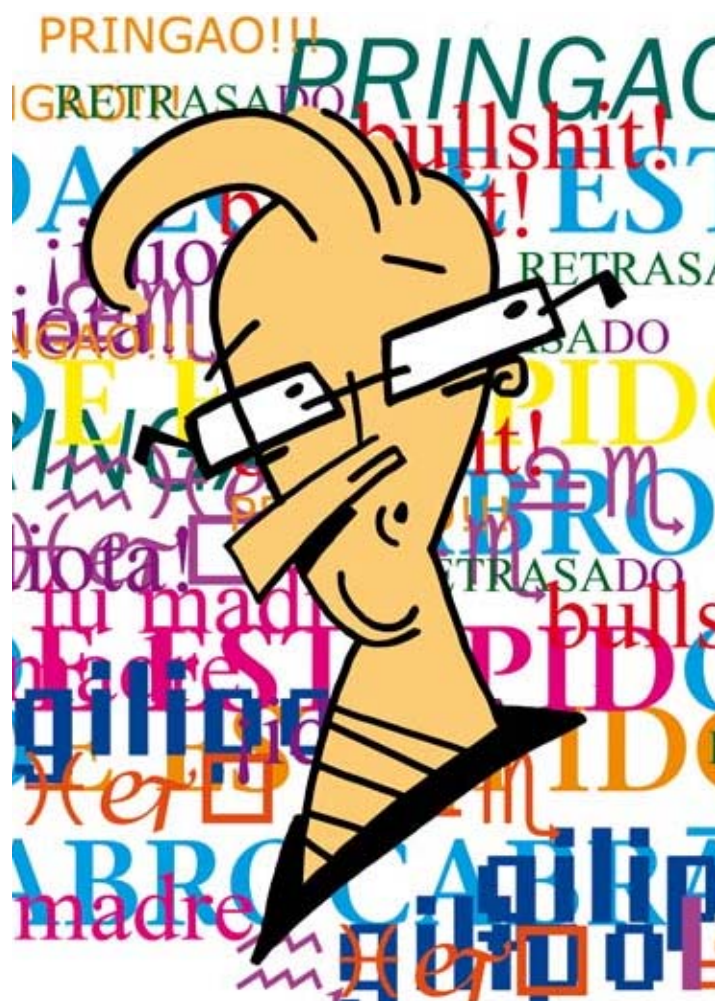
La construcción de los reportajes y las notas periodísticas se lleva a cabo yuxtaponiendo algunos matices discursivos: al sensacionalismo se añaden la criminalización, el racismo y la naturalización de los jóvenes.

El sensacionalismo se presenta usando dos recursos: el dramatizado, con el cual se pretende narrar hechos y crear de este modo un efecto de realidad-verdad, y el de la proliferación de imágenes y afirmaciones que alimentan el miedo en la ciudadanía con respecto a la acción pandillera; prueba de ello son las repetidas referencias a que el fenómeno representa “una amenaza nueva e impredecible” y sin embargo, muy preocupante por “todo lo que va a pasar en el futuro”, dado que está “en constante aumento” y que “se extiende sin control en todo el país”.

El discurso de la criminalización se descifra sobre todo a partir del uso de un vocabulario que, de un modo enfático, asocia acción pandillera con algunos tipos de delito que corresponden más bien al *modus operandi* de bandas de profesionales del crimen o incluso de terroristas.

Junto con el sensacionalismo y la criminalización, los medios retratan la violencia juvenil mostrando exclusivamente como protagonista a un cierto tipo de sujeto social: muchas veces negro o en todo caso proveniente de sectores populares, con claras connotaciones racistas. Como se sabe, el discurso del racismo contribuye a negar, material y simbólicamente, a un determinado sujeto social separándolo del conjunto de las relaciones sociales, restándole valor ciudadano y estigmatizándolo. Las consecuencias son mayor discriminación y los riesgos más o menos latentes de que se instauren acciones de limpieza social. De hecho, en algunas ciudades latinoamericanas –como por ejemplo Medellín, San Salvador o Guayaquil– han aparecido actos de violencia contra jóvenes, protagonizados por integrantes armados de grupos paravecinales no identificados, lo que indicaría la existencia de planes de eliminación física de aquellos jóvenes que por su condición de callejerizados y por su estética perturban el supuesto orden barrial.

Finalmente, el sensacionalismo, la criminalización y el racismo juntos representan los ingredientes fundamentales para alimentar una especie de naturalización de la juventud, para la cual los discursos sobre la violencia sirven de un modo



DANTE BERTINI

especial: el sujeto juvenil por su propia condición biológica estaría más predispuesto que el sujeto adulto a cometer actos ilícitos. Por lo tanto, se establecen *a priori* los determinantes que explicarían la conducta violenta. Estos determinantes se articulan en cadenas significativas que varían su composición de acuerdo a los contextos sociales y axiológicos en los que se encuentran operando, siendo sin embargo su combinatoria siempre “automática”. La cadena de ser joven, pobre y vestir de un cierto modo es motivo suficiente no sólo para sospechar, sino para emitir un juicio explícito por parte de los medios. De un modo específico, para los medios españoles la cadena se incrementa en cuanto a determinantes al agregar el significante *latino*; es lo que vamos a analizar brevemente a continuación.

El caso de los jóvenes latinos en Barcelona

Si se revisan las notas periodísticas aparecidas en diarios y programas de televisión en España, en los últimos dos años (desde el asesinato del joven colombiano Ronny Tapias en un barrio de Barcelona y en cuyo juicio nunca se pudo probar la acción de una banda juvenil), salta a la vista que, al referirse a jóvenes latinoamericanos la mayoría de ellas lo hacen relacionándolos con acciones violentas. A veces, se hace alusión al tema de las bandas latinas incluso cuando la noticia tiene que ver con algún hecho delictual o criminal cuyos presuntos responsables son otros. De tal modo que la expresión *banda*

latina adquiere la cualidad de un significante metonímico que los medios utilizan para nombrar el universo del crimen. Está claro que, si bien no es necesariamente de incumbencia de los medios generar las denominadas “noticias positivas”, el hecho de que prácticamente cada vez que se ocupan de jóvenes latinos lo hagan relacionándolos con la supuesta acción de las bandas delictivas termina por generar un estigma de estos jóvenes. Si a esto se añade que, en los imaginarios sociales, los procesos migratorios se asocian de un modo directo con la marginalidad y la pobreza y, por ende, con la peligrosidad social (de la que serían portadores cuasi naturales los inmigrantes, especialmente si son jóvenes), el resultado que se obtiene es una absurda y nociva generalización que impide ver la complejidad de la migración como un fenómeno social de un gran calado en los actuales momentos históricos.

En una mesa redonda en la que ocho periodistas de distintos medios escritos y televisivos de Cataluña explicaban como realizan su trabajo diario, se pudo notar el enorme vacío de criterios que guía su actuación: al preguntarles por la responsabilidad ante sus públicos de los contenidos que ponen en circulación, la respuesta unánime fue la evasiva afirmación de que no pueden sentirse responsables de una realidad que no construyen. Así que el impresionante montaje mediático sobre los “violentos jóvenes latinoamericanos” cumple el objetivo de convertir a esos jóvenes en una de las preocupaciones más sentidas de la “pacífica y pujante vida española”. Este alarmismo mediático, que se parece mucho al que caracteriza a los medios en Ecuador, configura un escenario en el que la acción de las pandillas juveniles (“bandas”, como las denomina la prensa utilizando un significante con una inequívoca connotación negativa) sirve para dar cuenta tanto de noticias relativas a asesinatos o robos, como también de la opinión de especialistas o de los mismos jóvenes, del origen, formas y estéticas que caracterizan y distinguen a diversas agrupaciones juveniles. Los especialistas se convierten en una especie de epidemiólogos, que tienen que diagnosticar la expansión y el alcance de un brote que crece a medida que la “estética latina” o “estética a lo ancho” (de pantalones y camisetas; aretes, pañuelos, gorras y zapatos) “toma” los parques y otros espacios públicos.

De este modo, la prensa reproduce la separación estereotípica de “jóvenes latinoamericanos” y “jóvenes autóctonos”

fomentando la creación de un imaginario social dominante que los proyecta como opuestos o inconciliables, un imaginario necesario para alejar el temor del “contagio”. Los periodistas (muchos de los cuales son “expertos intérpretes” del miedo ciudadano), con tono obsesivo y fatalista, repiten la pregunta a los especialistas convertidos en epidemiólogos: “Y esto, ¿va para más?”; tal vez con la extraña y noticiosa esperanza de que la respuesta sea siempre afirmativa. Con el tratamiento periodístico de hechos relacionados con la acción de las bandas juveniles de origen latinoamericano, los medios han contribuido a crear un retrato general de la juventud latinoamericana cuyos contornos, directa o indirectamente, han estado relacionados con hechos de carácter criminal.

para saber más

- ▶ **Boni, Federico (2004):** *Etnografía dei media*. Roma-Bari: Laterza.
- ▶ **Cerbino, Mauro (ed.) (2005):** *Violencia en los medios de comunicación, generación noticiosa y percepción ciudadana*. Quito: FLACSO.
- ▶ **Cerbino, Mauro (2006):** *Jóvenes en la calle*. Barcelona: Anthropos.
- ▶ **Ferrándiz, Francisco; Feixa, Carles (eds.) (2005):** *Jóvenes sin tregua*. Barcelona: Anthropos.
- ▶ **Greimas, A.J. (1985):** *Del senso 2. Narratività, modalità, passio-ni*. Milán: Bompiani.
- ▶ **Imbert, Gérard (1995):** “La prensa frente al desorden: representación de la violencia y violencia de la representación en los medios de comunicación”, en *Visiones del mundo, la sociedad de la comunicación*. Lima: Universidad de Lima y Fondo de Desarrollo Editorial.
- ▶ **Silverstone, Roger (2004):** *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires: Amorrortu.
- ▶ **Sorrentino, Carlo (1995):** *I percorsi della notizia*. Bolonia: Baskerville.