

# La representació de la violència en els mitjans de comunicació

MIQUEL RODRIGO ALSINA

Catedràtic de teoria de la comunicació. Facultat de Ciències de la Comunicació.  
Universitat Autònoma de Barcelona

27

## 1. INTRODUCCIÓ

La representació de la violència en els mitjans de comunicació és un tema polièdric que es pot tractar des de molts punts de vista. El tema dels mitjans de comunicació, en general, i la televisió en particular, en relació amb la violència és un dels més recurrents en la investigació, sobretot per la preocupació dels possibles efectes dels missatges violents sobre la mainada i el jovent. Des de sectors socials ben diferents s'han fet investigacions per posar de manifest la gran quantitat de violència que hi ha, per exemple, en els programes televisius. Tanmateix, cal recordar que la relació monocausal entre l'exposició a la gran quantitat d'escenes de violència —fet bastant indiscutible— i els efectes en el comportament, avui dia està prou demostrada com a efecte social generalitzat. Per part meua, no entraré en aquest aspecte tan controvertit.

L'objectiu d'aquest article és, en primer lloc, recordar que la categorització d'allò que es considera un acte de violència en els mitjans de comunicació procedeix de la societat en què s'inscriuen. A més, cal tenir en compte que allò que socialment es considera violència no és una cosa immutable sinó que, en una mateixa societat, ha variat històricament. A continuació, exposaré breument les característiques de la lògica informativa dels mitjans de comunicació, per indicar com aquesta lògica pot anar en contra que determinats esdeveniments es converteixin en notícia. Així mateix, destacaré de quina manera la visibilització d'una determinada violència pot ajudar a donar-hi fi. Finalment, recolliré diferents aspectes de les representacions mediàtiques de la violència.

## 2. LA MUTABILITAT DEL CONCEPTE DE VIOLÈNCIA

Alguns autors que busquen l'origen de la violència arriben a l'agressivitat. Així parteixen de la idea que els éssers humans són agressius per naturalesa, igual

com moltes altres espècies (Sanmartín, 1998, 14). Però l'agressivitat és considerada «...la capacitat de resposta de l'organisme per defensar-se dels perills potencials procedents de l'exterior. Seria, doncs, una resposta adaptativa» (Clemente Díaz i Vidal Vázquez, 1996, 20). L'agressivitat correspon al món de la neurobiologia, de la psicologia conductista, de l'etologia evolucionista. Per això l'agressivitat es presenta com a necessària, natural, innata, inevitable i positiva. El pas d'aquest mecanisme natural —que seria l'agressivitat— a la violència es fa a través de l'alambí de la cultura. «La violència, en definitiva, és un producte de l'acció de la cultura sobre la natura, de l'ambient sobre la biologia» (Sanmartín, 1998, 18). D'aquesta manera, el caràcter necessari, inevitable i positiu de l'agressivitat es converteix amb la violència en contingent, adquirida, evitable i negativa. Amb la violència estem en el món de la sociologia funcionalista, de l'antropologia, de la psicologia social.

Per Clemente Díaz i Vidal Vázquez (1996, 20) la violència «...té un caràcter destructiu sobre les persones i els objectes, i suposa una profunda disfunció social». Si considerem la violència com una disfunció social cal definir prèviament el sistema de referència que determina aquest caràcter disfuncional. En definitiva, el que vull dir és que el primer que hem de fer és distingir quan ens trobem amb manifestacions d'agressivitat i quan aquestes manifestacions són de violència. És a dir, on es troba la violència a la nostra societat i, encara més important, per què una determinada manifestació es considera violenta. Quan se simbolitzen com a violentes certes conductes i qui els posa l'etiqueta de «violència»?

Cada societat, mitjançant el dret, va establert els comportaments violents que considera punibles. Però, com ja se sap, el dret habitualment va darrere de la realitat social. Abans que un comportament determinat es reflecteixi a les normes jurídiques s'ha vist sotmès a la seva discussió per la pròpia societat. És en aquest debat públic on alguns actors socials —amb més o menys capacitat d'influència— crearan un determinat clima d'opinió, en el qual van sorgint uns valors que es presenten com a hegemònics i, a partir d'aquests valors, alguns fenòmens s'etiquetaran com a violents.

Si acceptem aquestes idees podríem afirmar que allò que es consideri violència serà producte d'una convenció social subjecta a negociació per part dels actors socials.

La consciència i la sensibilitat en relació amb la violència d'una societat van canviant al llarg de la història. Vull destacar aquesta idea de construcció històrica de la violència. Així, a cada època, en el debat públic sobre la violència es formaran zones de consens majoritari, zones de dissentiment i zones de negociació sobre allò que es podria considerar com a violència (Rodrigo, a la premsa). Evidentment, els mitjans de comunicació participen activament en aquestes discussions socials, si no són ells mateixos els que les promouen. A més, en aquesta interacció entre la societat i els mitjans de comunicació, aquests darrers són influenciats per la societat sobre la qual, al mateix temps, influeixen. És a dir, que les diferents concepcions socials sobre la violència també es reflecteixen en els mitjans de comunicació. Un estudi diacrònic sobre les accions violentes del jovent que apareixen a la premsa ha fet palès que la violència que s'associa als joves ha

anat canviant durant el temps, d'acord amb les variacions que hi ha a la societat (Puig i Vilageliu, 1997).

### 3. LA Lògica Informativa dels Mitjans de Comunicació

Si acceptem que cada societat té una concepció pròpia del que és violència, caldria veure com els mitjans de comunicació acaren aquest fenomen social. Per això, hem d'analitzar la producció informativa dels mitjans de comunicació. No voldria que els meus arguments es prenguessin com una justificació de la feina dels mitjans de comunicació, sinó simplement com una explicació.

Els mitjans de comunicació tenen una sèrie de criteris per determinar si un esdeveniment és notícia (Rodrigo, 1996). Aquests criteris actuen en conjunt i segons unes jerarquies canviant. Això significa que un esdeveniment que, en un moment concret, és considerat com a notícia, en un altre moment pot no ser-ho. Ja se sap que a l'estiu la informació és molt diferent de la de la resta de l'any.

Com actuen aquests criteris de noticiabilitat en relació amb la violència? En primer lloc, s'ha de dir que els mitjans de comunicació se senten atrets per la violència. Tanmateix, la violència seria només un dels possibles valors notícia. És evident que per a què un acte de violència sigui notícia a la premsa occidental, si procedeix d'un país del Tercer Món —o més ben dit d'un país subdesenvolupat— ha de ser de molta més intensitat que si procedeix d'un país desenvolupat —o més ben dit, subdesenvolupat. Sigui com sigui, un esdeveniment de violència pública en la pròpia societat té moltes possibilitats de ser considerat notícia. Però crec que s'hauria de tenir en compte que en la pròpia societat hi ha una certa atracció morbosa cap a la violència. Tot i així, les relacions entre violència i mitjans de comunicació són força complexes: «la relació entre televisió i violència queda, de fet, travessada per tota una sèrie de factors culturals que, necessàriament, esmicolen qualsevol anàlisi monocausal. Més que considerar la televisió com a causa de violència, potser caldria parlar de la televisió com a il·lustració quasi perfecta de la violència intrínseca de la nostra societat» (Cardús, 1998, 26). Segons el meu parer, no sabria dir si es tracta d'una il·lustració tan perfecta, però el que sembla cert és que la violència simbòlica dels mitjans de comunicació s'alimenta de certs comportaments socials considerats com a violents.

D'una altra banda, també es planteja una disjunció difícil de resoldre. Què ha de fer un mitjà de comunicació? Ha de fer un producte que tingui, en un mercat molt competitiu, èxit comercial o ha de ser, sobretot, molt acurat amb el tipus d'informació que dona. És el dilema entre el negoci i la responsabilitat social dels mitjans de comunicació. Malauradament, les lleis del mercat són les que imposen —valgui la redundància— la seva llei. Dit d'una manera més clara, les cadenes de televisió fan servir les escenes dels fets violents que causen més impacte com a esquer per atreure l'atenció del públic i per guanyar més diners (Obach, 1998, 33). Vegem-ne un exemple que correspon a la premsa: «El divendres 17 de març de 1978: el *Corriere della Sera* va imprimir 883.082 exemplars amb un augment del 32 % i va vendre 738.594 exemplars amb un augment del 38,8 %. Aldo Moro havia estat

segrestat el matí anterior (...). El dimecres 10 de maig, l'endemà del dia més tràgic per a la República, el *Corriere della Sera* va imprimir solament 890.000 còpies, (...) amb un augment de la impressió del 42 %. Va vendre 825.673 exemplars, amb un increment del 56,6 %» (Barbiellini, 1984, 63-64).

Habitualment, els mitjans de comunicació se solen escudar sota el pretext que donen allò que els lectors volen llegir. El dubte que es planteja és si realment aquest desig existeix de manera prèvia en els seus lectors o si els mateixos mitjans són els encarregats de crear-lo.

Malgrat tot, s'ha de tenir en compte que és difícil trencar aquesta dinàmica informativa perquè aquesta atracció cap al fet negatiu i cap a un determinat tipus de violència ja està incorporada en les rutines productives dels periodistes. De vegades costa d'entendre per què els periodistes no es fixen més en els aspectes positius dels esdeveniments socials. Però cal tenir present que en els criteris de noticiabilitat impera allò negatiu.

Així, per exemple, difícilment la reinserció social d'una persona que ha estat a la presó és notícia. Evidentment, sempre pot haver-hi excepcions, com seria el cas d'Eleuterio Sánchez. Però hem d'acceptar que és poc probable un titular com ara «L'exviolador X no ha tornat a violar». De fet, els efectes que podria tenir un titular així són molt contraproductius. Si es titula «El violador X no ha tornat a violar», aquesta persona, a pesar de la seva reinserció, sempre estarà estigmatitzada com a violador, ja que fins i tot reinserit se l'identifica així. Si es titula «El senyor X no ha tornat a violar» el resultat seria encara més catastròfic, perquè en el fons s'insinua que en qualsevol moment pot tornar a violar. Afortunadament, la notícia de la reinserció no és notícia, perquè si ho fos podria tenir efectes catastròfics. A més, no ens enganyem, per a un periodista la notícia seria: «El violador X ha tornat a violar». Això què significa? Que la reinserció no pot ser mai notícia? No, significa que la reinserció per si mateixa difícilment serà notícia; en conseqüència, cal convertir-la en notícia.

Així, doncs, s'ha de jugar amb els criteris de noticiabilitat dels periodistes i oferir-los un titular que pugui causar impacte. Per exemple, no es pot oferir a un periodista només una sèrie de dades sobre la reinserció social perquè, llevat que sigui un periodista molt conscienciat amb aquest tema, no en farà cap notícia. Al periodista se li haurien d'oferir aquestes dades però, a més, destacar-li allò que pugui constituir un titular. Per exemple, «Les dones es reinsereixen més que els homes», «Els presos catalans es reinsereixen abans», etc. És a dir, cal ensenyar-li l'aspecte noticable de la informació. Sobre aquesta qüestió, hi ha un estudi sobre el tractament de les informacions d'institucions penitenciàries aparegudes a la premsa que posa de manifest que la política penitenciària adreçada cap a l'educació i la reinserció social gairebé no es reflecteix a la premsa (Sintas Capdevila, 1996).

En definitiva, en la lògica informativa dels mitjans de comunicació hi ha esdeveniments que s'imposen per si mateixos, mentre que d'altres s'han de presentar d'una manera que tinguin més possibilitats de ser notícia.

D'altra banda, de vegades, la visibilització de la violència pot ser un bon instrument per atacar la pròpia violència. Haig de fer algunes puntualitzacions prè-

vies. En relació amb la gestió de la visibilitat per part dels mitjans de comunicació, cal recordar amb Thompson (1998, 197) que «els receptors no tenen el ple control del seu camp de visió; no són lliures de mirar en una direcció o en una altra i d'enfocar diferents individus o objectes, com poden fer en situacions de cara a cara. El camp de visió està estructurat per les organitzacions *mediàtiques* i per uns processos de filmació, reportatge, edició, sindicació, transmissió, etc., que constitueixen parts de l'activitat habitual d'aquestes organitzacions». És a dir, que aquesta visibilització o invisibilització dels esdeveniments és potestat —i un dels poders més grans— dels mitjans de comunicació.

A més, també caldria diferenciar els gèneres discursius en què apareix la violència (Rodrigo, a la premsa). Crec que això és aplicable a la violència que apareix en els informatius, mentre que seria força dubtós pel que fa a la violència en la publicitat (Perales, 1998) i en la ficció (Porter, 1998), on la violència es mostra d'una manera estètica i inversemblant. Vegem dos casos molt diferents de violència a la informació, com són la violència domèstica i la Guerra del Golf. La forma de denunciar la violència domèstica és convertir-la en visible. De fet, sempre ha existit com un tipus de violència d'àmbit privat, en el qual, llevat de casos extrems, l'autoritat pública no intervenia. Ha estat gràcies als mitjans de comunicació que s'ha començat a conscienciar la població del fet que aquesta violència no formava part d'un problema intern de família i que s'havia de mantenir en secret, sinó que s'havia de denunciar. Els mitjans de comunicació donen també arguments perquè les víctimes no se sentin, com passa de vegades, culpables de la situació. A més, mitjançant la publicitat de la violència domèstica també s'obliga els poders públics a opinar i això pot conduir a una reforma legislativa que doni més protecció a les persones que pateixen aquesta violència domèstica.

En relació amb la Guerra del Golf, voldria dir que aquesta guerra fou possible per a l'opinió pública internacional perquè va ser una guerra que no es va veure. Malgrat l'espectacular desplegament dels mitjans de comunicació, està clar que les imatges que ens van oferir les televisions, comandades per la CNN, no es corresponien amb els horrors d'una guerra sinó que s'assemblaven més aviat a un videojoc. A pesar del risc de caure en una ucronia, és possible que l'única manera d'aturar la Guerra del Golf, o qualsevol altra guerra, hagués estat mostrar-la amb tota la seva crueltat.

Un fet important que he esmentat més amunt és que, més enllà de l'horror que l'espectador pugui sentir, l'aparició de determinats actes de violència en els mitjans de comunicació pot obligar els poders públics a intervenir. Això passa quan els poders públics busquen un clima d'opinió propici per aplicar una política que en unes altres circumstàncies tindria menys suport social. Però també pot passar que amb la repetició de certs temes en els mitjans de comunicació s'origini un efecte de bola de neu, que crea una situació pública que fa que no es puguin ignorar. Una altra possibilitat és quan els periodistes, amb poder comunicatiu, interpel·len els representants polítics i els obliguen a prendre una posició davant de l'esdeveniment, a comprometre's. En relació amb aquest tema, Jean Daniel (*El País*, 23 d'octubre de 1993, pàg. 17) ens explica com la invasió dels Estats Units a Somàlia va estar precedida per una campanya televisada que hi anava a favor.

#### 4. LES REPRESENTACIONS DE LA VIOLÈNCIA

Si tenim en compte la lògica informativa dels mitjans de comunicació ens serà molt més fàcil comprendre quines imatges sobre la violència transmeten. Evidentment, la casuística dels esdeveniments en què es detecta violència i les notícies que els recullen és molt gran. Jo em centraré, sense ànim d'exhaustivitat, en alguns casos estudiats.

Un cas molt interessant és el tractament de la informació relacionada amb les drogues. Les imatges que s'han construït al voltant de la informació sobre drogues han anat canviant al llarg del temps. Com apunta Montero (1990, 74): «Al començament dels anys vuitanta, la drogoaddicció va saltar a les pàgines de l'actualitat associada inevitablement a l'increment de la delinqüència i com un component més de la inseguretat ciutadana. Després, es ressaltava el fet que constitueix una malaltia amb greus conseqüències personals i socials. Recentment, la droga s'ha convertit en un problema universal que depassa les fronteres dels Estats, com ho demostren els grans escàndols relacionats amb les xarxes de tràfic i de blanqueig de diners». Això mostra clarament que els mitjans de comunicació construeixen les notícies com una proposta de coneixement de la realitat social. Aquesta simbolització dels fets se sol fer en diferents tipus d'esdeveniments. Així, Martínez Nicolás (1994, 97), en relació amb la informació sobre la sida, indica que «la simbolització de la sida va ser el resultat d'un procés pel qual una cosa que no era sinó un *desordre natural* (una malaltia nova causada per un virus desconegut) es va transformar primerament en un *desordre moral* (l'estil de vida dels homosexuals, els drogoaddictes i les prostitutes) i, a l'últim, es va convertir en un *desordre social* (l'amenaça de la malaltia al conjunt de la població i a certs valors consolidats en les societats occidentals)». Això és important perquè, per exemple, com indica Bañón Hernández (1998), la premsa pot construir un discurs racista. De vegades es tracta d'un racisme que manipula els testimonis orals i, d'altres vegades, es tracta de cridar l'atenció del lector amb uns titulars clarament racistes. Vegem els exemples següents de titulars: «L'estranger pres a Lleida és negre i traficant, o magrebí lladre o violador» (*El Segre*, 3 de novembre de 1996, pàg. 39) o «Una dona negra n'assassina una altra, blanca, per extreure-li el fetus i... així, tenir un fill» (*ABC*, 21 de novembre de 1995, pàg. 91).

Aquesta representació de la realitat també es pot apreciar clarament si ens fixem en quines seccions se situa la notícia. Com indica Montero (1990, 76), «La droga ha anat dispersant el seu àmbit d'acció i, en el transcurs del temps, ha passat del reducte fix de l'antiga secció de successos a la d'internacional, estatal o de societat». Això mateix es pot observar en la informació sobre determinats judicis que poden aparèixer, per exemple, en la secció d'economia o en la de política, mentre que d'altres es troben a la secció de societat.

No obstant això, hi ha d'altres casos que encara es troben inevitablement en l'àmbit de successos o en la secció de societat, en què normalment tenen cabuda aquests tipus d'esdeveniments. Moreno (1994) ha posat de manifest que les informacions sobre successos són narracions construïdes a partir d'una matriu simbòlica i dramàtica, d'acord amb la terminologia de Sunkel (1985), que es relacionaria

amb les formes narratives tradicionals i correspondria a la premsa popular. Aquesta idea ha estat recollida per diferents autors (Barata, 1996; Castro, 1998). Com apunta Barata (1996, 81), «les notícies sobre el delictes es formulen moltes vegades com un conte». Davant d'aquesta matriu, Sunkel (1985, 46-51) contraposa les narracions de matriu racional il·luminista que se centraria més en la raó. Com indica Moreno (1994, 41), totes dues matrius coexisteixen en els mitjans de comunicació, però habitualment les informacions sobre delictes solen utilitzar la matriu simbolicodramàtica o, de vegades, subordinen el fet racional a l'emotiu (Rodrigo i Veloso, 1995). Encara que és veritat que la informació sobre el delictes és «un discurs amb un dramatisme que creix pel pes emotiu d'imatges que acaparen els primers minuts dels telenotícies i les portades dels diaris, amb escenes que impressionen els sentits i deixen poc espai per al raonament» (Barata, 1996, 73), això no és aplicable a tota la informació sobre delictes. Igual com passa amb la informació sobre el terrorisme (Rodrigo, 1991), ens trobem davant de molts tipus de narracions.

De vegades, en les informacions sobre els delictes del terrorisme hi ha hagut una mescla de recursos diferents. Cal tenir en compte que la realitat discursiva periodística és molt rica i variable. Recordem la diferenciació següent: «Vet aquí un assassinat: si és polític és una informació, si no ho és, un succés (...); en el primer cas, l'esdeveniment ens reenvia inevitablement a una situació extensiva que hi ha fora, abans i al voltant seu: la política; la informació no es pot comprendre immediatament, sinó que només es pot definir en relació amb un coneixement exterior a l'esdeveniment, que és el coneixement polític...» (Barthes, 1964, 188). Feta aquesta puntualització, crec que es pot afirmar, amb els autors esmentats, que alguns discursos periodístics sobre la violència i el delictes —segurament els que corresponen a la representació *mediàtica* dels successos— tenen una estructura melodramàtica que sintonitza perfectament amb les representacions de la cultura popular en la seva forma actual de cultura de masses.

## BIBLIOGRAFIA

- BAÑÓN HERNÁNDEZ, A.M. «El discurso racista de la prensa y la manipulación de los testimonios orales». Dins: *Voces y Culturas*, 13, I semestre, 1998, p. 113-120.
- BARATA, F. «El drama del delictes als *mass media*». Dins: *Trípodos*, 2, 1996, p. 69-81.
- BARBIELLINI, G. «Responsabilidad de los medios informativos II». Dins: *Terrorismo y medios de comunicación social*. Madrid: Ministerio del Interior, 1984, p. 59-68.
- BARTHES, R. *Essais critiques*. París: Seuil, 1964.
- CARDÚS, S. «La seva televisió i la nostra violència». Dins: *Quaderns del CAC*, 2, octubre de 1998, p. 23-27.
- CASTRO, M.C. «Creaciones y criaturas: la reinención del mundo en el discurso de los medios». Dins: *Voces y Culturas*, 13, I semestre, 1998, p. 121-128.
- CLEMENTE DÍAZ, M.; VIDAL VÁZQUEZ, M.A. *Violencia y televisión*. Madrid: Noesis, 1996.
- MARTÍNEZ NICOLÁS, M. «La información periodística en la crisis del sida. Algunos temas de interés para la investigación comunicativa». Dins: *Anàlisi*, 16, 1994, p. 89-105.

- MONTERO, M.D. «La noticiabilitat de les drogues il·legals a la premsa». Dins: *Anàlisi*, 13, 1990, p. 73-87.
- MORENO, A. «Premsa de successos: models de marginació i integració social en els processos de mobilitat social». Dins: *Anàlisi*, 16, 1994, p. 35-54.
- OBACH, X. «La violència als informatius de televisió». Dins: *Quaderns del CAC*, 2, octubre de 1998, p. 31-34.
- PERALES, A. «La violència com a valor afegit». Dins: *Quaderns del CAC*, 2, octubre de 1998, p. 43-54.
- PORTER, M. «El televident violentat». Dins: *Quaderns del CAC*, 2, octubre de 1998, p. 28-30.
- PUIG I VILAGELIU, J. *Juventut i violència en un diari de referència* (treball inèdit). Barcelona: Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada, Generalitat de Catalunya, 1997.
- RODRIGO, M. *Los medios de comunicación ante el terrorismo*. Barcelona: Icària, 1991.
- RODRIGO, M. *La construcción de la noticia*. Madrid: Paidós, 1996.
- RODRIGO, M. «El impacto social de la violencia en la televisión» (a premsa). Dins: *Trípodos*, 6.
- RODRIGO, M.; VELOSO, R. «Crônica de uma morte pré-determinada». Dins: *Comunicação & Política*, v. 1, 2, 1995, p. 207-216.
- SANMARTÍN, J. «Violencia: factores biológicos y ambientales, con especial referencia al cine y la televisión». Dins: SANMARTÍN, J.; GRISOLÍA, J.S.; GRISOLÍA, S. (ed.) *Violencia, televisión y cine*. Barcelona: Ariel, 1998, p. 11-32.
- SINTAS CAPDEVILA, F. *Evolució de l'actitud de la premsa envers les institucions penitenciàries* (treball inèdit). Barcelona: Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada, Generalitat de Catalunya, 1996.
- SUNKEL, G. *Razón y pasión en la prensa popular*. Santiago de Xile: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1985.
- THOMPSON, J.B. *Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.