

# La representación de la violencia en los medios de comunicación

MIQUEL RODRIGO ALSINA

Facultad de Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona

27

## 1. INTRODUCCIÓN

La representación de la violencia en los medios de comunicación es un tema poliédrico que puede ser abordado desde muchos puntos de vista. El tema de los medios de comunicación, en general, y la televisión, en particular, en relación con la violencia es uno de los más recurrentes en la investigación, sobre todo por la preocupación de los posibles efectos de los mensajes violentos sobre los niños y los jóvenes. Desde muy distintos sectores sociales se han hecho investigaciones para poner de manifiesto la gran cantidad de violencia que hay, por ejemplo, en los programas televisivos. Sin embargo, hay que recordar que la relación mono-causal entre la exposición a la gran cantidad de escenas de violencia, hecho bastante indiscutible, y los efectos en el comportamiento no está, hoy en día, suficientemente demostrado como efecto social generalizado. Por mi parte, no voy a entrar en este aspecto tan controvertido.

El objetivo del presente artículo es, en primer lugar, recordar que la categorización de lo que se considera un acto de violencia en los medios de comunicación procede de la sociedad en la que se insieren. Además, hay que tener en cuenta que lo que socialmente se considera violencia no es algo inmutable sino que, en una misma sociedad, ha variado históricamente. A continuación, quisiera explicar brevemente las características de la lógica informativa de los medios de comunicación, para señalar cómo esta lógica puede ir en contra de que determinados acontecimientos se conviertan en noticia. Asimismo destacaré cómo la visibilización de determinada violencia puede ayudar a acabar con ella. Finalmente, recogeré distintos aspectos de las representaciones mediáticas de la violencia.

## 2. LA MUTABILIDAD DEL CONCEPTO DE VIOLENCIA

Algunos autores en busca del origen de la violencia llegan a la agresividad. Así parten de la idea de que los seres humanos son agresivos por naturaleza, al igual que muchas otras especies (Sanmartín, 1998, 14). Pero la agresividad es considerada «...la capacidad de respuesta del organismo para defenderse de los peligros potenciales procedentes del exterior. Sería, pues, una respuesta adaptativa.» (Clemente Díaz y Vidal Vázquez, 1996, 20). La agresividad corresponde al mundo de la neurobiología, de la psicología conductista, de la etología evolucionista. Por ello la agresividad se presenta como necesaria, natural, innata, inevitable y positiva. El paso de este mecanismo natural, que sería la agresividad, a la violencia se hace a través del alambique de la cultura. «La violencia, en definitiva, es un producto de la acción de la cultura sobre la natura, del ambiente sobre la biología.» (Sanmartín, 1998, 18). De esta forma, el carácter necesario, inevitable y positivo de la agresividad se convierte con la violencia en contingente, adquirida, evitable y negativa. Con la violencia estamos en el mundo de la sociología funcionalista, de la antropología, de la psicología social.

Para Clemente Díaz y Vidal Vázquez (1996, 20) la violencia «...tiene un carácter destructivo sobre las personas y los objetos, suponiendo una profunda disfunción social». Si consideramos la violencia como una disfunción social habrá que definir previamente el sistema de referencia que determina este carácter disfuncional. En definitiva, lo que pretendo apuntar es que el primer problema que debemos solucionar es cuándo nos encontramos con manifestaciones de agresividad y cuándo estas manifestaciones son de violencia. Es decir, dónde se encuentra la violencia en nuestra sociedad y, aún más importante, por qué se considera violenta una determinada manifestación. ¿Cuándo se simboliza como violentas determinadas conductas y quién pone la etiqueta de «violencia» a las mismas?

Cada sociedad, mediante el derecho, va estableciendo aquellos comportamientos violentos que considera punibles. Pero, como es sabido, el derecho habitualmente va por detrás de la realidad social. Antes de que un comportamiento determinado sea contemplado por las normas jurídicas se ha visto sometido a su discusión por la propia sociedad. Es en este debate público donde algunos actores sociales, con mayor o menor capacidad de influencia, van a crear un cierto clima de opinión. En este clima de opinión van surgiendo unos valores que se presentan como hegemónicos, y a partir de ellos se etiquetarán determinados fenómenos como violentos.

Si aceptamos estas ideas podríamos afirmar que lo que se considere violencia será producto de una convención social sujeta a negociación por parte de los actores sociales.

La conciencia y la sensibilidad en relación a la violencia de una sociedad van cambiando a lo largo de la historia. Me gustaría destacar esta idea de construcción histórica de la violencia. Así, en cada momento histórico, en el debate público sobre la violencia, se producirán zonas de consenso mayoritario, zonas de disenso y zonas de negociación sobre lo que cabría considerar como violencia (Rodrigo, en prensa). Evidentemente, los medios de comunicación participan activamente en estas discusiones sociales, cuando no son ellos los que las promueven. Además,

en esta interacción entre la sociedad y los medios de comunicación, estos últimos son influidos por la sociedad sobre la que, asimismo, influyen. Es decir que las distintas concepciones sociales sobre la violencia también se reflejan en los medios de comunicación. Un estudio diacrónico (Puig i Vilageliu, 1997) sobre las acciones violentas de la juventud que aparecen en la prensa ha puesto de manifiesto que la violencia que se asocia a los jóvenes ha ido cambiando a lo largo del tiempo, de acuerdo con las variaciones que se producen en la sociedad.

### 3. LA LÓGICA INFORMATIVA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Si aceptamos que cada sociedad tiene su propia concepción de lo que es violencia, habría que ver cómo los medios de comunicación encaran este fenómeno social. Para ello debemos analizar la producción informativa de los medios de comunicación. No quisiera que mis argumentos se tomaran como una justificación del trabajo de los medios de comunicación, sino simplemente como una explicación.

Los medios de comunicación tienen una serie de criterios para determinar cuándo un acontecimiento es noticia (Rodrigo, 1996). Estos criterios actúan en conjunto y según jerarquías cambiantes. Es decir que un acontecimiento que, en un momento, es considerado como noticia, en otro momento puede no serlo. Es conocido que en verano la información es muy distinta de la del resto del año.

¿Cómo actúan estos criterios de noticiabilidad en relación a la violencia? En primer lugar, hay que decir que los medios de comunicación se sienten atraídos por la violencia. Sin embargo, la violencia sería sólo uno de los posibles valores-noticia. Es sabido que para que un acto de violencia sea noticia en la prensa occidental, si procede de un país del Tercer Mundo, o mejor dicho de un país subdesarrollado, debe ser de mucha mayor intensidad que si procede de un país desarrollado, o mejor dicho subdesarrollante. En cualquier caso, un acontecimiento de violencia pública en la propia sociedad tiene muchas posibilidades de ser considerado noticia. Pero creo que habría que tener en cuenta que en la propia sociedad hay una cierta atracción morbosa hacia la violencia. A pesar de todo, las relaciones entre violencia y medios de comunicación son bastante complejas; como señala Cardús (1998, 26), «la relación entre televisión y violencia queda, de hecho, atravesada por un conjunto de otros factores culturales que, necesariamente, desmenuzan cualquier análisis monocausal. Más que considerar la televisión como causa de violencia, quizás habría que hablar de la televisión como ilustración casi perfecta de la violencia intrínseca de nuestra sociedad». Por mi parte no sabría decir si se trata de una ilustración tan perfecta, pero lo que parece cierto es que la violencia simbólica de los medios de comunicación se alimenta de ciertos comportamientos sociales considerados como violentos.

Por otro lado, también se plantea una disyuntiva difícil de resolver. ¿Qué es lo que debe hacer un medio de comunicación? En un mercado muy competitivo, un producto que tenga éxito comercial o, sobre todo, debe ser muy cuidadoso con el tipo de información que da. Es el dilema entre el negocio y la responsabilidad social de los medios de comunicación. Desgraciadamente las leyes del mercado

son las que imponen, valga la redundancia, su ley. Dicho más claramente, las cadenas de televisión utilizan las escenas impactantes de los hechos violentos como cebo para atraer la atención del público y para ganar más dinero (Obach, 1998, 33). Veamos un ejemplo que corresponde a la prensa: «El viernes 17 de marzo de 1978: el *Corriere della Sera* imprimió 883.082 ejemplares, con un aumento del 32 %, y vendió 738.594 ejemplares, con un aumento del 38,8 %. Aldo Moro había sido secuestrado la mañana anterior (...). El miércoles 10 de mayo, el día después del día más trágico para la República, el *Corriere della Sera* imprimió solamente 890.000 copias, (...) con un aumento de impresión del 42 %. Vendió 825.673 ejemplares con un incremento del 56,6 %.» (Barbiellini, 1984, 63-64).

Habitualmente, los medios se suelen escudar bajo el pretexto que dan lo que los lectores quieren leer. La duda que se plantea es si realmente este deseo existe de forma previa en sus lectores o si los propios medios son los encargados en crearlo.

A pesar de todo hay que tener en cuenta que es difícil romper esta dinámica informativa porque esa atracción hacia lo negativo y hacia cierto tipo de violencia ya está incorporada en las rutinas productivas de los periodistas. A veces cuesta comprender por qué los periodistas no se fijan más en los aspectos positivos del acontecer social. Pero téngase en cuenta que en los criterios de noticiabilidad impera lo negativo. Así, por ejemplo, difícilmente la reinserción social de una persona que ha estado en prisión es noticia. Evidentemente, siempre puede haber excepciones, como sería el caso de Eleuterio Sánchez. Pero hay que aceptar que es poco probable un titular del tipo «El ex-violador X no ha vuelto a violar». Además los efectos que podría tener un titular así son muy contraproducentes. Si se titula «El violador X no ha vuelto a violar», esta persona, a pesar de su reinserción, siempre estará estigmatizada como «violador», ya que incluso reinsertado así se le identifica. Si se titula «El señor X no ha vuelto a violar» el resultado todavía es más catastrófico porque en el fondo se insinúa que en cualquier momento puede volver a violar. Afortunadamente la noticia de la reinserción no es noticia, porque si lo fuera podría tener efectos catastróficos. Además, no nos engañemos, para un periodista la noticia sería: «El violador X ha vuelto a violar». ¿Significa esto que la reinserción no puede ser nunca noticia? No, significa que la reinserción por sí misma difícilmente será noticia, por consiguiente hay que convertirla en noticia. Hay que jugar con los criterios de noticiabilidad de los periodistas y ofrecerles un titular impactante. Por ejemplo, no se pueden ofrecer a un periodista sólo una serie de datos sobre la reinserción social porque, a menos que sea un periodista muy concienciado con el tema, no hará una noticia. Al periodista habría que ofrecerle estos datos pero además destacarle aquello que pueda constituir un titular. Por ejemplo, «Las mujeres se reinsertan más que los hombres», «Los presos catalanes se reinsertan antes», etc. Es decir hay que enseñarle el aspecto noticioso de la información. En este mismo sentido, un estudio del tratamiento de las informaciones aparecidas en la prensa sobre las instituciones penitenciarias pone de manifiesto que la política penitenciaria dirigida hacia la educación y la reinserción social no tiene apenas reflejo en la prensa (Sintas Capdevila, 1996).

En definitiva, en la lógica informativa de los medios de comunicación hay acontecimientos que se imponen por sí mismos, mientras otros deben presentarse de forma que tengan más posibilidades de ser noticia.

En segundo lugar, en ocasiones, la visibilización de la violencia puede ser un buen instrumento para atacar a la propia violencia. Debo hacer algunas puntualizaciones previas. En relación a la gestión de la visibilidad por parte de los medios de comunicación, hay que recordar con Thompson (1998, 197) que «los receptores no poseen el pleno control de su propio campo de visión; no son libres de mirar en una dirección u otra y de enfocar a diferentes individuos u objetos, como pueden hacer en situaciones de cara-a-cara. El campo de visión está estructurado por las organizaciones *mediáticas* y por procesos de filmación, reportaje, edición, sindicación, transmisión, etc., que constituyen parte de la actividad habitual de estas organizaciones». Es decir que esta visibilización o invisibilización de los acontecimientos es potestad, y uno de los mayores poderes, de los medios de comunicación.

Además también habría que diferenciar los géneros discursivos en los que aparece la violencia (Rodrigo, en prensa). Creo que lo dicho es aplicable a la violencia que aparece en los informativos, mientras que sería bastante dudoso por lo que se refiere a violencia en la publicidad (Perales, 1998) y en la ficción (Porter, 1998), donde se muestra de una forma estética o inverosímil. Veamos dos casos muy distintos de violencia en la información, como son la violencia doméstica y la Guerra del Golfo. La forma de denunciar la violencia doméstica es convirtiéndola en visible. La violencia doméstica ha existido como un tipo de violencia dentro del ámbito privado, en el que, salvo casos extremos, la autoridad pública no intervenía. Ha sido gracias a los medios de comunicación que se ha empezado a concienciar a la población que esta violencia no formaba parte de un problema interno de la familia, y que debía mantenerse en secreto, sino que se debía denunciar. Los medios de comunicación dan también argumentos para que las víctimas no se sientan, como sucede en ocasiones, culpables de la situación. Además, mediante la publicidad de la violencia doméstica también se obliga a los poderes públicos a opinar y esto puede conducir a una reforma legislativa que permita una mayor protección de las personas que sufren esta violencia doméstica.

En relación a la Guerra del Golfo quisiera decir que esta guerra fue posible para la opinión pública internacional porque fue una guerra que no se vio. A pesar del aparatoso despliegue de los medios de comunicación está claro que las imágenes que nos ofrecieron las televisiones, comandadas por la CNN, no se correspondían con los horrores de una guerra sino que se asemejaban más bien a un videojuego. Aún a riesgo de caer en una ucronía, es posible que la única forma de detener la Guerra del Golfo, o cualquier otra guerra, hubiera sido mostrarla en toda su crueldad.

Un hecho importante, que ya he mencionado, es que, más allá del horror que el espectador pueda sentir, la aparición de determinados actos de violencia en los medios de comunicación va a obligar a los poderes públicos a intervenir. Esto sucede cuando los poderes públicos están buscando un clima de opinión propicio para aplicar una política que, en otra circunstancia, tendría un menor apoyo social. Pero también es dable que suceda a causa de un efecto de bola de nieve, por la cual la repetición por parte de los medios de ciertos temas crea una situación pública que hace que no se puedan ignorar. Otra posibilidad es cuando los periodistas, con poder comunicativo, interpelan a los representantes políticos y les obli-

gan a tomar una posición ante un acontecimiento, a comprometerse. En este sentido, Jean Daniel (*El País*, 23 de octubre de 1993, p.17) nos explica como la invasión de Somalia por parte de los Estados Unidos estuvo precedida por una campaña televisada en favor de ella.

#### 4. LAS REPRESENTACIONES DE LA VIOLENCIA

Si tenemos en cuenta la lógica informativa de los medios de comunicación nos será mucho más fácil comprender qué imágenes sobre la violencia transmiten. Efectivamente la casuística de los acontecimientos en los que se detecta violencia y las noticias que los recogen es muy grande. Por mi parte me voy a centrar, sin ningún ánimo de exhaustividad, en algunos casos estudiados.

Un caso muy interesante es el tratamiento de la información relacionada con las drogas. Las imágenes que se han construido en torno a la información sobre drogas ha ido cambiando a lo largo del tiempo. Como apunta Montero (1990, 74): «A principios de los años ochenta, la drogadicción saltó a las páginas de la actualidad asociada inevitablemente al incremento de la delincuencia y como un componente más de la inseguridad ciudadana. Después, se resalta el hecho de que constituye una enfermedad con graves consecuencias personales y sociales. Recientemente, la droga se ha convertido en un problema universal que sobrepasa las fronteras de los Estados, como lo demuestran los grandes escándalos relacionados con las redes de tráfico y de blanqueo de dinero». Esto pone de manifiesto de qué forma los medios de comunicación construyen las noticias como una propuesta de conocimiento de la realidad social. Esta simbolización de los acontecimientos se suele producir en distintos tipos de acontecimientos. Así, Martínez Nicolás (1994, 97) en relación a la información sobre el sida señala que «la simbolización del sida fue el resultado de un proceso por el que algo que no era sino un *desorden natural* (una enfermedad nueva causada por un virus desconocido) se transformó primero en un *desorden moral* (el estilo de vida de los homosexuales, los drogadictos y las prostitutas) para acabar convirtiéndose en un *desorden social* (la amenaza de la enfermedad al conjunto de la población y a ciertos valores consolidados en las sociedades occidentales)». Esto es importante porque, por ejemplo, como señala Bañón Hernández (1998), la prensa puede construir un discurso racista. En ocasiones se trata de un racismo que manipula los testimonios orales y, en otras ocasiones, se trata de llamar la atención del lector con unos titulares claramente racistas. Veamos los siguientes ejemplos de titulares: «El extranjero preso en Lleida es negro y traficante, o magrebí ladrón o violador» (*El Segre*, 3 de noviembre de 1996, p. 39) o «Una mujer negra asesina a otra, blanca, para extraerle el feto y... así, tener un hijo» (*ABC*, 21 de noviembre de 1995, p. 91).

Esta representación de la realidad también se puede apreciar claramente si nos fijamos en qué secciones se coloca la noticia. Como señala Montero (1990, 76), «La droga ha ido dispersando su ámbito de acción y, a lo largo del tiempo, ha pasado del reducto fijo de la antigua sección de sucesos a la de internacional, estatal o de sociedad». Esto puede apreciarse muy claramente en la información

sobre determinados juicios que pueden aparecer, por ejemplo, en la sección de economía o en la de política, mientras que otros están en la sección de sociedad.

Sin embargo hay otros casos que siguen estando inevitablemente en el ámbito de sucesos o en la sección de sociedad, que da cabida a este tipo de acontecimientos. Moreno (1994) ha puesto de manifiesto que las informaciones sobre sucesos son narraciones construidas a partir de una matriz simbólico-dramática, de acuerdo con la terminología de Sunkel (1985). Esta matriz simbólico-dramática estaría relacionada con las formas narrativas tradicionales y correspondería a la prensa popular. Esta idea ha sido recogida por distintos autores (Barata, 1996; Castro, 1998). Como apunta Barata (1996, 81), «las noticias sobre el delito se formulan muchas veces como un cuento». Frente a esta matriz Sunkel (1985, 46-51) contrapondría las narraciones de matriz racional-iluminista, que se centraría más en la razón. Como apunta Moreno (1994, 41), ambos coexisten en los medios de comunicación, pero, habitualmente, las informaciones sobre delitos suelen utilizar la matriz simbólico-dramática o, en ocasiones, acaba subordinando lo racional a lo emotivo (Rodrigo y Veloso, 1995). Aunque es cierto, como indica Barata (1996, 73), que la información sobre el delito es «un discurso con un dramatismo que crece por el peso emotivo de imágenes que acaparan los primeros minutos de los telediarios y las portadas de los periódicos, con escenas que impresionan a los sentidos y dejan poco espacio para el razonamiento», esto no es aplicable a toda la información sobre delitos. Al igual que sucede con la información sobre el terrorismo (Rodrigo, 1991), nos encontramos ante muchos tipos de narraciones.

En ocasiones, en las informaciones sobre los delitos del terrorismo se ha producido una mezcla de distintos discursos. Hay que tener en cuenta que la realidad discursiva periodística es muy rica y variable. Recordemos con Barthes (1964, 188) la siguiente diferenciación: «He aquí un asesinato: si es político, es una información, si no lo es, un suceso (...); en el primero, el acontecimiento nos reenvía necesariamente a una situación extensiva que existe fuera de él, antes y alrededor suyo: la política; la información no se puede comprender inmediatamente, sino que sólo puede ser definida en relación a un conocimiento exterior al acontecimiento, que es el conocimiento político...». Hecha esta puntualización, creo que se puede afirmar, con los autores citados, que determinados discursos periodísticos sobre la violencia y el delito, seguramente los que corresponden a la representación mediática de los sucesos, tienen una estructura melodramática que sintoniza perfectamente con las representaciones de la cultura popular en su forma actual de cultura de masas.

## BIBLIOGRAFÍA

- BAÑÓN HERNÁNDEZ, A.M. «El discurso racista de la prensa y la manipulación de los testimonios orales». En: *Voces y Culturas*, 13, I semestre, 1998, p. 113-120.
- BARATA, F. «El drama del delicto als *mass media*». En: *Trípodos*, 2, 1996, p. 69-81.
- BARBIELLINI, G. «Responsabilidad de los medios informativos II». En: *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». En: *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». En: *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». En: *Anàlisi*, 16, 1994, p. 89-105.
- MONTERO, M.D. «La noticiabilitat de les drogues il·legals a la premsa». En: *Anàlisi*, 13, 1990, p. 73-87.
- MORENO, A. «Premsa de successos: models de marginació i integració social en els processos de mobilitat social». En: *Anàlisi*, 16, 1994, p. 35-54.
- OBACH, X. «La violència als informatius de televisió». En: *Quaderns del CAC*, 2, octubre de 1998, p. 31-34.
- PERALES, A. «La violència com a valor afegit». En: *Quaderns del CAC*, 2, octubre de 1998, p. 43-54.
- PORTER, M. «El televident violent». En: *Quaderns del CAC*, 2, octubre de 1998, p. 28-30.
- PUIG I VILAGELIU, J. *Juventut i violència en un diari de referència* (trabajo inédito). Barcelona: Centro de Estudios Jurídicos y Formación Especializada, 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» (en prensa). En: *Tripodos*, 6.
- RODRIGO, M.; VELOSO, R. «Crónica de uma morte pré-determinada». En: *Comunicação&Política*, v. 1, 2, 1995, p. 207-216.
- SANMARTÍN, J. «Violencia: factores biológicos y ambientales, con especial referencia al cine y la televisión». En: 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* (trabajo inédito). Barcelona: Centro de Estudios Jurídicos y Formación Especializada, Generalitat de Catalunya, 1996.
- SUNKEL, G. *Razón y pasión en la prensa popular*. Santiago de Chile: Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1985.
- THOMPSON, J.B. *Los medios y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.