

MONTSERRAT QUESADA PÉREZ

Catedràtica de la Universitat Pompeu Fabra

1. INTRODUCCIÓ

Gairebé des de l'inici de la televisió, el món anglosaxó —pioner en els estudis sobre violència— ha alertat dels efectes indesitjables que deriven de l'ús i l'abús de les imatges violentes emeses per aquest mitjà audiovisual. Els britànics, amb un discurs més alarmista, van arribar en el passat a validar una relació causal entre la programació violenta de la televisió i els comportaments violents de determinades audiències infantils i juvenils (Buhler, 1985). Els nord-americans, en canvi, han estat més moderats en les seves conclusions, a pesar de mantenir la possibilitat de la relació de causa-efecte com no del tot descartable (Huesmann, 1982; Donnerstein, 1998).

Que la violència a la televisió i els seus efectes sobre les joves audiències preocupa ho demostra el fet que els estudis sobre aquest tema daten de principis dels anys seixanta, és a dir, des de només quinze anys després que els aparells de televisió es popularitzessin i fossin assequibles per a totes les capes socials. Des d'aleshores, els científics socials, molt especialment els psicòlegs, els sociòlegs i els pedagogs, han analitzat el fenomen i sovint han arribat a conclusions enfrontades —de vegades, també absurdes—, amb les quals s'ha endimoniaat la televisió i s'ha condemnat com a responsable d'un dels mals socials més preocupants: la delinqüència infantil i juvenil (Quesada, 1998). He de cridar, però, l'atenció sobre el fet que la majoria d'aquests estudis s'han fet des de fora del mitjà televisiu, amb desconeixement del seu funcionament intern. I aquesta feblesa metodològica explica en part alguns dels buits que habitualment presenten aquestes recerques i també el to apocalíptic amb què, de vegades, es proclamen les seves conclusions.

No tinc l'ànim de desqualificar cap estudi, ni per l'enfocament disciplinari triat ni per la metodologia, ni tampoc pel desacord que pugui manifestar amb alguns dels resultats obtinguts. Amb aquestes planes només pretenc posar a debat unes quantes reflexions sobre el tipus de relació que hi ha entre la violència i la televisió

i, molt especialment, entre el periodisme televisiu i les notícies violentes. Una relació que està determinada, d'una banda, pel comportament de les audiències i, de l'altra, per les directrius professionals dels caps de programació dels canals de televisió. Tot plegat, una conjunció d'elements que converteixen aquesta relació en desitjable per a totes dues parts i que res no fa preveure que es modifiqui en el futur, almenys mentre continuï comandada per les exigències comercials de les empreses que s'anuncien a través del mitjà televisiu.

2. LES FUNCIONS DE LA TELEVISIÓ

36

La televisió ha esdevingut un electrodomèstic imprescindible per a les societats urbanes. Amb les seves tres funcions bàsiques: l'entreteniment, la informació i l'educació, ha sabut atreure tota mena d'audiències, independentment del grau de satisfacció de les necessitats que s'obtingui del seu ús. Podem viure sense un rentaplats o sense un bon equip de música, però no podem prescindir d'un televisor que, a més a més, col·loquem en un lloc preferencial del menjador o de la sala d'estar, presidint l'espai comunitari. I l'utilitzem tothora, tant quan hi seiem al davant i li prestem atenció com quan li girem l'esquena en un intent d'ignorar-lo. En les societats urbanes modernes un televisor en funcionament és símptoma de normalitat.

Sí el que busquem és entreteniment, la televisió té una oferta considerable. N'hi ha per a tots els gustos: pel·lícules, concerts de música, espectacles esportius, magazins, telesèries i *reality show*, sense oblidar els dibuixos animats i els programes infantils per als més joves de la casa. És clar, seria preferible utilitzar el temps d'oci per sortir de casa i anar al cinema, al teatre, a un camp de futbol, o a veure un espectacle infantil; però tothom deu estar d'acord que aquestes activitats lúdiques no les podem fer cada dia ni a qualsevol hora. Des d'aquesta perspectiva, els productes succedanis que ens ofereix la televisió cobreixen bé les nostres expectatives d'entreteniment i treuen una nota molt alta en la relació qualitat/preu. No seria honest demanar gaire més a un producte que no ens costa ni cinc.

Sí el que busquem en la televisió és informació, trobem que és l'únic mitjà de comunicació —amb l'excepció recent de la xarxa Internet a la qual encara no tothom s'ha connectat— que ens permet assabentar-nos del que passa en el món mitjançant les imatges reals. Preferim *veure* què ha passat abans que *llegir-ho*, malgrat que aquesta preferència impliqui deixar escapar informació fonamental per entendre els antecedents i les conseqüències d'allò que ha passat. Acredita aquesta afirmació la comparació entre les xifres de teleespectadors i el tiratge dels diaris. En aquesta preferència per la televisió intervé molt directament la fascinació per les imatges. La vella dita que «una imatge val més que mil paraules» es fa realitat per als teleespectadors perquè la imatge permet la connexió emocional amb allò que es mostra i no requereix l'esforç d'atenció i de concentració que necessita la lectura. No podem entendre una notícia del diari si estem parlant per telèfon o rentant els plats del darrer àpat; en canvi, sí que podem entendre aquesta mateixa notícia mostrada amb imatges per la televisió mentre fem les mateixes tasques. És evident que la lectura ens donaria més aprofundiment en el coneixement dels fets

i, fins i tot, ens duria a reflexionar sobre allò que llegim, però no acostuma a ser això el que busquem quan ens acostem a un programa informatiu de televisió. La complexitat del món modern i la globalització de la informació ens condemna a cercar informació ràpida, atractiva i superficial, i aquesta necessitat està en general ben atesa per la televisió. Ho prova el fet que ja a hores d'ara funcionin amb èxit els canals de vint-i-quatre hores d'informació i que els telenotícies tradicionals hagin ampliat el seu temps de durada fins als quaranta o cinquanta minuts: uns canvis que lògicament només es justifiquen perquè així ho demanen les audiències.

Si el que volem és educació a través de la televisió, també tenim alguna possibilitat d'oferta educativa, a pesar que aquesta funció és la que més dificultats ha tingut sempre per implantar-se entre les audiències infantils. Té en contra els hàbits d'ús de la televisió. Tothom, sobretot les criatures, estem acostumats a utilitzar la televisió com a mitjà d'entreteniment; no busquem aprendre res nou, sinó simplement passar l'estona i distreure'ns una mica. Aquest hàbit està tan arrelat en els telespectadors que és difícil introduir la televisió educativa en la quotidianitat. Les darreres tendències pedagògiques —amb les quals es treballa cada cop més— ja inclouen l'ensenyament de la televisió com a instrument útil per a l'educació i com una eina que ha de ser habitual a les escoles (Obach, 1998). Però, junt amb aquest esforç dels responsables de l'educació infantil, cal que els canals de televisió dediquin més temps i diners a oferir una programació educativa de qualitat, amb formats més atractius i que potencïi la creativitat dels usuaris.

3. PER QUÈ AGRADEN TANT A LA TELEVISIÓ LES IMATGES VIOLENTES?

Des del seu començament, la televisió ha competit amb la ràdio i la premsa per fer-se un lloc en l'àmbit de la informació. La crisi de la premsa que va haver-hi a Europa als anys setanta va fer diversificar les competències informatives dels tres mitjans de comunicació tradicionals, de manera que allò que s'entén com a legítima competència no comportés la desaparició o la subsistència precària de cap d'ells. La fórmula que finalment es va imposar va quedar resumida amb la frase següent: la ràdio anunciarà la informació, la televisió la mostrarà i la premsa l'explicarà. Un repartiment de funcions que s'ajusta extremadament bé a les característiques tècniques de cadascun d'aquests mitjans i que també coincideix amb allò que cada usuari espera del mitjà que tria per informar-se.

La televisió, doncs, es va erigir com la més capaç per *mostrar* allò que passa en el món mitjançant les imatges. Però no qualsevol imatge és bona per convertir-se en integrant natural dels programes informatius de televisió. El món actual està ple de fets noticiables que interessen la població però que, malauradament, no sempre generen imatges o almenys imatges prou atractives com per ser recollides per la televisió; i sense imatges no hi ha notícies. Però més greu que la manca de notícies per l'absència d'imatges —els usuaris sempre podem recórrer als altres mitjans de comunicació— és el fet que sovint se'ns mostren imatges que no representen cap notícia: habitualment imatges espectaculars, imatges atractives i tècnicament impecables que mostren uns fets que no aconsegueixen cap criteri de noticiabilitat.

Els periodistes seleccionen, del conjunt de la informació a què tenen accés, aquells fets —fets *periodístics*, en l'argot— que consideren importants per les seves conseqüències, per la preeminència dels implicats o per l'interès humà que continguin. Els periodistes de televisió, a més a més d'aquests criteris universals de noticiabilitat (Galtung i Ruge, 1980), seleccionen la informació en funció de la disponibilitat d'imatges. La imatge per a la televisió cal que sigui en moviment, cal que mostri que alguna cosa succeeix. La televisió, com a hereva del cinema, busca imatges d'acció. El periodisme a la televisió busca l'acció i triomfa quan, a més, ofereix espectacle. Els grans directors de cinema coneixen bé aquesta recepta i els periodistes de televisió saben que també funciona amb el format informatiu de la televisió. Aquesta és una de les explicacions per entendre el perquè de la baixíssima audiència dels programes documentals, malgrat la gran qualitat que en general els caracteritza. La vida dels animals s'explica amb imatges per a la televisió que, lògicament, tenen moviment, però ben poques vegades aquest moviment arriba al grau de l'acció i moltes menys al grau de l'espectacle. El ritme i el to narratiu dels documentals sol ser massa lent per la manera ràpida amb què ens agrada mirar la televisió.

I de tot el conjunt d'imatges possibles, les que reflecteixen fets violents són les que satisfan més les expectatives professionals de qualsevol periodista de televisió. En la violència hi ha acció i hi ha espectacle, i també hi ha uns altres elements valuosos, com l'interès humà i la capacitat de crear alarma social, que fan que la notícia violenta sigui la notícia per excel·lència i les imatges d'aquesta notícia violenta les predilectes per a la televisió. Les males notícies són més notícia perquè provoquen alarma social (Gomis, 1989) i, de totes les males notícies possibles, les notícies violentes són les que més alarma provoquen, especialment si ens les comuniquen mitjançant les imatges. El fet violent ha passat, ningú no sap per què, ningú tampoc no l'entén, però tothom sospita i tem que es pugui tornar a repetir en qualsevol moment, fins i tot a casa nostra. I aquest temor fa que la societat en parli, ho comentí i exigeixi als mitjans de comunicació, molt especialment a la televisió, tota la informació i, sobretot, totes les imatges.

L'element *violència* com a criteri de noticiabilitat ha guanyat la partida a l'element *proximitat*, en una època on la globalització de la informació ha anul·lat les distàncies geogràfiques i en què el més important és visionar les imatges de la darrera massacre, malgrat que no ubiquem el lloc on ha succeït ni entenguem gaire les causes ni els antecedents que explicarien el conflicte.

D'altra banda, l'element violència ha encaixat tan bé en el format televisiu que ha aconseguit modificar i ampliar allò que s'entenia per *interès públic*. Abans, els informatius de televisió s'ocupaven preferentment de la violència pública i no existien els programes de *reality show*. Ara, els informatius, a més d'ocupar-se de la violència pública —és a dir, els conflictes bèl·lics, les catàstrofes naturals, les accions de violència política...— s'ocupen també de la violència d'àmbit privat, en què els mitjans de comunicació abans mai no havien gosat penetrar. Cada cop hi ha més parcel·les de la intimitat personal que envaeixen l'esfera pública i que esdevenen notícies principals en els mitjans. Només a tall d'exemple, pensem en tota la informació que ha generat l'afer Clinton-Lewinsky, la que va generar el cas

de Lorena Bobbitt, o tota la informació sobre la violència conjugal que suporten les dones víctimes de maltractaments.

L'ampliació de l'àmbit privat assoleix unes cotes que, tan sols deu anys enre, eren inimaginables si parem ara l'atenció en els programes *reality show* que omplen la programació de tots els canals de televisió. Els *reality show* estan farcits de continguts extremadament violents, psicològicament parlant. El fet que s'expliqui davant la càmera un drama humà narrat directament per algun dels seus protagonistes, ignorant l'acció mediadora i neutral del professional de la informació, ja implica una violència psicològica molt considerable, tant per a qui el pateix —la víctima del fet— com per a qui el comparteix pel simple fet d'escoltar-lo i d'impli-car-s'hi emocionalment —la víctima simbòlica.

4. PER QUÈ AGRADEN TANT A LES AUDIÈNCIES LES IMATGES VIOLENTES?

El gust de les audiències per les imatges violentes no és d'ara ni tampoc va néixer amb la televisió. Durant dècades el cinema ha utilitzat la violència, amb totes les seves vessants, per produir pel·lícules d'èxit, a més de bones pel·lícules. Tant se val que la violència sigui psicològica —com a *La muerte y la doncella*, de Polanski— o purament física —com a *La naranja mecánica*, de Kubrick—; el cas és que les imatges violentes, els arguments violents i les relacions de conflicte agraden i «enganxen» una audiència que opta per utilitzar-les com a instrument de catarsi de les seves pròpies desgràcies («sempre hi ha algú que s'ho passa pitjor que jo») o com a mitjà per cremar adrenalina sense haver d'encarar-se amb ningú ni moure's de la butaca.

Ens pot costar d'acceptar, però la televisió des del seu naixement ja tenia el destí traçat. Sobretot perquè, al marge del servei públic que necessàriament se li ha d'exigir, tothom accepta que les empreses —també les de televisió— han de ser rendibles i, en el cas que tractem, aquesta rendibilitat implica que siguin capaces d'arrossegar xifres molt altes d'audiència. Els telespectadors, ja molt habituats a veure pel·lícules de trets, cops de puny i violència galàctica, no s'exclamen quan contemplen a les seves pantalles de televisió imatges duríssimes de violència real. Imatges, en tot cas, que els interessen i els atreuen, no només per sentir-se ben informats, sinó també perquè poden compartir preocupacions i sentiments quan després parlen d'allò que han vist a la televisió.

Altrament, l'èxit dels programes *reality show* no es pot explicar si no es té en compte aquesta mena d'atracció fatal que les audiències senten per les desgràcies dels altres: persones anònimes que s'ofereixen a explicar davant la càmera la seva tragèdia personal i que fan públiques unes intimitats i unes situacions privades que, probablement, sense la intervenció de la televisió no haurien explicat mai ni al veí del costat de casa. El protagonisme que donen només deu minuts de sortir a la televisió és prou recompensa per a aquells que pateixen i se senten ignorats i, fins i tot, menyspreats per la resta del món. I, a l'altre extrem d'aquest sistema de comunicació, els telespectadors reaccionen positivament compartint a distància la tragèdia de l'altre i expressant la seva solidaritat amb el sol fet de prémer el comandament del televisor.

Quan els programes *reality show* van arribar a Espanya, adaptant la fórmula d'èxit italiana, algú es va arriscar a dir que serien una moda passatgera, que l'audiència s'atiparia aviat d'aquesta mena de programes lacrimògens i poc creatius. Ara comprovem que aquells pronòstics anaven errats. Hi haurà *reality show* durant força temps, amb una oferta cada cop més diversificada, en què l'element violència estarà més i més present, i estirarà audiències insospitades. L'última modalitat de *reality show* que aviat veurem a casa nostra ens arriba directament del Japó: els concursos on els participants no s'aturen davant la possibilitat de prendre mal de debò. Al capdavall, què importa una cama trencada si a canvi poden sortir a la televisió i guanyar algun tipus de premi que, segurament, no els resoldrà cap problema ni els treurà de cap necessitat? Què en faran, d'una enciclopèdia il·lustrada o de vuitanta quilos de cereals, segons què vengui l'espònsor del programa? L'únic que és segur és que aquí també funcionaran com a programes per a grans audiències i que, a més de fer-nos passar una estona entretinguda, podrem fins i tot riure del mal que aniran prenent els participants d'aquests concursos.

5. EL RISC DE TRASPASSAR LES FRONTERES

Independentment de quin sigui el gust de les audiències i de l'encert o desencert de les programacions de televisió, és important parar atenció al perill que comporta traspassar la frontera que separa la violència de ficció de la violència real que hi ha en el món. El fet que tradicionalment la televisió s'hagi utilitzat com a mitjà d'entreteniment pot provocar que els telespectadors ens mirem amb la mateixa actitud i amb la mateixa expressió facial la darrera pel·lícula d'en Tarantino i el darrer informatiu monogràfic sobre la tragèdia dels refugiats albanokosovars que fugen del seu país. La manca de profunditat i d'anàlisi de la informació que caracteritza el format televisiu ajuda a adoptar aquesta actitud passiva i insensibilitzada dels telespectadors addictes.

D'altra banda, els intents d'incorporar experts en els informatius de televisió per explicar l'actualitat periodística mai no han funcionat a casa nostra perquè, quan així s'ha fet, han derivat erròniament cap a l'opinió, passant per alt el fet que de l'expert es demanen dades contrastades que ajudin a formar una opinió documentada. Un problema molt similar és el que pateix el periodisme especialitzat quan vol treballar en l'àmbit televisiu. Gairebé no hi ha programes especialitzats en informació política, econòmica o laboral, a pesar que aquests tres àmbits temàtics són els que més afecten la vida quotidiana de la ciutadania. Els pocs que s'emeten tenen l'índex d'audiència situat en el llindar del mínim suportable per al mitjà televisiu. Però el fet que els índexs d'audiència hi vagin en contra no és motiu suficient perquè els professionals de la informació que treballen per a la televisió no mirin d'aprofundir en l'element interpretatiu com a mitjà imprescindible per ajudar a entendre a les seves audiències les imatges que els ofereixen.

Interpretar vol dir explicar sense prendre-hi partit; vol dir també contextualitzar la realitat social que mostren les imatges amb explicacions que ajudin a entendre, des d'un punt de vista neutral, allò que surt a la petita pantalla. Aquest esforç afe-

git d'explicar les imatges —encara que segurament ja tenen el seu propi codi d'interpretació— implica allunyar-se de l'espectacle visual de la informació i acostar-se una mica més a les causes i les conseqüències que sempre són al darrera de qualsevol imatge violenta. Per aquesta raó, ja comença a ser urgent que els realitzadors de televisió treballin en la definició d'un llenguatge audiovisual vàlid per a la televisió com a mitjà informatiu, deixant de banda la rigidesa dels paràmetres cinematogràfics que donen prioritat als enquadraments espectaculars.

També els caps de programació de les diferents televisions han de facilitar que els seus periodistes assoleixin amb rigor professional la funció social d'informar adequadament la població de la realitat que ens envolta. Mentre la primera necessitat continuï sent la captació d'audiències, serà difícil apropar-nos a una programació de qualitat en la qual el periodisme televisiu deixi de prioritzar la violència com l'element més desitjat. I ja posats a suggerir camins per modificar aquesta mena de relació inevitable entre les grans audiències i les programacions violentes de televisió, no podem ignorar el gran profit que poden treure els agents socialitzadors clàssics —sobretot les famílies i les escoles—, de conèixer el mitjà televisiu per dins. Això implica acostar-se a les exigències tècniques del medi i el seu funcionament, i també entendre els interessos comercials —tan sovint indefensables— que fan imposar els seus criteris crematístics.

Si estem amoïnats perquè les audiències infantils poden prendre mal d'abusar de tantes hores de televisió, cal que fem alguna cosa. I potser la més urgent és conèixer a fons aquest objecte del nostre desig, abans d'admetre passivament que ens ompli la vida amb imatges espectaculars de les quals no podem fugir.

6. DARRERES CONSIDERACIONS

A l'últim, vull afegir que és cert que hi ha un excés d'imatges violentes en totes les programacions de televisió, però això no és un fet nou. Ja l'any 1965 l'Institut de Ràdio i Televisió va fer un estudi que quantificava el nivell d'imatges violentes, en una televisió controlada pel règim franquista, en un 25 %. Crida l'atenció d'aquell estudi que aquest percentatge de violència es localitzés primordialment en els films i també en els dibuixos animats. El fet que en el present aquest percentatge hagi crescut fins a xifres inacceptables no vol dir que la violència social hagi crescut també amb la mateixa proporció. De fet, en els darrers cinc anys l'índex de delinqüència en tot el món occidental ha disminuït un 5 %.

Pel que fa als menors violents, cal recordar que és un fenomen que neix durant els anys vuitanta, coincidint amb dos fets socials que no tenen res a veure amb la televisió: la introducció de la droga a les grans ciutats occidentals i els reclutaments de criatures per part de les bandes que controlen el narcotràfic en els països en vies de desenvolupament. Les xifres actuals diuen que els menors violents representen a Espanya una part molt petita de la població infantil i adolescent: la xifra global de nens gira al voltant dels deu milions, mentre que no arriben a cent els que algun cop han estat implicats com a protagonistes en fets violents extrems (assassinats, atracaments amb armes o violacions).

De totes maneres, l'excés d'imatges violentes a la televisió no sempre ha comportat efectes negatius o indesitjables per a les audiències (Colombo, 1997). Per exemple, la imatge d'una nena vietnamita corrent nua per una carretera amb l'esquena cremada pel napalm va servir per conscienciar l'opinió pública mundial i forçar el govern nord-americà a negociar l'armistici en la Guerra del Vietnam. O la imatge terrible de la petita Omayra, que va morir lentament davant les càmeres de televisió en quedar atrapada per l'erupció del volcà Arneró a Colòmbia l'any 1985, que va servir perquè obríssim els nostres sentiments de solidaritat envers Hispanoamèrica; això s'ha fet ben palès amb tot l'ajut humanitari que la ciutadania espanyola ha fet arribar a les persones afectades per l'huracà Mitch.

Finalment, vull recordar que cal que hi hagi una veritable motivació política per aprofundir en moltes de les qüestions que s'apunten en aquest article des dels paràmetres de la comunicació. Sense motivació política no hi ha prou finançament per a la recerca, entesa d'acord amb la interdisciplinarietat de les ciències socials. I sense finançament no serà possible analitzar amb metodologia científica els litres de tinta que tots hem escrit a propòsit d'aquest tema. No és suficient extrapolar les conclusions d'estudis fets en un altre àmbit geogràfic i en una altra època històrica per creure que tenim respostes vàlides als problemes d'avui; la violència real que hi ha en el món actual és un tema massa important perquè les nostres institucions no esmercin els esforços que es mereix.

BIBLIOGRAFIA

- BUHLER, W.L. *La televisión en la infancia. ¿Medio educativo veneno?* Madrid: Rudolf Steiner, 1985.
- CENTRE D'ESTUDIS JURÍDICS I FORMACIÓ ESPECIALITZADA. *Estadística bàsica de la Justícia a Catalunya*. Barcelona: Departament de Justícia, Generalitat de Catalunya, 1997.
- DONNERSTEIN, Edward. «¿Qué tipo de violencia hay en los medios de comunicación? El contenido de la televisión en los Estados Unidos». Dins: *Violencia, televisión y cine*. José SANMARTÍN, James S. GRISOLÍA y Santiago GRISOLÍA (ed.). Barcelona: Ariel, 1998, p. 43-66.
- GOMIS, Lorenzo. *Teorías dels gèneres periodístics*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, Generalitat de Catalunya, 1989.
- HUESMANN, L.R. «Television violence and aggressive behavior». Dins: D. PEARL, L. BOUTHILET; J. LAZAR (ed.). *Television and behavior: Ten years of programs and implications for the 80's*. Washington, DC: U.S. Government Printing Office, 1982, p. 126-137.
- OBACH, Xavier. *Com veure la TV?* Barcelona: CAC, Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 1998.
- QUESADA, Montserrat. «La recerca sobre els efectes de la violència mediàtica». Dins: *Trípodos. Violència i televisió*. Barcelona: Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, Universitat Ramon Llull, 1998, p. 69-76.

De *Ripper* al pederasta: un recorregut per les notícies, les seves rutines i els pànics morals

FRANCESC BARATA VILLAR

Periodista i professor de la Facultat de Ciències de la Comunicació
de la Universitat Ramon Llull

43

1. INTRODUCCIÓ

Fa poc més de cent anys, la incipient premsa de masses va fer possible que l'assassinat de cinc prostitutes en els barris marginals del Londres victorià es convertís en un dels capítols més destacats de la història criminal. Les notícies sobre *Jack l'Esbudellador* van provocar tanta por com curiositat. En primer lloc va generar un veritable debat moral sobre el sexe il·legal, en segon lloc va servir per a una lluita aferrissada per l'audiència, on l'interès del lector va ser hàbilment explotat per la premsa popular.

Amb el ressò de les narracions sobre el terrible *Ripper* es van formular els primers interrogants sobre el paper dels mitjans de comunicació en la creació dels anomenats pànics morals. Han passat cent anys i moltes de les primeres qüestions que van plantejar sociòlegs i criminòlegs encara són vigents, amb una actualitat que, si més no, reafirmen la complexa dimensió del tema i la necessitat de continuar investigant.

Aleshores no van ser poques les veus que van criticar la publicació d'aquelles narracions en les pàgines dels diaris populars i sensacionalistes venuts per uns adolescents que semblava que sortissin de les novel·les de Dickens. Ara, una mirada inquisidora es concentra sobre el tub catòdic cada vegada que hi ha una onada d'alarmisme social, com la que va succeir el passat mes d'abril després de la matança d'adolescents en un col·legi de la ciutat nord-americana de Littleton. «La tragèdia de Colorado, ha estat un llegat de la nostra tecnocultura: el joc de vídeo *Doom* o la pel·lícula *Natural Killers* (*Assassins per naturalesa*)?», es pregunta als lectors des de les pàgines de la revista *Newsweek*.

Aquestes i altres preguntes tenen respostes difícils, però l'estudi de la relació entre la inseguretad ciutadana i els mitjans de comunicació ja ha donat algunes certeses que causen grans preocupacions. Aquestes inquietuds recobren més