



APROPIACIONES DE LOS PÚBLICOS EN TORNO A LA NOTICIA DE INSEGURIDAD

AUDIENCE APPROPRIATIONS ON INSECURITY NEWS

Brenda Focás

Instituto de Altos Estudios Sociales, Universidad Nacional de San Martín;

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas

bfocas@conicet.gov.ar

Resumen

Este artículo se inscribe en el debate acerca de los procesos de recepción en relación a los consumos mediáticos. Específicamente, se analizan las interpretaciones y construcciones de sentidos que los públicos hacen de las noticias de inseguridad. Para ello se propone los siguientes objetivos: en primer lugar, debatir los fundamentos de los conceptos de audiencias y públicos en las investigaciones en comunicación; en segundo lugar, indagar en distintas dimensiones sobre el proceso de recepción y circulación de las representaciones mediáticas del delito como las llamadas “olas de inseguridad”, la credibilidad de las noticias y la incidencia de la reiteración de la misma información en los consumidores mediáticos. A partir de un estudio cualitativo, basado en entrevistas en profundidad con sujetos que habitan en dos barrios porteños con alta percepción del delito y el uso de disparadores audiovisuales (noticias de inseguridad), el trabajo cuestiona el lugar de los medios de comunicación como principales actores en la generación de temores sociales. En cambio, se propone vislumbrar distintos entramados de sentido, e incluso ir más allá de los medios, para observar el papel fundamental que tiene la experiencia y la comunicación interpersonal en los procesos de consolidación de determinadas creencias y comportamientos sobre la inseguridad.

Abstract

This article analyzes in different dimensions the interpretation processes on public security news and, in order to achieve that aim, the following objectives are proposed. Firstly, to discuss the foundations of the concepts of audience and public in Communications Research. Secondly, to investigate in different dimensions the process of reception and circulation of crime media representations such as the so-called "waves of insecurity", news credibility, and the impact of repetition of the same



information on media consumers. Based on a qualitative study with in-depth interviews to subjects living in two neighborhoods of Buenos Aires characterized by a high perception of crime, and the use of audiovisual triggers (news of insecurity), this article questions the perspectives that tend to simplify the social influence of the media at generating social fears. Instead, the apprehension of different structures of meaning is proposed, going beyond the media in order to observe the fundamental role of experience and interpersonal communication in the processes of consolidation of certain beliefs and behaviors related to insecurity.

Palabras clave: recepción; noticias televisivas; inseguridad; experiencias; comportamientos.

Keywords: Reception; TV News; Insecurity; Experiences; Behaviors.

¿Audiencias o públicos?

Los estudios de recepción constituyen un subcampo académico relevante dentro de los estudios de comunicación. En este artículo tiene la intención de rastrear las percepciones-interpretaciones de los sujetos en relación con las narrativas mediáticas de la inseguridad y, con este fin, se entiende la recepción como un proceso de construcción de sentidos; por lo tanto se busca acceder a las percepciones de la inseguridad que se forman en el consumo de medios y que, junto con otras experiencias, se incorporan a las prácticas cotidianas. Estos abordajes cobran relevancia debido a la necesidad, en sociedades globalizadas, de un conocimiento cabal de los procesos a través de los cuales se otorga sentido a los referentes mediáticos. Las interpretaciones que hacen los sujetos ponen en cuestión su aceptación, negociación y/o resistencias en un proceso de consolidación de sentidos que inciden en la producción de su cultura y de sus prácticas cotidianas.

Para analizar las percepciones de la seguridad que se configuraban en relación con los medios de comunicación, fue necesario centrarse en una discusión clave dentro de este campo de estudios basado en la distinción conceptual entre audiencias y públicos. Las configuraciones de sentido que arrastra cada uno y la elección, en ese sentido, de un abordaje teórico metodológico productivo para los estudios de recepción, fueron claves en el desarrollo de este artículo. Los análisis de audiencias y de públicos, si bien se mueven dentro del mismo campo semántico, se trazan sobre diferentes cuerpos teóricos y no refieren a realidades completamente separadas. En pocas palabras, el concepto de audiencias remite al ámbito privado, a las



investigaciones cuantitativas de mercado y a los estudios clásicos de recepción, mientras que el de públicos, en la mayoría de los casos, refiere a actores colectivos involucrados en procesos políticos y culturales, y en ese sentido esa definición resulta fructífera en este estudio. Para Dayan (2005: 49), los públicos están interesados en asuntos (*issues*) y no en situaciones particulares, y son actores fundamentales en el “establecimiento de la agenda”, lo que el autor define como la “conducción de la atención pública”. En ese sentido, el público para constituirse como tal necesita antes ser audiencia por tres razones: (1) cuando responde a un asunto, se trata de situaciones mediadas a las que está expuesto como audiencia; (2) necesita de los medios para llegar a más miembros; y (3) las destrezas necesarias para convertirse en público no se adquieren sino en los medios (Dayan, 2005). Por lo tanto, de diferentes maneras, los medios de comunicación son cruciales para los públicos de hoy en día (y para las audiencias) en invitar, dar forma y administrar la focalización de la atención general y, por lo tanto, la construcción de las ficciones colectivas a través de las cuales los públicos llegan a ser, actúan y, finalmente, mueren (Livingstone, 2005).

A partir de este debate teórico-epistemológico, en este artículo, me propongo sistematizar las percepciones de los entrevistados en relación con la construcción de la inseguridad como un asunto estable en la agenda mediática de los últimos 10 años. Dicho esto, considero que no puede pensarse ni analizarse en forma separada la producción y la recepción-circulación de la información mediática delictiva porque es justamente en la circulación de la información (que excede a los medios) donde se construyen y consolidan ciertos sentidos vinculados con lo seguro y lo inseguro.

Discusión

En relación con la influencia de las noticias criminales, los aportes de estudios internacionales han sistematizado diferentes paradigmas. Liska y Baccaglini (1990), en su trabajo sobre el impacto de las noticias en diarios de ciudades estadounidenses, incorporaron el concepto de “sentirse seguro por comparación”. La emisión cotidiana de imágenes relacionadas con lo delictivo producía una pérdida de impacto por la repetición; de este modo, el miedo al crimen aparecía sólo cuando se trataba noticias locales, de una víctima aleatoria o con la que era posible identificarse. De lo contrario se consolidaba una sensación de seguridad local. Otros investigadores especializados (Romer, Jamieson y Aday, 2003; Roger, 2005) relativizan la relación de las noticias con el miedo al crimen e incorporan otras variables que inciden en él, como la fuente que emite la información y el lugar donde sucedió el crimen. También las tasas de



delitos, la experiencia como víctima y la percepción de las noticias como “realistas” o “exageradas” influyen en el consumo (Chiricos, Padget y Gertz, 2000). Por otro lado, la frecuencia puede incidir en la percepción del riesgo, pero sobre todo la exposición a emisiones con temáticas relacionadas al crimen (Ditton, Derek, Farrall, Gilchrist Bannister, 2004). Otros estudios (Tyler y Cook, 1984) hablan de un “efecto impersonal”, porque si bien los medios colaboran en consolidar la creencia de un entorno con altas tasas de delito, no necesariamente generan un aumento del “sentimiento de inseguridad personal”. En este sentido, Williams y Dickinson (1993) introducen el concepto de una “recepción dual” que se establece cuando las noticias policiales aumentan el temor, pero a la vez son reconocidas por los propios consumidores mediáticos como “relatos alarmistas y exagerados”.

En América Latina, las principales discusiones están marcadas por dimensiones como la cercanía/distancia con el delito y las atribuciones de responsabilidad que los medios les otorgan tanto a las víctimas como a los victimarios (Schramm, 2003; Marroquín Parducci, 2016; Valenzuela y Browne, 2014). También se hace hincapié en la credibilidad de la fuente y en los procesos de trabajo de los periodistas de policiales, así como su lugar de relevancia en el nuevo contexto, donde la inseguridad se transforma en un problema público en casi todos los países latinoamericanos (Kessler y Focás, 2014).

Apartado metodológico

Para trabajar en las percepciones de la inseguridad que se configuran en relación con los medios de comunicación, se implementó un abordaje cualitativo a partir de 75 entrevistas en profundidad en dos barrios de Ciudad Autónoma de Buenos Aires con alta percepción de temor al delito¹, que se realizaron en dos etapas: la primera, en los primeros meses de 2012; y la segunda, durante el primer semestre de 2014. En ambas instancias se utilizaron fragmentos de noticias policiales vigentes en la agenda mediática. El fin de esta técnica metodológica fue que las imágenes del delito funcionen como disparadores, y de este modo conversar sobre las interpretaciones de estas narrativas y de otras cuestiones vinculadas con la inseguridad, que exceden a los medios². Me interesé por indagar en la interpretación de la información mediática delictiva, en tanto una dimensión comunicacional, complementaria a la sociológica y poco explorada, que puede aportar una perspectiva cultural al fenómeno de la inseguridad. Por este motivo no opté por un estudio clásico de recepción, sino por reconstruir las percepciones de la inseguridad que se forman partir del consumo de



medios y que, junto con otras experiencias, inciden en prácticas cotidianas en torno al delito.

En este artículo el objetivo es dar cuenta de las distintas formas de percepción, de clasificación de la información, de interés cognitivo, y credibilidad en los medios cuando representan la inseguridad. Desde esta perspectiva, se ponen en interacción los discursos de los públicos en distintas dimensiones de análisis: la construcción de las noticias delictivas, las percepciones frente a las olas de inseguridad, la incidencia de la reiteración de este tipo de información y el pacto de verosimilitud que se establece entre medios y públicos.

Cercanía/ distancia

La inseguridad es un tema de preocupación cotidiana que lidera la agenda mediática. Pero, más allá de que cualquier noticia enmarcada bajo ese rótulo suela llamar la atención de los públicos, lo cierto es que no todas las noticias sobre el tema inciden de la misma forma, en las distintas personas, así como existen matices en torno a la atención y a la frecuencia que se le dedica al tema. En este trabajo, entonces, se partió de la recepción o la interpretación para luego indagar en los nudos de sentidos que se conforman con la emisión a partir de la aleatoriedad de la memoria. Este ejercicio sirvió para elucidar la intersubjetividad mediática, ya que permitió visualizar y posteriormente hipotetizar sobre la selección que habían realizado los sujetos entre los casos que más recordaban, si operaba algún mecanismo de empatía o rechazo con las víctimas, o si otros elementos actuaban en el encuentro con la noticia de inseguridad.

Uno de los primeros hallazgos fue que al preguntar por delitos que recordaran que hubieran sucedido en los últimos meses, al menos la mitad de los entrevistados nombraban aquellos vinculados con distintas dimensiones de su contexto personal. Es decir, al hacer un balance de las respuestas, existe cierto consenso en que la cercanía con el lugar donde sucede el delito es relevante en la pregnancia de los públicos. Los entrevistados admiten hacer *zapping* cuando el noticiero emite informes sobre distintos tipos de delitos (que no les interesan), o pasar de largo las páginas de policiales de los diarios, excepto si el hecho sucedió en su barrio o en un vecindario cercano. También si se trata de una zona donde vive algún familiar o conocido. Lucas, arquitecto, de 50 años, que vive en Saavedra, reconoce que las noticias policiales sólo le interesan cuando se nombra su barrio:

“Cuando veo en los medios que robaron en Saavedra, presto atención, me fijo en



qué calles fue, incluso a veces paso por ahí para ver si es un lugar poco iluminado o sin vigilancia... y además, bueno, me quedo unos días con miedo, sobre todo si ando seguido por la zona donde fue el robo”.

La recordación espontánea mayor o menor del hecho se vincula con la cercanía geográfica, más allá de lo resonante del caso. Así, noticias del día, fugaces, que no se constituyen como casos, son recordadas por los entrevistados en tanto las percibieron como cercanas. Alejandra, de 29, vive en Villa Urquiza, y se enteró de algunos delitos que sucedieron en su barrio a través de la televisión. A partir de ese momento, asegura, presta mayor atención a las noticias de inseguridad:

“Si veo en la tele algo que pasó en Lanús, no lo siento como propio. Ahora, si veo algo que pasó a dos cuadras de mi casa, es distinto... La semana pasada me enteré de varias cosas por las noticias, de robos en comercios y en casas por acá. Y la verdad que, desde ahí, cuando salgo a cursar muy temprano, o a la noche, estoy mirando para todos lados, porque pienso si pasó ayer ¿por qué no puede pasar hoy?”.

Este testimonio evidencia que los sujetos utilizan la información de los medios como información sobre el barrio, que actúa como una cierta “presión ecológica”, concepto que Sebastián Roche propone para explicar que cuantas más personas victimizadas hay en una ciudad o en una zona, más información sobre estos hechos circula y se intensifica la preocupación, más allá de haber sufrido o no un delito personalmente (Kessler, 2009). La información sobre delitos en la zona actúa como anticipación de una eventual victimización personal y, por ende, es una fuente de temor. Del mismo modo, Pilar, productora de televisión, de 35 años, recuerda noticias criminales cercanas a su casa, así como los sentimientos que esta situación le suscitó:

“En una época, en mi cuadra había salido la noticia de dos o tres violaciones, acá, por mi barrio. Hace unos dos años, uno se había metido por un árbol, otro en la esquina, otro a la vuelta, y leía todo, buscaba información en las redes, quería saber detalles. Esa misma semana, una noche escuché el grito de una chica, que no tuve tiempo de reaccionar y se terminó. No sé qué fue lo que estaba pasando, si la estaban violando, si le robaron, no sé. Pero esos días me daba mucho miedo salir, miraba para todos lados, desconfiaba de todos los hombres que me pasaban cerca... qué sé yo, después se me pasó”.

En este testimonio, se evidencia la interrelación del texto mediático en la vida cotidiana, ya que la entrevistada manifiesta “escuchar un grito a la noche” o “creer escucharlo” y lo asocia con un nuevo caso de violación en su barrio, tal como anunciaban los principales titulares mediáticos esa semana. A la vez, el interés por la noticia es tal que la entrevistada busca diversas fuentes de información para conocer



más sobre el caso, mientras que en la misma conversación aclara que no se detiene demasiado en los policiales.

En el mismo sentido, los entrevistados recordaban información delictiva vinculada con algún aspecto de su vida personal. Muchos se identificaban con la víctima porque compartían el mismo oficio y/o profesión, otros por sus actividades de tiempo libre, también por el lugar que ocupaba en la estructura familiar. Esta característica, que se repite en distintas entrevistas, se activa por un mecanismo de empatía con la víctima, como muestra José, un joven ingeniero, y fotógrafo por vocación.

“Ahora me acuerdo del caso del francés, que, todo bien con el arte, pero yo no me paro a sacar una foto en la Torre de los Ingleses ni soñando... Cuando lo vi en TN, me puse en el lugar del tipo unas 20 veces y me pregunté cómo hubiese reaccionado yo en su lugar. Y, la verdad, depende del humor de ese día, de cómo esté... No es que me sienta más o menos valiente, pero te da bronca. No soy de una clase social como para decir bueno, me desprendo y después me compro otra cámara, ¿entendés? Hay días que digo y bueno, si me vienen a afanar, la largo, y otros días que no, que me está saliendo todo mal, y pienso yo a la cámara no la largo por nada”.³

Debido al interés del entrevistado por el caso, se buscó en internet el video que emitió la cadena de noticias TN donde mostraban cómo había sido el arrebato (una cámara de seguridad captó el momento):

“En este caso, yo creo, por lo que se ve, que fue una confusión o un error del ladrón porque nosotros [los fotógrafos] nos atamos la cámara, la correa, acá en la mano [muestra cómo se hace] para evitar que se te caiga en realidad. Entonces, creo que cuando el pibe tiró para afanarle, quedó enganchada y el hombre le tiró un codazo... Pero no por resistirse. Aunque no hubo tiempo de explicaciones, porque el pibe tenía un arma y reaccionó”.

El entrevistado, en su interpretación, genera cierta empatía con la víctima por su vocación (ambos son fotógrafos amateurs) y se traslada a la misma situación. Incluso no hace mención a ninguna de las demás características de la persona que fue apuñalada, como ser su condición de extranjero, hombre mayor, etc., pero sí trata de “ponerse en su lugar” y ensayar posibles reacciones. En otros casos, la empatía tiene lugar por características de género, como comenta María, de 36 años, que está esperando su primer hijo y vive en un departamento en el barrio de Villa Urquiza:

“El caso de Carolina Píparo me marcó, lo pienso todo el tiempo, pienso todo el tiempo que puedo ser ella. Cuando me enteré, no me dio miedo... Me generó lo mismo que cuando hay un hecho de violación o de abuso, que decís qué hijo de puta, cómo podés dispararle a una mina que encima está embarazada, o atacarla



sexualmente cuando sabés que sos más fuerte, me da mucha impotencia cuando veo esos casos, a veces hasta cambio de canal...”.

Se establece un movimiento donde, algunos de los entrevistados, al consumir la noticia, se trasladan imaginariamente a la situación que experimentó la víctima del delito. Es decir, todo público es crítico al recibir las noticias, y en las interpretaciones inciden distintas mediaciones, pero también discursos y representaciones de otras esferas de la vida. En palabras de Morley (1996: 26), al recibir los mensajes de los medios “se experimentan una multiplicidad de discursos, y en el proceso de decodificación e interpretación de los mensajes de los medios siempre participan otros mensajes, otros discursos, tengamos o no conciencia explícita de ello”.

Algunos estudios que se han realizado en la región, muestran avances sobre la interpretación de noticias criminales, como el de Schramm (2003), que trabajó en una etnografía de audiencias con varios grupos de adolescentes (sectores medios altos y bajos) en Brasilia, usando como disparador el caso del “indio Galdino”, asesinado por cinco jóvenes de clase media alta⁴. La investigadora encuentra que las atribuciones de sentido acordadas entre los grupos muestran claros matices en cuanto a su interpretación de la noticia. Los adolescentes que mantenían algún tipo de relación con alguno de los jóvenes acusados por el asesinato (los de sectores medios altos), ineludiblemente se mostraban afectados de un modo particular por el caso e intentaban defender a los imputados porque actuaron “por presión del grupo”, pero a la vez dudaban de la versión que buscaba exonerarlos. Para otros, la distancia simbólica que los separaba de los asesinos del “indio Galindo” es más significativa, entonces las noticias interpelaban su historia personal y promovían una identificación con la víctima. Es decir, la relevancia del contexto personal en la interpretación de la noticia es una de las conclusiones más importantes de la investigación: el grado de cercanía y familiaridad o distancia de los públicos con las realidades planteadas en las noticias resultó determinante a la hora de ejercer valoraciones.

La no cercanía o familiaridad resultó un elemento de observación sobre los modos en que los sujetos entrevistados fijan la atención y la memoria en las noticias de inseguridad. En la recepción se activan distintas mediaciones, principalmente identitarias —edad, género, clase social (Orozco Gómez, 1995). A través de este trabajo, encuentro otras mediaciones que intervienen en la relación entre medios y públicos vinculadas a la profesión/vocación y al contexto social del barrio donde viven.

La modalidad enunciativa de las noticias de inseguridad promueve un mecanismo de construcción de elementos identificatorios para obtener el reconocimiento del receptor. Al trabajar con sectores medios, las noticias que lograban



mayor pregnancia eran aquellas en las que la víctima aparece como representante de los sectores medios: sus características remiten a la de cualquier “ciudadano común”, por lo tanto pudo haberle pasado a cualquiera. La cercanía con el lugar donde sucedieron los delitos, que los medios se encargan de resaltar, promueve una incidencia clave en los entrevistados en tanto funciona como una presión ecológica, que los interpela como potenciales víctimas. También la identificación que se genera con las distintas víctimas, que lleva a los públicos a trasladarse imaginariamente a la misma situación y ensayar respuestas hipotéticas frente a los delincuentes. Así, la recordación mayor o menor de ciertas noticias se vincula con distintas cuestiones y no solo se consolida en los llamados “casos”, sino que noticias de menor importancia pueden horadar fuerte en los sujetos (Focás, 2016). Luego de este primer acercamiento con los públicos, en los próximos apartados, discuto y relaciono su percepción en dimensiones como: la producción de la noticia de inseguridad, la credibilidad en el medio y la incidencia de la reiteración de este tipo de información.

La construcción de la noticia de inseguridad desde los públicos

Los públicos que participaron de esta investigación dan cuenta de un conocimiento sobre la producción de este tipo de noticias. Muchos entrevistados, al ser indagados por la noticia de inseguridad, hablaban espontáneamente de “construcción”, enumeraban características que consideraban propias de la crónica policial y mostraban un conocimiento sobre el trabajo periodístico y las empresas de medios. De este modo, evidenciaban un “saber” sobre la producción de las noticias, en especial en las vinculadas con la inseguridad.

Para Mariana, de 25, estudiante de Medicina, las noticias “se arman para contar una realidad” y asegura que, cuando mira noticieros, los lee desde algún lugar:

“Vos te das cuenta que está armado, que hay un poco de manipulación cuando arman las noticias. Depende del canal que mires, el horario, te cuentan un poco lo que quieren, sobre todo si son temas políticos, aunque con los policiales también...”

Por ejemplo, Sebastián tiene 42 años, un hijo pequeño y trabaja en una empresa de seguros. Se reconoce como un asiduo televidente de noticieros y canales de noticias 24 horas, en especial de C5N:

“Miro mucho los canales de 24 horas de noticias, y parece que los periodistas de policiales tienen que estar todo el tiempo diciendo cosas. No les interesa informar, sino decir algo nuevo, porque millones de personas están mirando en ese



momento la televisión, con esa noticia que es furor. Y a partir de que tienen que llenar muchas horas de información, dicen cualquier cosa. Muchas veces los movileros, cuando hay algún caso de inseguridad, dicen no tenemos información pero... te invento esto. Y esas cosas se notan, al menos yo me doy cuenta”.

Adriana trabaja en una inmobiliaria, tiene 61 años y comparte esta mirada sobre las noticias de inseguridad:

“Los canales que son solamente de noticias tienen que cubrir ese espacio, entonces casi que están obligados a que lo que pueden informar en un minuto, dos minutos, tienen que estirarlo. Tal vez el hecho que están informando es grave, es delicado, incluso ni hablar si hubo una muerte, pero de repente hay una sobredimensión en cuanto a los tiempos y a los espacios que le dan a la noticia”.

Estos testimonios dan cuenta de cierto ofuscamiento de los entrevistados ante la transmisión de información no chequeada, sobre todo en los noticieros “en vivo”. A la vez, muestra que el policial, como práctica periodística, tiene sus propias características de producción diferentes al resto de los géneros noticiosos. Una de ellas es la escasez en la disponibilidad de fuentes confiables, productivas y accesibles, lo que constituye un gran impedimento para la labor del periodista de policiales que debe recurrir a fuentes *off the record*, o quedarse con el dato oficial de las fuerzas policiales.

Los entrevistados, por su parte, mostraron ciertas competencias de lectura acerca del texto policial. Las condiciones de reconocimiento (Verón, 1985) se manifiestan justamente en un reconocimiento del género, en este caso el policial, mediante la descripción por parte de los públicos de ciertas operaciones mediáticas. En este sentido, una lectura común reposa en el señalamiento de la construcción de la noticia de inseguridad de manera sensacionalista, y en el uso de un determinado tipo de lenguaje propio de la crónica roja. Diego, de 38 años, que mira solo Visión Siete y Telefó Noticias opina:

“Está todo tan adjetivado... No me hago el culto, pero, bueno, uno sabe cuándo se usa un adjetivo calificativo positivo o negativo y con qué finalidad. Y con los policiales el sensacionalismo es evidente, quiero decir el amarillismo, mostrar cosas que no deberían para impactar más. Lo mismo con los títulos que ponen, todos sensacionalistas”.

Los *videographs* o zócalos en los informes es otro elemento de la construcción de la noticia que permite utilizar títulos de gran impacto en el caso de los policiales. Enmarcar la noticia con un zócalo “gancho”, como se dice en la jerga periodística, es fundamental para mantener la atención del público y sumar nuevas audiencias.



La construcción exagerada se realiza desde la enunciación de la noticia por parte de los periodistas, así como por la utilización de otros elementos que componen el relato audiovisual como el uso de “la voz en *off*”, cronistas en el lugar del hecho y la concatenación de casos que enfatizen el sentido de la noticia. En ese sentido, una de las formas de construcción paradigmáticas de la noticia de inseguridad contemporánea es la figura de “olas de inseguridad”, en tanto operación mediática que agrupa un tipo de delito que parece en cada momento ser el más frecuente, pero que cuando se controla con los datos objetivos, no suele haber variado mucho en su ocurrencia y su finalidad es generar un mayor impacto. Esta operación discursiva también es utilizada en los diarios, la radio y los medios *online* que construyen mediante la edición la percepción de que ese caso no es aislado, sino bastante recurrente.

La cobertura mediática de los casos de inseguridad presentados en forma de “olas” generan en los entrevistados distintos tipos de percepciones. Por un lado, las noticias sobre inseguridad que son presentadas en la forma de “ola” son identificadas y calificadas como un “artificio”, un “invento”, con una clara intencionalidad política. Esto no sucede tan taxativamente cuando la noticia se presenta de forma separada, o al menos no es la primera reacción de los entrevistados, como sí sucede cuando el presentador habla de una nueva “moda delictiva”. Así, al menos dos tercios de los entrevistados desconfían de los informes de inseguridad que se presentan editados en los noticieros o las cadenas de noticias que encuadran la noticia como “la moda” de un determinado tipo de delito. La rubricación (en los zócalos o cintillos) con títulos como “salideras bancarias”, “entraderas”, “raid de motochorros”, “secuestros *express*”, genera aún una mayor desconfianza, tal como manifiesta Sofía, 23 años, que vive en el barrio de Saavedra y mira los noticieros vespertinos:

“Exageran, creo que se pone determinada noticia de moda y están todos los medios con lo mismo. A mí esta noticia me da risa, la verdad. Buscan similares para agrandar o seguir con el mismo tema, y es obvio que manipulan la información”.

Entonces, cuando las noticias son presentadas bajo la figura mediática de “olas”, se afina la mirada crítica, se pone en cuestión “lo real” del acontecimiento, tal como manifiesta Leandro, un contador de 54 años que vive en Villa Urquiza:

“Ahí te das cuenta... este tipo de notas las hacen para rellenar... Esto es forzado y te das más cuenta, bah, al menos yo me doy cuenta. Eso, si me parece que no es real, le presto menos atención, porque ahí sí ellos buscan confirmar algo de lo cual parten. Es el tipo de inseguridad que se pone de moda. Filtran todo el resto y lo demás no te lo muestran. Inventan, por ejemplo, que ahora hay más violaciones



en Recoleta, eso sí que es mentira, no es que ahora hay más violaciones que el mes pasado, sino que ahora me están filtrando lo otro... Nunca compro la ola, sé que eso es un invento periodístico. Porque no puede ser tanta casualidad que un mes esté de moda un tipo de delito, otro mes otro, eso sí que es un invento periodístico”.

Algo similar observa Kessler (2009) en un pequeño pueblo absolutamente tranquilo a 500 kilómetros de Buenos Aires. La influencia central era la televisión y la presentación diaria en los noticieros nacionales del “saldo de inseguridad” de la jornada, centrado en Buenos Aires. A esto se agregaban las noticias y rumores sobre hechos acaecidos en las ciudades intermedias cercanas. En torno a la recurrente imagen mediática de la “ola de inseguridad” se generaba inquietud por el probable desplazamiento de dicha ola hasta el tranquilo pueblo, porque “la policía los corra” y se vayan al interior buscando “nuevos lugares donde la gente no esté tan precavida” o porque primaba la idea de un “contagio”; una suerte de evolucionismo degradatorio desde los centros urbanos mayores hacia los más pequeños. Se afirmaba la seguridad objetiva del lugar, pero la inseguridad subjetiva ya se había instalado.

Por otro lado, la “ola de inseguridad” sucede en su mismo barrio, se promueve un efecto de temor, o quizás de preocupación. En ese caso, operaría nuevamente una “presión ecológica” ya que los entrevistados reconocen que la cercanía les dificulta poner en cuestión la información, como cuentan Teresa y Daniel, vecinos de Villa Urquiza:

“La verdad, no les creo nada a los noticieros cuando hablan de olas, modas, siempre pienso que exageran, que quieren meter miedo... Pero cuando alertan muy seguido sobre algún delito por mi zona, y dicen que pasa reiteradas veces, estoy más precavida sobre el tema”. (Teresa, 65 años)

“Las olas... ahora son como una sección fija en los noticieros. A veces me causa gracia, porque se nota que está muy armado. Pero cuando escucho que es cerca de mi barrio, algo me provoca... por lo menos el de salir a hablar con los vecinos y ver si es verdad lo que están diciendo”. (Daniel, 38 años)

Por último, en algunos entrevistados, las olas de inseguridad no sólo no generan temor sino que causan risa, debido a la ficcionalización que entienden los entrevistados que hacen de la información policial. Esta aproximación cuestiona la literatura anglosajona sobre el tema que, en general, ha utilizado el temor como única variable en el análisis del consumo de noticias policiales (Chiricos *et al.*, 2000; Ditton *et al.*, 2004; Weitzer y Kubrin, 2004), desconociendo que las narrativas mediáticas delictivas pueden generar diversas emociones en los sujetos. El recurso es claro, y efectivo en términos de generar impacto. “Salideras”, “entraderas”, “pirañas”, “motochorros”, en tanto



supuestas nuevas modas delictivas titilan en las pantallas cada semana.

En relación con la edad, los espectadores más jóvenes que participaron de esta investigación (entre 30 y 40 años), en general, señalan que los medios construyen las “olas” pero les preocupa que “cuando los periodistas buscan casos para armar una ola los encuentran”:

“Ninguno de esos casos me parece que sea inventado, es ir a buscarlos. Pero no me creo, por ejemplo, que a partir del caso Píparo empezaron a robar en todos los cajeros y que hubo más salideras bancarias, eso no me lo creo. Esas cosas suceden siempre de forma equilibrada, lo cual es terrible porque cuando los noteros buscan determinados tipos de delitos, con el fin que sea, encuentran un montón”. (Nicolás, 37 años)

“Me parece que los medios tienen que representar lo que pasa en la realidad y por lo tanto lo de la inseguridad lo están dando en cuantía, en volumen, en lo que quieras... ¿Y de dónde sacan más y más casos de lo mismo? Un poco inventarán, un poco exagerarán, le agregarán sal y pimienta, pero evidentemente tienen mucho material de donde tomarlo”. (Candela, 31 años)

Los entrevistados más jóvenes, a pesar de ser más cautos o menos crédulos sobre las operaciones mediáticas, igual incrementan su temor.

Sin embargo, en el caso de la noticia de inseguridad ese manto de desconfianza se corre principalmente frente a dos cuestiones. En primer lugar, cuando en la noticia televisiva aparece como fuente la víctima relatando su calvario (generalmente en primer plano). Quizás por la fuerte retórica emotiva que logra el relato, mediante una conexión de cierta empatía con los públicos, la percepción de manipulación de la información se hace más difusa. Beatriz, jubilada de 72 años, asidua televidente de TN, comenta:

“Acá es importante que está la persona hablando, contando lo que sufrió, lo que le sucedió, no es la opinión de un periodista. La cámara graba lo que la víctima cuenta, digo, no desconfío de la noticia cuando es así”.

Del mismo modo, para Diego, que antes criticaba el sensacionalismo de los policiales, la credibilidad de la noticia se manifiesta cuando la víctima expone su relato:

“La víctima de la entradera cuenta lo que le pasó, cómo vivió la muerte de su hijo, la forma en que pasó todo. Es distinto que un informe, porque es la persona hablando con una cámara adelante, contando su verdad. Ahí sí creo que no puede haber manipulación de los medios, le creo y me conmueve”.

Una segunda cuestión en torno a la credibilidad de la noticia de inseguridad está vinculada con las cámaras de seguridad, que modificaron el modo de contar las



noticias policiales. Las cámaras de seguridad aportan el elemento de verosimilitud a la noticia policial, en tanto establecen mapas de acción de víctimas y victimarios (Calzado, 2015: 265). Su contenido resulta central en la construcción de las tramas dramáticas de los casos.

Durante las entrevistas, una de las noticias a la que fueron expuestos los sujetos mostraba imágenes de un acto de linchamiento tomadas desde una cámara de seguridad. La noticia se basaba en la repetición de estas imágenes bajo el zócalo de “Alerta. Ataque motochorro en Recoleta. Robó, lo atraparon y lo golpearon”, y la “voz en off” de los periodistas Mauro Szeta y Paulo Kablan, de la cadena de noticias C5N haciendo comentarios sobre el acontecimiento.

Algunas de las interpretaciones de vecinos de Villa Urquiza fueron:

“Eso es verdad, no lo están inventando. No están diciendo mentiras o deformando lo que pasó para llevarlo al terreno que más les conviene. Es una cámara de seguridad que lo grabó y el noticiero transmite lo que pasó. El problema está en la noticia política...”. (Roberto, 56 años)

“Es terrible, porque ves lo que está pasando, lo repiten una y otra vez y no lo podés creer. Se ve perfecto cómo el chorro le afana y después la gente corre para atraparlo y pegarle. Al viejo, pobre, lo dejan tirado, se nota que hay mucha bronca, las imágenes lo muestran, no es que te lo cuentan...”. (Camila, 22 años)

De este modo, los entrevistados aseguran que cuando las noticias son presentadas con imágenes de cámaras de seguridad confían más en la información porque al fin de cuentas “muestran lo que grabó una cámara, sin intervención”.

La imagen de las cámaras de seguridad juega un papel preponderante, hecho que colabora en que el espectador mantenga la credibilidad en las noticias de inseguridad. La imagen es la que mueve los sentimientos y las emociones. Lo esencial es que el ojo cree en lo que ve; y, por tanto, “la autoridad cognitiva en la que más se cree es lo que se ve. Lo que se ve parece real, lo que implica que parece verdadero” (Sartori, 1998: 72). En ese orden de cosas, para Calzado (2015), el elemento de verosimilitud que le incorporan a la noticia policial es definitorio no sólo en la resolución judicial de los casos sino también en el modo de construir la noticia periodística. Por eso, a pesar de las ambigüedades, el hecho delictivo que muestran los noticieros mediante las grabaciones de las cámaras de seguridad no es puesto en cuestión por los entrevistados.

En estas líneas, se evidenció que existe un conocimiento desde los sectores medios sobre la producción de la noticia policial, como el uso de una retórica sensacionalista, manejo de fuentes, el *rating* y los tiempos televisivos. Este saber



previo sobre la construcción de la noticia, en un escenario de medios polarizado políticamente, lleva en principio a desconfiar de las noticias de inseguridad, o al menos de ciertos discursos “sensacionalistas”. Sin embargo, el recorrido de este artículo llevó a elucidar que ese discurso crítico ante lo que muestra la información delictiva se desmorona frente a dos cuestiones: cuando aparece la víctima como fuente principal de la noticia, y/o si la noticia muestra imágenes de cámaras de seguridad (Focás, 2016). Estas dos operaciones son percibidas por los entrevistados como “neutrales”, imposibles de manipular y por lo tanto refuerzan el pacto de verosimilitud entre el medio y el público.

Credibilidad en el medio (y en los periodistas)

El pacto de verosimilitud entre el medio y el público también se ve reforzado en la credibilidad que los públicos le otorgan al canal de noticias y por lo tanto a los periodistas que participan de él. En general, se establece un lazo de confianza mayor con un canal de noticias que con otro, así como se logra una mayor empatía con un periodista que con otro. La credibilidad en la fuente que emite la información ha sido un tema relevante para los investigadores de países centrales que aseguran que la percepción de veracidad de la información es una de las características que más incide cuando se decodifica una noticia criminal. El argumento sería el siguiente: cuando un consumidor de noticias policiales considera confiable la fuente que emite la información, muestra más interés en el mensaje y confía en ese relato, lo que le generaría más temor; en cambio, cuando la información delictiva proviene de una fuente menos creíble, parece no ser válida o digna de ser considerada (Chiricos *et al.*, 2000; Eagly y Chaiken, 1993). La credibilidad se yuxtapone, si bien de modos complejos, con el concepto de verosimilitud, ya que es la imagen de “verdad” lo que se cuestiona cuando se desconfía de la fuente. Sin reconocimiento, hay sanción extra textual: cuando se experimenta extrañeza ante una noticia que se interpreta como inverosímil, se produce una falta de confianza que puede extenderse al contrato de lectura mismo. En el caso contrario, la credibilidad de un discurso periodístico se cruza con otras series de verosímiles culturalmente compartidas que, en el caso de los noticieros, permiten su legitimación, tal como explica Martini (2002: 114):

“Las propuestas contractuales de los noticieros televisivos se basan en la seriedad, en mostrar los resultados de la investigación periodística, sinónimo de compromiso con la audiencia y garantías de veracidad y objetividad (el verosímil construido), de servicio (el público necesita estar informado), y de transparencia (la cámara no miente) [...] se articulan los efectos de la “objetividad” con la capacidad de la hiperinformación —sobreabundancia de noticias— que asegura el panorama



del mundo entero. La televisión «dice» mostrar todo y a tiempo”.

En mi estudio de la recepción de noticias de inseguridad, observo, complementando el análisis de Martini, que este pacto entre los públicos y el medio resultó un espacio relevante en el trabajo de campo donde los entrevistados mostraron un conocimiento sobre las empresas periodísticas que resultaba relevante en la decodificación de los contenidos de las noticias de inseguridad. En la exposición de distintas noticias durante las entrevistas, una recurrencia que se observó fue lo que denomino una “lectura diagonal” o “condicionada” por la fuente (Focás, 2016). Es decir, la recepción, en este caso de las noticias de inseguridad, se encuentra mediada tanto por la empresa periodística como también por el comunicador que informa (generalmente, las figuras especialistas en policiales). Es decir, el contenido de la noticia (sus características, operaciones mediáticas) es evaluado por los entrevistados luego de observar qué canal emite la noticia, y en general ejercer algún juicio de valoración sobre éste.

Frente a esta arista, una primera cuestión a tener en cuenta es el contexto en el que se ha desarrollado la investigación (2011-2015). Durante 2012, estuvo vigente el debate por la actual Ley de Servicios Audiovisuales, sancionada a fines de 2009, pero con problemas para su aplicación debido a medidas cautelares impuestas por resolución judicial. Esta situación llevó a que el tema de la concentración de medios liderase la agenda política y mediática durante ese período, lo que permitió que el tema se instalase en la arena pública. A la vez, promovió un escenario antagónico en términos mediáticos vinculado con el plano político, es decir entre medios “oficialistas” y “opositores”. De este modo, los entrevistados cuestionaron o no la información en relación con la empresa mediática emisora, la relacionaron con los dueños, o *holdings* a los que pertenecen y marcaron una clara diferenciación según la postura ideológica que, aseguraban, tenía el medio en cuestión.

En este sentido, cuando se muestra un informe que pertenece a un canal que no es afín con el entrevistado, en una primera instancia la mayoría asegura descreer de todo (ya cuando identifican el logo del canal), pero luego surgen los matices. Algunos reconocen su preferencia por un determinado canal o periodista en el que confían, mientras que el resto de la información les parece “tendenciosa”. Los siguientes testimonios de vecinos de Villa Urquiza y de Saavedra ilustran esta cuestión:

“Pienso que es relativo al canal y al hecho. Porque todo lo que sale en los medios tiene alguna influencia política. Por eso, cuando hablan de inseguridad, antes que



nada miro quién es el que me está vendiendo esa información, luego decido si me dejo influenciar o no”. (María, 56 años)

“Crónica es muy amarillista y me genera simpatía, risa, pero no credibilidad. En Canal 11 confío más, pero tampoco es que tomo al pie de la letra todo lo que dicen, lo pongo en cuestión. C5N me parece más objetivo, pero ahora que se vendió ya no sé...”⁵. (Juan, 45 años)

“A mí ya me mostrás algo con el logo de TN y miro como de costado lo que muestran. No es que no les creo nada, pero lo pongo más en duda, pienso, qué habrá detrás, qué intenciones políticas en contra del gobierno...”. (Mariela, 42 años)

El carácter ideológico político del medio condiciona fuertemente la recepción, lo que abre un panorama de diversas lecturas (y prelecturas) de las noticias vinculadas con la inseguridad. Es decir que en la elección de un canal para mirar las noticias, inciden distintos factores, como el tratamiento de la noticia y su representación, pero también el lugar que ocupa la empresa periodística en el espectro ideológico y la empatía o no con los periodistas de policiales. Si bien hace bastante que se ha postulado la existencia de una afinidad ideológica entre lector y medio elegido para informarse, que los entrevistados privilegien en sus comentarios estos aspectos al contenido de la noticia en sí resulta un hecho inédito en la literatura sobre recepción.

Para que ese “efecto de verosimilitud” se concrete, además del canal que emite la noticia, es relevante quién es el periodista que informa. El periodista debe ser alguien que, en primer lugar, muestre relativa cercanía con su interlocutor, y que se comprometa “no sólo para narrar la noticia y para despertar entre sus seguidores los mismos sentimientos, sino con la empresa para la que trabaja [...] de allí el periodismo consensual, empresa y periodista se confunden hasta la identificación” (Rodríguez, 2011: 287). No obstante, la construcción de toda noticia está condicionada fuertemente por el contexto. Las cualidades que hacen a un hecho noticiable cobran sentido en el marco de una cultura y de un momento histórico, y en relación con el contrato de lectura de un medio con su público (que tiene sus propias competencias interpretativas, que varían según el contexto). Esta forma de “leer los medios” (condicionada fuertemente) se evidenció en la mayoría de las entrevistas donde la marca de la empresa periodística a la que pertenecía el informe funcionó como una primera mediación significativa en la decodificación de este tipo de información.

Esta ambivalencia se evidencia en los entrevistados que marcan una distancia con ciertos medios, y cierta empatía con otros. A la vez, conocen a los periodistas de policiales, y a veces los siguen a pesar de no coincidir ideológicamente con el medio para el que trabajan como ilustran estos relatos:



“Bueno, Feinman nunca me gustó, Kablan, Mauro Szeta, sí. Detallan bien las cosas, sin exagerar. Ojo, les creo a todos cuando dan los policiales, sólo que algunos deberían ser menos sensacionalistas cuando dan las noticias. Canal 7, directamente no lo miro porque no les creo nada”. (Beatriz, 72 años)

“Sigo mucho los policiales de América Noticias, me gusta la periodista, Caruso, sí, Liliana Caruso. También Facundo Pastor, parecen comprometidos con lo que hacen”. (Mariana, 38 años)

“Me gusta Canaletti, un profesional que es objetivo, me da la impresión que trata de entender lo que pasa y transmitirlo. Cómo lo explica, es un tipo que va a fondo con los temas policiales, pero igual mucho no lo sigo porque no me gusta mirar TN”. (Ricardo, 83 años)

En resumen, para los entrevistados, la evaluación del medio es una variable a considerar, que deriva de este estudio en el cual —a diferencia de la mirada de los trabajos realizados en los países centrales— hay una tipificación previa a toda evaluación de los contenidos, del posicionamiento del medio productor y emisor.

Rutinización de las noticias

La repetición constante de las noticias de inseguridad en los medios suele asociarse con la promoción del temor en la sociedad. Es cierto que existe una omnipresencia del tema en los noticieros, pero pocos estudios han indagado en la incidencia de estos discursos en los sujetos. Distintos investigadores sostienen que el consumo sostenido de las noticias policiales podría generar temor, sensación de inseguridad e incluso conductas violentas (Gross y Aday, 2003; Lowry, Nio y Leitner, 2003; Gerbner, Gross, Morgan y Signorielli, 1980). También la teoría del pánico moral⁶ entiende que los medios juegan un rol central en la generación de temores, y que la repetición constante de la misma información intensifica este proceso, al colocar en primer plano ciertos temas y también al reemplazarlos por otros nuevos (Cohen, 1987). Sin embargo, algunos autores que discuten este concepto afirman que la “importancia mediática implica insignificancia moral” (Tester, 1994: 85), es decir que los críticos del concepto de pánico moral consideran que los medios son menos creadores de pánico moral que de aburrimiento y monotonía debido a la emisión constante de las mismas imágenes. Se abre así otro debate en relación con las emisiones sobre el delito, que se pregunta si la repetición de la información tendría algún tipo de incidencia en los públicos o si, por el contrario, se produciría una pérdida de impacto.

En este trabajo, al menos un cuarto de los entrevistados manifiestan un claro rechazo hacia los contenidos mediáticos relacionados con el delito, reconocen que cambian de canal o pasan las páginas policiales del diario de largo y que prefieren evitar el consumo de ese tipo de noticias, en especial cuando hay víctimas fatales. A la



vez, esta práctica les provoca un sentimiento ambivalente porque, al fin de cuentas, “se trata de episodios violentos que le podrían haber sucedido a ellos”, y responsabilizan a los medios por rutinizarse las noticias de inseguridad. El testimonio de Jorge, que tiene un negocio de cueros en el centro y mira los noticieros por la noche, acompaña también esta idea:

“La repetición, llega un momento que cansa. Por ejemplo, con Ángeles Rawson, pobrecita, me da mucha pena ella y su familia, una chica joven y demás. Pero llegó un momento en que todos los canales de televisión estaban con lo mismo, todo el día, y la verdad saturaba. Me parece que la gente necesita también otro tipo de noticias”. (Jorge, 65 años)

También para Alejandro, los noticieros se exceden en la cantidad de policiales que emiten durante el día:

“Si te guías por los policiales en televisión, parece que no se puede ni salir porque te matan, es demasiado, generan miedo. Entonces cambio de canal o apago la televisión porque es demasiado, tendría que haber más control sobre lo que pasan, intercalar con noticias buenas”. (Alejandro, 50 años)

Los testimonios muestran que, a pesar de que la información les resulta relevante, se cansan, hastían o aburren frente a la omnipresencia de las mismas noticias durante semanas. De ser un tópico novedoso, la inseguridad pasó a ser un tema de la agenda cotidiana, y en ese sentido despierta menor curiosidad e interés para estos entrevistados. Incluso las noticias sobre Ángeles Rawson, un relato dramático con alto contenido moral que se convirtió en un caso de interés nacional, generó en algunos entrevistados hartazgo, desdén o aburrimiento, tal como Tester postula en su hipótesis. La “insensibilización” se produciría por la reiteración incesante de los mismos contenidos, lo que genera una aparente inocuidad e indiferencia frente al tema del delito. Liska y Baccaglini (1990), en su trabajo sobre el impacto de las noticias en diarios locales de ciudades estadounidenses, incorporaron el concepto de “sentirse seguro por comparación”. La emisión cotidiana de imágenes relacionadas con lo delictivo producía una pérdida de impacto por la repetición, de este modo el miedo al crimen aparecía sólo cuando se trataba de noticias locales, de una víctima aleatoria o con la que era posible identificarse. De lo contrario se consolidaba una sensación de seguridad local.

Del mismo modo, algunos entrevistados, reconocen que sólo se detienen en las noticias que los afectan directamente, es decir cuando el delito sucede en su barrio, cerca de su lugar de trabajo o del colegio al que mandan a sus hijos. En el caso



contrario, la información sobre inseguridad no es tenida en cuenta, como expone Sofía, que ya vimos que consideraba exageradas las “olas de inseguridad” y ahora critica la rutinización del tema:

“La rutina, sabés que algo de inseguridad va a aparecer, por un lado por rating, y además porque es una realidad. Uno no lo toma tan en serio porque es lo cotidiano, aunque si lo pensás un segundo decís: «mataron un tipo». Solo si veo que es algo que pasó cerca de mi casa, o que por algún motivo me afecte, me detengo, si no lo paso de largo”. (Sofía, 35 años)

Para Andrea, diseñadora de 45 años, su relación con este tipo de noticias es de ambigüedad:

“Por lo general las paso de largo a esas noticias... en el diario prefiero leer economía o política. Cuando leo los policiales me pasa normalmente que es algo que ya me agotó, me traspasó, es algo que es siempre igual, hacen un show... ese es otro punto, vos ponés un canal, o abrís *La Nación online* y es algo cotidiano, permanente, siempre hay un caso de inseguridad. El hecho de que esté siempre me genera una rutina, y la verdad, aunque haya muertos por la inseguridad, lo paso de largo casi sin leer, aunque después pienso que también me podría pasar a mí. Salvo que sea alguna noticia policial del barrio o de algún lugar cercano, ahí automáticamente me quedo mirando”.

La repetición constante de la misma información, sumado a las representaciones cuasi ficcionales lleva a algunos entrevistados a cierta insensibilización sobre los casos policiales. En este sentido, una mirada interesante sobre esta cuestión es la que proponen Grabe y Drew (2007) sobre las noticias delictivas en televisión. En un estudio de recepción, los autores muestran que, a diferencia de la lectura en diarios, las noticias televisivas producen un efecto en las estimaciones del riesgo a nivel social y promueven la adopción de prácticas preventivas. Así que, concluyen, el carácter sensacionalista del infoentretenimiento en la cobertura televisiva del crimen insensibiliza a la audiencia acerca de su propia vulnerabilidad. Por otro lado, y este es un punto que nos interesa resaltar, encuentran que en los televidentes, en general, se da un “efecto de tercera persona”, es decir la convicción de que las noticias de inseguridad influyen en los demás pero no en ellos mismos⁷. Esta característica tiene lugar principalmente en los sectores medios y altos, que visualizan a los medios de comunicación como una máquina capaz de seducir y convencer a otras personas, de las que ellos, gracias a sus competencias, se ven exentos.

El fatalismo es otra posible emoción que puede generar el consumo de la información delictiva, como muestra el siguiente testimonio de un vecino de Saavedra:



“Reviso los medios a la mañana por internet, y un poco TN para ver el informe de tránsito. No me quedo prendido si mataron a una nenita, eso ya directamente... estoy resignado. Morir por causa de la inseguridad para mí es como un cáncer: si te tiene que venir, viene. Si me cuida, puede venir igual. Cuando me detengo en las noticias de inseguridad, digo «esto es más de lo mismo», no me llama la atención, no me ingresa al cerebro, al nivel consciente quiero decir”. (Federico, 46 años)

Nicolás, que líneas atrás manifestaba su desconfianza frente a las olas de inseguridad periodísticas, exhibe un sentimiento de enojo, hartazgo y fatalismo frente a lo que considera una saturación de “siempre lo mismo”:

“Leo y miro poco sobre la inseguridad, porque es más de la misma película, algo rutinario, las mismas noticias siempre. Y considero que es más una cuestión de azar, que si a vos te roban o no, te matan o no, es simplemente por esas cuestiones de la vida, pasabas por ahí y justo pasaba el ladrón y fuiste la víctima. Y si pasabas cinco minutos después te salvaste. No creo que los medios me aporten nada”. (Nicolás, 37 años)

El fatalismo, que se trasluce en distintos testimonios, marca una de las posibles explicaciones de la supuesta inocuidad de este tipo de emisiones. En este sentido, una hipótesis que se sostiene es que las noticias de inseguridad no sólo son evitadas por considerarlas “más de lo mismo”, sino por una creencia preeminente en la aleatoriedad de lo fatal, en la que los medios no pueden aportar ninguna información. La repetición que señalan estos entrevistados se enmarca dentro de la crítica a un discurso mediático que en muchas oportunidades intentan eludir (Focás, 2016).

Para los entrevistados, la omnipresencia de las noticias de inseguridad genera aburrimiento o desdén en el público, que en muchos casos contribuye a un cierto fatalismo sobre la aleatoriedad de los hechos y, por ende, preanuncia que se trata de algo que puede sucederle a cualquiera, retroalimentando la definición de inseguridad como un hecho fortuito. A la vez, se produce cierta ambigüedad en la decodificación de esta información cuando el delito en cuestión asume algún grado de interés para los entrevistados, como la cercanía o cierta empatía con las víctimas. Estas interpretaciones llevan a cuestionar las miradas que tienden a simplificar la influencia social de los medios de comunicación al limitarse a señalar las responsabilidades de estos actores en la generación de temores sociales y en el aumento del sentimiento de inseguridad. La repetición constante de la misma información, siempre bajo la rúbrica de “la inseguridad”, puede generar sentimientos de rechazo, desconcierto y hasta risa en los públicos.

A modo de cierre



Este artículo permite establecer matrices sobre las interpretaciones de las narrativas mediáticas de la inseguridad que pueden pensarse como indicios teóricos en el campo de los estudios de recepción y de la sociología del delito. Los estudios de recepción han tendido a realizar análisis generales sobre las interpretaciones de determinados programas o soportes. En esta investigación, el trabajo de campo, en cambio, se organizó en torno a la inseguridad como un *issue public* (Dayan, 2005), lo que permitió vislumbrar distintos entramados de sentido, e incluso ir más allá de los medios, para observar el papel fundamental que tiene la experiencia y la comunicación interpersonal en los procesos de consolidación de determinadas creencias y comportamientos.

En estas líneas, se evidenció que existe un conocimiento desde los sectores medios sobre la producción de la noticia policial, como el uso de una retórica sensacionalista, manejo de fuentes, el *rating*, los tiempos televisivos y las llamadas olas de inseguridad. Este saber previo sobre la construcción de la noticia lleva, en principio, a dudar de las noticias de inseguridad, o al menos de ciertos discursos. La desconfianza ante lo que muestra la información delictiva se desmorona frente a dos cuestiones: cuando aparece la víctima como fuente principal de la noticia y/o si la noticia muestra imágenes de cámaras de seguridad. Estas operaciones refuerzan el pacto de verosimilitud entre el medio y el público.

En un escenario de medios polarizado, lo primero que los públicos consideran es el medio, sus intereses y posicionamientos políticos, para luego hacer una lectura sobre el contenido de la noticia de inseguridad. Los estudios de recepción, en general, han tendido a hacer análisis a-históricos, que suelen atribuirle a la noticia ciertas características estables. El trabajo aquí presentado muestra la necesidad de incorporar variables contextuales, socio-históricas, en este tipo de estudios ya que la incidencia de la cuestión política, en este caso, es sumamente relevante.

Por último, la incidencia de la repetición de la misma información resultó una dimensión significativa en este trabajo. La omnipresencia de las noticias de inseguridad genera aburrimiento o desdén en el público, que en muchos casos contribuye a un cierto fatalismo sobre la aleatoriedad de los hechos y, por ende, preanuncia que se trata de algo que puede suceder a cualquiera, retroalimentando la definición de inseguridad como un hecho fortuito. La tensión se produce, entonces, entre la confianza y la credibilidad en la información que brindan los noticieros, por un lado, y el rechazo que le provocan estas emisiones, en tanto surgen sentimientos de angustia, bronca, tristeza, por el otro. Se trata de una relación dual entre la necesidad de estar informados sobre temas delictivos y un cierto desdén por estas imágenes, indicios claves para comprender que, lejos de interpretaciones cerradas, las noticias



de inseguridad generan ambivalencias y controversias en su recepción. Este hallazgo refuerza la literatura que sugiere que no existen efectos mecánicos ni homogéneos de los medios en los comportamientos y emociones de las personas. Las condiciones vitales (edad, género, experiencia) modifican las prácticas cotidianas de los sujetos-receptores.

En síntesis, en una coyuntura signada por el posicionamiento de la inseguridad como principal preocupación ciudadana, el punto de partida de esta investigación consistió en cuestionar miradas que se limitaban a señalar a los medios de comunicación como únicos responsables en la generación de temores sociales y en el aumento del sentimiento de inseguridad. En este sentido, esta investigación intentó darle un enfoque amplio, que implicó el cruce de distintas dimensiones de análisis. Se vislumbró algunos de los modos en que las noticias de inseguridad se entrelazan con la vida cotidiana de los sujetos configurando percepciones y creencias sobre el fenómeno de la inseguridad.

Referencias bibliográficas:

- CALZADO, Mercedes. (2015). *Inseguros. El rol de los medios y la respuesta política frente a la violencia de Blumberg a hoy*. Buenos Aires: Aguilar.
- CHIRICOS, Ted; PADGET, Kathy; y GERTZ, Marc. (2000). "Fear, TV news and the reality of crime". *American Society of Criminology*, Vol. 38, issue 3, 755-786.
- CIUDAD AUTONÓMA DE BUENOS AIRES, MINISTERIO DE GOBIERNO. (2007). *Encuesta de victimización de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, informe final*. Recuperado de http://www.buenosaires.gob.ar/areas/seguridad_justicia/seguridad_urbana/encuesta/informe_final_victimizacion.pdf
- COHEN, Stanley. (1987). *Folk Devils and Moral Panics*. Cornwall: Routledge.
- DAVISON, W. Phillips. (1983). "The Third-person Effect in Communication". *Public Opinion Quarterly*, 47, 1-15.
- DAYAN, Daniel. (2005). "Mothers, midwives and abortionists: genealogy, obstetrics, audiences & publics". En S. Livingstone (editor), *Audiences and Publics: When cultural engagement matters for the public sphere*, pp. 43-76. Bristol-Portland: Intellect Books.
- DITTON, Jason; DEREK, Chadee; FARRALL, Stephen; GILCHRIST, Elizabeth; y BANNISTER, Jon. (2004). "From imitation to intimidation: a note on the curious and changing relationship between the media, crime and fear of crime". *The British Journal of Criminology*, 44-4, 595-610.
- EAGLY, A. H. y CHAIKEN, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*. Texas: Fort Worth.



- FOCÁS, Brenda. (2016). "Introducción" y "Recepción de medios y percepciones de la inseguridad: la incidencia del delito en la vida cotidiana". En Brenda Focás y Omar Rincón, *(In)seguridad, medios y miedos. Una mirada desde las experiencias y las prácticas cotidianas en América Latina*, pp. 5-10 y 43-66. Colombia: Fes Comunicación y Universidad ICESI.
- GERBNER, George; GROSS, Larry; MORGAN, Morgan; y SIGNORIELLI, Nancy. (1980). "The «mainstreaming» of America Violence". *Journal of Communication*, 30-11, 10-27.
- GRABE, María Elizabeth y DREW, Dan. (2007). "Crime Cultivation: Comparisons Across Media Genres and Channels". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol. 51, 147-171.
- GROSS, K. y ADAY, S. (2003). "The Scary World in Your Living Room and Neighborhood: Using Local Broadcast News, Neighborhood Crime Rates, and Personal Experience to Test Agenda Setting and Cultivation". *Journal of Communication*, Volume 53, Issue 3, 411-426.
- KESSLER, Gabriel. (2009). *El sentimiento de inseguridad. Sociología del temor al delito*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- KESSLER, Gabriel y FOCÁS, Brenda. (2014). "¿Responsables del temor? Medios y sentimiento de inseguridad en América Latina". *Nueva Sociedad*, 249, 137-148.
- LISKA, Allen y BACCAGLINI, William. (1990). "Feeling Safe by Comparison: Crime in the Newspapers". *Social Problems*, 37 (3), 360-74.
- LIVINGSTONE, Sonia. (2005). On the relation between audiences and publics. En S. Livingstone (editor), *Audiences and Publics: When cultural engagement matters for the public sphere*, pp. 17-41. Bristol-Portland: Intellect Books.
- LOWRY, Dennis; NIO, Tarn Ching Josephine; y LEITNER, Dennis. (2003). "Setting the Public Fear Agenda: A Longitudinal Analysis of Network TV Crime Reporting, Public Perceptions of Crime, and FBI Crime Statistics". *Journal of Communications*, 53, 61-73.
- MARROQUÍN PARDUCCI, Amparo. (2016). El espejo del miedo. Audiencias salvadoreñas y notas de inseguridad en redes sociales. En Brenda Focás y Omar Rincón, *(In) seguridad, medios y miedos. Una mirada desde las experiencias y las prácticas cotidianas en América Latina*, pp. 215-240. Colombia: Fes Comunicación y Universidad ICESI.
- MARTINI, Stella. (2002). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- MORLEY, David. (1996). *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Madrid: Amorrortu.



- OROZCO GÓMEZ, Guillermo. (1995). "The dialectic of TV reception". *Mexican Journal of Communication*, 2, 93-106.
- RODRÍGUEZ, Esteban. (2011). *Justicia mediática*. Buenos Aires: Ad Hoc.
- ROGER, Tom. (2005). *Toward an Analytical Framework on Fear of Crime and its Relationship to Print Media Reportage*. Department of Sociological Studies, University of Sheffield.
- ROMER, Daniel; JAMIESON, Kathleen Hall; y ADAY, Sean. (2003). "Television news and the cultivation of fear of crime". *Journal of Communication*, 53, 88-104.
- SARTORI, Giovanni. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid: Taurus.
- SCHRAMM, Luanda. (2003). *A televisão e as múltiplas vozes dos adolescentes: Um estudo de recepção sobre o assassinato do índio Galdino*. Tesis de maestría en Comunicación, Universidade Federal Fluminense, Brasil. (Mimeo.)
- TESTER, Keith. (1994). *Media, Culture and Morality*. Londres: Routledge.
- THOMPSON, Kenneth. (2014). *Pánicos morales*. Buenos Aires: UNQ.
- TYLER, Tom y COOK, Fay. (1984). "The Mass Media and Judgements of Risk: Distinguishing Impact on Personal and Societal Level of Judgements". *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 693-708.
- VALENZUELA, Sebastián y BROWNE, Magdalena. (2014). "Televisión y opinión pública sobre delincuencia en Chile: análisis longitudinal e individual de las teorías del cultivo y agenda setting". Trabajo presentado en el VI Congreso Latinoamericano de la World Association for Public Opinion Research, Santiago, Chile, 18 al 20 de junio.
- VERÓN, Eliseo. (1985). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- WEITZER, Roland y KUBRIN, Charis. (2004). "Breaking News: How Local TV News and Real-World Conditions Affect Fear of Crime". *Justice Quarterly*, 21-3, 497-520.
- WILLIAMS, Paul y DICKINSON, Julie. (1993). "Fear of crime: Read all about it? The relationship between newspapers crime reporting and fear of crime". *British Journal of Criminology*, 33, 33-56.

Notas:

¹ Villa Urquiza y Saavedra fueron seleccionados por tratarse de dos barrios de clase media con alta percepción de temor al delito, según el último informe de victimización del gobierno de Ciudad Autónoma de Buenos Aires (2007). El informe indica que el 38,5 por ciento de los entrevistados de la comuna consideró que vivía en un barrio muy o bastante seguro, mientras que el 46,8 por ciento evaluó su barrio como un poco inseguro y el 13,9 por ciento como muy inseguro. Además, 8 de cada 10 vecinos entrevistados consideró que el problema de la seguridad es muy importante en el ámbito de la Ciudad. Las entrevistas fueron realizadas en las zonas centrales de los barrios y se aplicó un muestreo al azar por lugar de residencia y en algunos casos por bola de nieve.



Vale aclarar que Ciudad Autónoma de Buenos Aires se encuentra organizada en 15 comunas que se rigen bajo la Ley 1.777, sancionada en 2005. Se trata de unidades descentralizadas de gestión política y administrativa que, en algunos casos, abarcan a más de un barrio porteño. Villa Urquiza y Saavedra integran la Comuna 12.

² Durante las entrevistas, se proyectaron algunos fragmentos de noticias vinculadas con la inseguridad, como salideras bancarias, entraderas, “olas de inseguridad” y de algunos casos paradigmáticos vigentes en la agenda mediática en ese momento, como el caso “Baby Etchecopar”, “Carolina Píparo” o “Ángeles Rawson”.

³ El 8 de febrero de 2012, un francés fue asesinado de una puñalada en el pecho cuando un delincuente intentó robarle una cámara de fotos en el barrio de Retiro. Véase <http://www.lanacion.com.ar/1447068-lo-matan-para-robarle-una-camara-en-plaza-san-martin>.

⁴ Galindo Jesús Dos Santos dormía debajo de un colectivo, en Brasilia, después de participar en manifestaciones por el Día del Indígena. El crimen, que conmocionó al país, fue cometido por cinco jóvenes de clase media alta de la ciudad. Para este trabajo se utilizó, según la autora, una “observación participante” en la que 127 jóvenes (de entre 15 y 20 años) miraron noticias sobre el homicidio, seguido de discusiones abiertas que fueron grabadas. También se realizaron entrevistas individuales, sólo en los casos en que se presentaba un punto de vista distinto o no representativo de los demás.

⁵ El entrevistado se refiere a la venta del canal de noticias C5N, propiedad del grupo Indalo, que se concretó el 26 de abril de 2012. El grupo Indalo está vinculado al empresario argentino Cristóbal López, que mantuvo una relación cercana con los gobiernos kircheristas.

⁶ Stanley Cohen (2002: 28) afirma que las sociedades sufren estados de pánico moral cuando un episodio, persona o grupo de personas emergen y son definidos por los medios “como una amenaza para los valores e intereses sociales”. En la actualidad, el concepto ha sido retomado y puesto en discusión a raíz de la omnipresencia de las noticias policiales en los medios de comunicación. Para más detalles, véase Thompson (2014).

⁷ De acuerdo con Davinson (1983), el “efecto de tercera persona” tiene lugar cuando la gente tiende a creer que otras personas son más influenciadas por los mensajes de los medios masivos de comunicación que ellos mismos. Para el autor, este efecto se relaciona con la creencia de que a los medios se les atribuye tradicionalmente el tener efectos poderosos e indeseables en las actitudes y comportamientos de una audiencia masiva crédula y susceptible. El razonamiento sería: “No seré influenciado, pero ellos (las terceras personas) pueden serlo”.

Fecha de recepción: 23 de agosto de 2017. Fecha de aceptación: 31 de octubre de 2017.