

02

Recepción de medios y percepciones de la inseguridad: la incidencia del delito en la vida cotidiana

Brenda Focás

Universidad Nacional de San Martín | bfocas@gmail.com

En la última década el delito se incorpora como una temática de preocupación usual en América Latina y comienza a ser representado por los medios de comunicación como un problema para la sociedad. En Argentina el fenómeno tiene lugar de una manera particular, en la que se cruzan dos dimensiones: un efecto general de época y los cambios relacionados al propio delito.

Según la Dirección Nacional de Política Criminal del Ministerio de Justicia, Seguridad y Derechos Humanos de la Nación, la cantidad de hechos delictuosos se duplicó en el periodo 1991-2002 y comenzó a bajar paulatinamente luego de la crisis del 2001, punto de mayor virulencia del crimen en el país. En el año 2010, los últimos datos publicados, muestran un leve aumento del delito en todas las series relevadas.¹

Más allá de las cifras de delitos oficiales y de victimización, la sociedad se ve afectada cuando la preocupación por el delito se extiende promoviendo un creciente «sentimiento de inseguridad». Kessler propone este concepto que incluye distintas emociones más allá del temor, como la ira, la indignación, la impotencia, la tristeza y «también comprende las preocupaciones políticas, los relatos sobre sus causas y las acciones que conformarán la gestión de la inseguridad» (2014, p. 324). En efecto, los estudios muestran que los números del temor al delito suelen aumentar al incrementarse la victimización, pero una vez instalado como problema social ya no disminuye, aunque las tasas de delito efectivamente lo hagan.² Es decir que, al comparar la relación entre

1. En febrero de 2016, el ministerio de Justicia del gobierno de Mauricio Macri dio a conocer nuevos datos sobre el delito. Algunos de los más relevantes apuntan que el 34% de la población mayor de 15 años sufrió algún delito en 2010; y que el 69% de los hechos criminales sufridos no fueron denunciados; es decir, muestra una elevada «cifra negra» del delito ya que 7 de cada 10 delitos no son denunciados. La encuesta muestra que el 29,5% de los casos se trató de robos de los cuales el 9,2% fue con violencia. En el caso de Ciudad de Buenos Aires y el conurbano bonaerense, el organismo realizó estudios de victimización entre 1997 y 2010. En ambos casos se observa que, a partir del 2008, los índices de víctimas de delitos fueron creciendo del 25% al 31% en 2010.

2. Por caso, en Argentina, un estudio realizado por una universidad privada asegura que el 75% de los entrevistados en 5.698 hogares –de todas las condiciones económicas– tiene miedo a ser inminentemente víctima de un delito. Esa inquietud creció un 20% en un período de cinco años, con solo un descenso relevado en 2011, pero con rápido rebote hacia una percepción de mayor temor ante la violencia cotidiana (Barómetro de la Deuda Social, UCA). El informe indica que es entre los profesionales de clase media donde está más extendida

tasa de victimización y de temor en el país, se observa que la segunda suele ser el doble de la primera. Esto muestra el valor explicativo de la llamada «victimización indirecta». Cuando en una sociedad determinada hay más personas victimizadas circula más información sobre estos hechos, una mayor cantidad de conocidos o relaciones indirectas se enteran y «lo difunden en conversaciones, y así se intensifica la preocupación por el tema, más allá de haber sufrido o no un delito» (Kessler, 2009, p. 71). De este modo, las noticias delictivas colaborarían en esta configuración de lo inseguro, una de las hipótesis que se analizan en este artículo.

Recepción de medios y temor al delito: perspectivas teóricas de investigación

Para reflexionar sobre la recepción de medios, partimos del supuesto de que lo que emiten los medios de comunicación impactará de distintos modos en las audiencias. Lejos de una teoría mecanicista, entendemos que la recepción es un momento del proceso de consumo atravesado por múltiples mediaciones, que actuarán en mayor o menor medida según el contexto político social. Así, coincidimos con De la Peza Casares (2006) cuando, en lugar de recepción (concepto más relacionado con las etnografías de audiencias), propone pensar en «procesos de significación», con el fin de comprender los nudos de significación que anidan los discursos de distintos sujetos determinados socio históricamente, en su interrelación con los discursos que reciben de múltiples fuentes institucionales e interpersonales.

En este marco nos preguntamos, ¿cómo interpretan los sujetos a los medios cuando hablan de «la inseguridad» y cómo decodifican la información sobre el delito urbano? ¿qué legitimidad ocupan estos contenidos mediáticos en las percepciones de las audiencias? Consideramos que la pregunta, por lo que la gente hace con los medios, sigue vigente y, en un contexto signado por la

la sensación de inseguridad, aunque es fuertemente compartido por todos los sectores sociales. La percepción sobre la alta probabilidad de ser víctima del crimen alcanza al 75,6% de la clase media no profesional, al 74,7% de la clase obrera integrada y al 71,7% de la clase de trabajadores marginal.

preponderancia del sentimiento de inseguridad, cobra relevancia dilucidar su rol en esta construcción emocional-cognitiva.

A la hora de analizar el impacto de los temas de seguridad, una primera cuestión que surge, es que si bien no hay acuerdo entre estudios que muestren una relación directa entre la relevancia que los medios le otorgan a las noticias relacionadas con la delincuencia, y el aumento del temor ciudadano, sí hay consenso en que los medios contribuyen a crear una agenda social sobre delitos existentes y riesgos posibles (Bergman y Kessler, 2008; Martini, 2009; Tyler y Cook, 1984). Este escenario nos permite inferir, a modo de hipótesis, que la alta exposición mediática de lo criminal y de lo inseguro podría tener alguna incidencia en la expansión del sentimiento de inseguridad, siempre que exista una «consonancia intersubjetiva», es decir que aquello que aparece en los medios tenga algún tipo de confirmación con lo que las personas perciben a su alrededor y amplifique el temor u otros sentimientos (Kessler, 2009). Partimos del papel relevante que las representaciones mediáticas adquieren en las actuales sociedades mediatizadas (Verón, 1987), y las modalidades específicas (de congruencia, contradicción o resiliencia) en que los distintos sujetos incorporan significados, imágenes y narrativas provenientes de los textos mediáticos (Hall, 1980).

En relación con la representación de la inseguridad, diversas investigaciones dieron cuenta del uso de gramáticas de producción en diarios y noticieros que podrían caracterizarse rápidamente de «sensacionalistas» (Fernández Pedemonte, 2010; Vilker, 2007). También, estudios extranjeros se refirieron al lugar de difusión de los medios en una «cultura del miedo» (Altheide, 1997). En este sentido, en trabajos previos, notamos que tanto en el nivel del discurso como de la imagen, la construcción del acontecimiento estaba signada por un tono entre alarmista y conservador que presenta una paradoja: si bien la inseguridad es representada con rasgos de omnipotencia e imprevisibilidad, que vuelven imposible detenerla, a la vez es un problema que necesita una solución urgente por parte de las autoridades, para recuperar una supuesta seguridad perdida. (Focás, 2013).

En relación con la influencia de las noticias criminales, los aportes de estudios internacionales han sistematizado diferentes paradigmas. Liska y Baccaglioni (1990), en su trabajo sobre el impacto de las noticias en diarios de ciudades norteamericanas, 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 solo 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 (Roger, 2005; Romer *et al.*; 2003) relativizan la relación de las noticias en el miedo al crimen e incorporan otras variables que inciden en él, tales 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, Padgett 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, *et al.*; 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, el consumo y la credibilidad en los medios de comunicación es muy fuerte. Los habitantes prestan mucha atención a las noticias. Según una encuesta de *The Latin American Public Opinion Project* (LAPOP) entre los que leen y miran más noticias se encuentran Uruguay (81,3%), Panamá (79%), Jamaica (78,5%) y Costa Rica (78,5%). Le siguen, entre otros, Chile y Perú (72,4%), Argentina (61,6%), México (55,4%), y Brasil (53,6%). Las personas que tienen mayor nivel de educación, los que viven en áreas urbanas, los hombres y quienes están más interesados en la política consumen más noticias. Por el contrario, los de menores recursos económicos, o aquellos que viven en áreas rurales suelen estar menos interesados (Maldonado, 2011). El mismo informe relevó el nivel de confianza y credibilidad que los ciudadanos le otorgan a los medios de comunicación. Entre los que más confían están los entrevistados de Brasil (69,9%), Uruguay (69,1%), Chile (66%) y Costa Rica (65,7%). Por otro lado, los de Perú (55,1%) Bolivia (55,3%) y Argentina, (53,6%) se ubican entre los más escépticos, aunque, el promedio de confianza es alto en toda la región (Layton, 2012) y los medios concitan aprobación en un subcontinente escéptico de sus instituciones. Es decir, a pesar de que los

medios están en el centro del debate, perdura una importante confianza en ellos. Este panorama mediático y de los públicos, diferente al de hace apenas una década atrás, sugiere la necesidad de indagar en este horizonte cambiante.

A partir de estos avances entendemos que nos enfrentamos a un consumidor activo, cuya recepción no es lineal, sino crítica. A la vez, podemos asegurar que los contenidos de los medios no ocupan un lugar claro de legitimidad y son puestos en cuestión cuando «construyen una realidad» que no tiene relación con la experiencia cotidiana de las audiencias.

Aproximaciones a un caso de estudio

Para trabajar en las percepciones de la inseguridad que se configuran en relación con los medios de comunicación, realizamos setenta y cinco entrevistas en dos etapas, la primera en los primeros meses del año 2012 y la segunda, durante el primer semestre de 2014.³ En ambas oportunidades se utilizaron fragmentos de noticias policiales, vigentes en la agenda mediática. El fin de esta técnica metodológica fue que las imágenes mediáticas de situaciones delictivas funcionen como disparadores, para conversar sobre las interpretaciones de estas narrativas y de otras cuestiones vinculadas con la inseguridad, que exceden a los medios. De este modo, indagamos 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 optamos 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. Consideramos que no puede

3. Realizamos setenta y cinco entrevistas en profundidad entre 2012 y 2014, donde se emitieron noticias policiales como disparadores audiovisuales. La selección de participantes se realizó a partir del último informe de victimización de la Ciudad de Buenos Aires (2007) que nos llevó a trabajar en dos barrios con altos índices de temor al delito, Saavedra y Villa Urquiza. Por otro lado, relevamos durante ese periodo las coberturas de hechos delictuosos en los principales noticieros y cadenas de noticias que cuentan con mayores niveles de rating: Telenoche, Telefe Noticias, TN y C5N. Este mapeo previo nos permitió conocer las representaciones vigentes en la agenda mediática policial.

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.

Este capítulo propone sistematizar las percepciones de los entrevistados en relación con la construcción de la inseguridad como un asunto estable en la agenda mediática argentina de los últimos diez años. 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 al delito. 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.

La construcción de la noticia de inseguridad

Una primera cuestión que surgió en el trabajo con entrevistas es que los públicos reconocen que las noticias son una construcción (no un mero reflejo de la realidad), y señalan a los noticieros como empresas periodísticas con intereses corporativos. Sin embargo, esta afirmación no deviene en una menor credibilidad de la noticia policial, sino que existen distintas mediaciones que garantizan la verosimilitud del género.

Los entrevistados en tanto públicos de noticieros dan cuenta de un conocimiento sobre la producción de las noticias policiales. Muchos participantes 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 noticias vinculadas con la inseguridad.

Para Mariana, de 25 años y estudiante de Medicina, las noticias «se arman para contar una realidad» y asegura que los noticieros manipulan la información en pos de sus intereses:

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... (Mariana).

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, en especial de C5N:⁴

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 (Sebastián).

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 estirla. 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 (Adriana).

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, además, mostraron ciertas competencias de lectura acerca del texto policial. Las condiciones de reconocimiento se manifiestan justa-

4. C5N es un canal de cable que emite 24 horas de noticias.

mente en un reconocimiento del género, en este caso el policial, mediante la descripción por parte de los públicos de ciertas operaciones mediáticas (Verón, 1996). 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, 38 años, quien mira solo Visión 7⁵ y Telefé Noticias,⁶ 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 (Diego).

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 enfatizan 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 objetivo es generar un mayor impacto. Se trata de una modalidad discursiva que se volvió moneda corriente en la representación de las noticias, al enmarcar al delito en cuestión en una línea serial de casos similares, que es presentado por los noticieros y las cadenas de noticias 24 horas como «olas de inseguridad». Esta operación discursiva también es utilizada en los diarios, la radio y los medios *online* que

5. Vision 7 es el noticiero del canal estatal.

6. Telefe Noticias es el noticiero del canal 11.

construyen, mediante la edición, la percepción de que ese caso no es aislado, sino bastante recurrente.

La cobertura mediática de los casos de inseguridad presentadas en forma de «olas» generan en los entrevistados distintas percepciones. Por un lado, 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, dos tercios de los entrevistados desconfían de los informes de inseguridad que se presentan editados en los noticieros o en 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, 33 años, quien 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. Buscan similares para agrandar o seguir con el mismo tema, y es obvio que manipulan la información (Sofía).

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 de olas las hacen para rellenar... Esto es forzado y te das más cuenta, bah al menos yo me doy cuenta. Eso sí me parece que no es real, le presto menos atención, porque ahí si 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,⁷ 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; es un invento periodístico (Leandro).

7. Recoleta es un barrio de la ciudad de Buenos Aires.

Sin embargo, cuando la ola de inseguridad sucede en el mismo barrio donde vive el entrevistado se promueve un efecto de temor, o quizás de preocupación. En ese caso, operaría nuevamente una «presión ecológica»⁸ 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).

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.

El recurso es claro, y efectivo en términos de generar impacto. «Salideras», «entraderas», «pirañas», «motochorros», en tanto supuestas nuevas modas delictivas titilan en los *graphs* de las pantallas cada semana. Una cuestión interesante surge en los espectadores más jóvenes que participaron de esta investigación

8. Sébastien Roche propuso la hipótesis de una cierta «presión ecológica» 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).

(entre 30 y 40 años). En general señalan cierta intención de los medios al construir «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 Píparo⁹ 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 noticieros 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 la víctima relatando su calvario (generalmente en primer plano). La fuerte retórica emotiva que logra el relato, mediante una conexión de cierta empatía con los públicos, logra que la percepción de manipulación de la información se haga más difusa. Beatriz, jubilada de 72 años, asidua televidente de TN,¹⁰ 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 (Beatriz).

9. Carolina Píparo estaba embarazada de 8 meses cuando el 29 de julio de 2010 fue atacada por un grupo de delincuentes en una salidera bancaria. Para robarle el dinero le pegaron un tiro en la boca lo que terminó en 48 horas con la vida de su bebé. Ella logró sobrevivir tras 42 días de internación en un hospital de La Plata.

10. TN es un canal de cable de noticias 24 horas, que pertenece al Grupo Clarín.

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 entrada 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 (Diego).

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, p. 265). El contenido de las mismas 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» (Sartoti, 1998, p. 72). En ese orden de cosas, para Calzado (2015) el elemento de verosimilitud que le incorporan a la noticia policial es definitorio no solo 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 que participaron de esta investigación, 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 lleva en principio a desconfiar de las noticias de inseguridad, o al menos de ciertos discursos «sensacionalistas». Sin embargo, el recorrido de esta investigación llevó a elucidar que ese discurso crítico frente a lo que muestra la información delictiva, se desmorona frente a dos cuestiones: cuando aparece la víctima como fuente principal de la noticia, o si la noticia muestra imágenes de cámaras de seguridad. Estas operaciones mediáticas 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 ciertos periodistas.

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; McGuire, 1985). 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 desconfiaba de la fuente. Sin reconocimiento hay sanción extra textual: cuando se experimenta extrañeza ante una noticia que interpreta como inverosímil, se produce una falta de confianza que puede extenderse al contrato de lectura mismo. Caso contrario, la credibilidad de un discurso periodístico se cruza con otras series verosímiles, culturalmente compartidas, que, en el caso de los noticieros, permiten su legitimación, tal como explica Martini (2002):

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 –sobrereabundancia de noticias– que asegura el panorama del mundo entero. La televisión «dice» mostrar todo y a tiempo (p. 114).

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. Una recurrencia que se observó durante las entrevistas, fue lo que denominamos una «lectura diagonal» o «condicionada» por la fuente. La recepción de las noticias de inseguridad se encontraba 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) eran decodificados por los entrevistados luego de observar qué canal emitía la noticia, y dar algún juicio de valoración sobre éste.

De este modo, los entrevistados cuestionaban o no la información en relación con la empresa mediática emisora, la relacionan con los dueños, o *holdings* a los

que pertenecen y marcaban una clara diferenciación según la postura ideológica que, aseguraban, tenía el medio en cuestión.

En este sentido, cuando se mostraban noticias que pertenecían a un canal que no era afín con la ideología política del entrevistado, en una primera instancia la mayoría aseguraba descreer de todo (ya cuando identifican el logo del canal), pero luego surgían los matices. Algunos reconocían su preferencia por un determinado canal o periodista en el que confiaban, mientras que el resto de la información les parecía «tendenciosa». Los siguientes testimonios de vecinos 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).

Crónica¹¹ 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 vendió¹² ya no se... (Juan, 45 años).

A mí, 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, que habrá detrás, que intenciones políticas en contra del gobierno... (Mariela, 42 años).

El carácter ideológico político del medio condicionaba fuertemente la recepción, lo que abre un panorama de diversas lecturas (y pre-lecturas) de las noticias vinculadas con la inseguridad. Es decir, que en la elección de un canal para mirar las noticias, incidían 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, lo cual es inédito en la literatura sobre recepción.

11. Crónica TV es un canal de cable de 24 horas de noticias.

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

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 solo para narrar la noticia 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, p. 287). 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.

La ambivalencia se evidenció en los entrevistados que marcaban una distancia con ciertos medios, y cierta empatía con otros. A la vez reconocen 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, solo que algunos deberían ser menos sensacionalistas cuando dan las noticias. Canal 7¹³ directamente no lo miro porque no les creo nada (Beatriz, 72 años, jubilada).

Me gusta Canaletti, un profesional que es objetivo, me da la impresión que trata de entender lo que pasa y transmitirlo. Como 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, jubilado).

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

13. Canal 7 es el canal estatal de Argentina.

y emisor. Dicho de otra manera, 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.

Uso social de las noticias de inseguridad

En los apartados anteriores analizamos la percepción de los entrevistados sobre las noticias de inseguridad. En líneas generales, podríamos decir que existe una mirada crítica y cuestionadora sobre lo que emiten los medios de comunicación masiva en relación con este tema. Además, podemos rescatar otra dimensión que marcan nuestros entrevistados en este tipo de contenidos, más ligada a un uso social de los medios. En este sentido, un estudio indica que el alto consumo de emisiones vinculadas con el mundo del delito lleva a los telespectadores a tomar una mayor cantidad de medidas preventivas, tal como sugieren en los diversos programas televisivos que tratan el tema. La influencia funciona por un doble mecanismo: por un lado, los medios construyen la imagen de una sociedad violenta y amenazada y, por el otro, promueven la adopción de prácticas preventivas y dispositivos seguridad, tanto en los noticieros, como en las series de ficción *crime drama*, o los *realities* de policías (Nabi y Sullivan, 2001).

En consonancia con este hallazgo, los entrevistados rescatan de la información mediática policial un aprendizaje sobre el delito: las noticias, aseguran, les ayudan a la hora de trazar recorridos, prevenirse o evitar ser víctimas de un delito. Este uso social de la televisión (Vilker, 2009), lleva a cuestionar un rol meramente adverso en la representación mediática del delito.

Es el caso de Analia, quien asegura que mira religiosamente el noticiero vespertino porque le sirve «para estar al tanto» de las nuevas modalidades delictivas:

El problema es que si los medios no mostrasen lo que pasa, nosotros no lo sabríamos y seríamos mucho más vulnerables. El hecho de que lo muestren, aunque se excedan, hace que vos seas un poco más prudente y te fijas ciertas cosas, que en otro momento no te fijarías como mirar para todos lados cuando vas a subir o bajar del auto, no dejar la cartera a la vista, estar atento por las entraderas... quizás los medios exageran pero de alguna manera te están poniendo sobre aviso, que algo pasa y cómo defenderte (Analia).

Otros testimonios ubican a los medios como los portavoces de las zonas seguras e inseguras, y a partir de estos discursos orientan su propia gestión de la inseguridad.

Veo las noticias y me entero de lo que pasa, me sirve para estar informada y para prevenirme también. Por ejemplo, yo trabajo en Belgrano¹⁴ y gracias a un informe que vi en el noticiero me enteré que en la zona de Cabildo y Juramento roban mucho y en las Barrancas también... Desde que vi eso ando con más cuidado con la cartera, estoy más precavida, porque antes pensaba que Belgrano era seguro y andaba más despreocupada (Sandra, 40 años).

Que muestren los casos en los medios ayuda como forma de denuncia y de prevención, creo que si los medios no mostrasen tantos casos de inseguridad estaríamos peor, seríamos más indefensos frente a la delincuencia (Jorge, 49 años).

Estudios realizados en otros países también encuentran que las emisiones con contenidos delictivos, como series de ficción o *realities shows* de policías, ejercen la función de enseñar a las audiencias cómo prevenirse, alertar sobre zonas inseguras y educar sobre distintos temas como la pena de muerte, o la portación de armas para defensa personal (Banks, 2005; Grabe y Drew, 2007; Holbert *et al.*, 2004). También en Colombia, en relación con las noticias sobre el conflicto armado, los sujetos aseguraban que las noticias les permitían enterarse sobre el accionar de la guerrilla, les brinda pautas de protección frente a la violencia porque alertaba a la comunidad sobre los lugares peligrosos (Barón y Valencia, 2001).

Este uso social de la televisión varía según el género. Estudios cualitativos demuestran que las series ficcionalizadas (*crime drama*) son utilizadas por la audiencia femenina para aprehender estrategias defensivas frente a un ataque criminal. Las espectadoras aseguraban que en estas emisiones les facilitaban estrategias sobre cómo defenderse en ciertas situaciones, es decir, las mujeres orientaban su recepción hacia el modo en que los medios brindaban información y oportunidades para pensar situaciones de defensa personal a través de

14. Belgrano es un barrio de la ciudad de Buenos Aires.

representaciones realistas, en series de ficción, *realities shows*, o en las reconstrucciones que realizan los noticieros (Custers y Van den Bulk, 2011).

En síntesis, el uso social o didáctico de la noticia de inseguridad se evidencia en los modos en que los públicos utilizan la información vinculada con el delito, en tanto modo de prevención o de cartografía del delito. Este rol pedagógico también se relaciona con un pacto de verosimilitud en el que el medio enunciativamente comparte las mismas preocupaciones que los públicos de sectores medios frente al tema de la inseguridad. Las noticias de inseguridad entonces, son aliadas a la hora de definir estrategias de supervivencia cotidiana, lo que permite reflexionar sobre la interrelación de estas narrativas con la experiencia cotidiana.

Reflexiones finales

Plantear una investigación que se centrara en conocer las percepciones de la inseguridad que se configuran en relación con los medios de comunicación y la vida cotidiana constituyó un gran desafío analítico, metodológico y teórico. En estas líneas se evidenció, en primer lugar, 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 llevó en principio a desconfiar de las noticias de inseguridad, o al menos de ciertos discursos «sensacionalistas». Sin embargo, el recorrido de este artículo mostró que ese discurso crítico frente a la información delictiva, se desmoronaba frente a dos cuestiones: cuando aparecía la víctima como fuente principal de la noticia, o si la noticia mostraba imágenes de cámaras de seguridad. Estas dos operaciones eran percibidas por los entrevistados como «neutrales», imposibles de manipular y por lo tanto refuerzan el pacto de verosimilitud entre el medio y el público.

En segundo lugar, 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. Dicho de otra manera, 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.

Por último, intentamos destacar una dimensión más pedagógica de las noticias sobre inseguridad. En líneas generales, la recepción de este tipo de información suele ser crítica y apunta a las representaciones sensacionalistas de las noticias policiales. Sin embargo, este uso social queda evidenciado en los testimonios que exponen que la información vinculada con el delito puede funcionar como forma de prevención o de aprendizaje de los modos o las zonas en las que el delito avanza. Este rol más pedagógico también se relaciona con la creencia en un sistema de medios veraz, que comparte las mismas preocupaciones que los espectadores frente al tema de la inseguridad. En estos casos, surge una especie de desdibujamiento de los rasgos más relacionados con el sensacionalismo, y el entretenimiento, que sí se advierten cuando la información es presentada desde otro lugar.

En síntesis, en una coyuntura signada por el posicionamiento de la inseguridad como principal preocupación ciudadana, el punto de partida de este artículo 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 se alejó de un mediacentrismo¹⁵ que postularía que el sentimiento de inseguridad se reduce a una cuestión de efectos en las percepciones y comportamientos ciudadanos. Al contrario, se intentó darle un enfoque amplio que implicó el cruce de distintas dimensiones de análisis y un extenso trabajo de campo, con el fin de dilucidar el lugar de las noticias de inseguridad en el entramado de experiencias, comportamientos, sentimientos y creencias sobre el delito.

15. Se llama mediacentrismo a los estudios que se han centrado en buscar efectos de los medios en las personas, en especial la *Mass communication research* y las teorías de la dependencia. El concepto surge de la obra de Jesús Martín-Barbero (1987) en *De los medios a las mediaciones* (1987), donde recupera el concepto de mediaciones de Martín Serrano, para pensar ya no desde el «mediacentrismo», sino desde «los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión» (p. 233). De lo que se trata es de revalorizar la agencia del sujeto-receptor en el proceso de comunicación, que «no es un mero decodificador de lo que en el mensaje puso el emisor, sino un productor también» (p. 228).

Referencias

- Altheide, D. (1997). The news media, the problem frame and the production of fear. *The sociological Quarterly*, 38(4) 647-668.
- Banks, M. (2005). Spaces of (in) security: media and fear of crime in a local context. *Crime Media Culture*, 1(2), 169-187. Doi:10.1177/1741659005054020
- Barón, L. y Valencia, M. (2001). Medios, audiencias y conflicto armado. Representaciones sociales en comunidades de interpretación y medios informativos. *Revista Controversia*, 178, p. 43-81.
- Bergman, M. y Kessler, G. (julio-diciembre, 2008). Vulnerabilidad al delito y sentimiento de inseguridad en Buenos Aires. *Revista Desarrollo Económico*, 48, p. 190-191.
- Calzado, M. (2015). *Inseguros. El rol de los medios y la respuesta política frente a la violencia de Blumberg a hoy*. Buenos Aires, Argentina: Aguilar.
- Chiricos, T.; Padget, K. & Gertz, M. (2000). Fear, TV news and the reality of crime. *Criminology*, 38(3), 755-786. Doi: 10.1111/j.1745-9125.2000.tb00905.x
- Custers, K. & Van Den Bulck, J. (2011). Mediators of the association between television viewing and fear of crime: perceived personal risk and perceived ability to cope. *Poetics*, 39 (2), 107-124. Doi:10.1016/j.poetic.2011.02.004
- De La Peza Casares, M. (2006). Las tram(p)as de los estudios de recepción y opinión pública. En F. Saintout, y N. Ferrante (Coords.), *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público* (pp.31-56). Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Ditton, J., Derek, C., Farrall, S., Gilchrist, E. & Bannister, J. (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. & Chaiken, S. (1993). *The Psychology of Attitudes*, Harcourt Brace Jovanovich. Texas: Fort Worth.
- Fernández Pedemonte, D. (2010). *Los casos mediáticos y sus públicos*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.
- Focas, B. (2013). Inseguridad: en busca del rol de los medios de comunicación. *La Trama de la Comunicación*, 17, 163-174.

- Grabe M & Dan G. Drew (2007) Crime Cultivation: comparisons Across Media Genres and Channels. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, March 2007.
- Gross, K. & 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*, 53(3), 411-426.
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding. En S. Hall *et al.* (Eds.), *Culture, media, language*. Londres: Routledge.
- Holbert, R.L., Shah, D.V. & Kwak, N. (2004). Crime-related TV viewing and endorsements of capital punishment and gun ownership. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81, 343-363.
- Kessler, G. (2009). *El sentimiento de inseguridad: sociología del temor al delito*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Layton, M. (2012). ¿Quién confía en los medios masivos de comunicación en América Latina? *Perspectivas desde el Barómetro de las Américas*, 74, LAPOP.
- Liska, A. & Baccaglioni, W. (1990). Feeling Safe by Comparison: crime in the Newspapers. *Social Problems*, 37(3), 360-74.
- Maldonado, A. (2011). ¿Quiénes consumen noticias en los medios en América Latina y el Caribe? *Perspectivas desde el Barómetro de las Américas* (70). The Latin American Public Opinion Project (LAPOP).
- Martini, S. (2002). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- Martini, S. (2009). El delito y las lógicas sociales. La información periodística y la comunicación política. En S. Martini y S. Pereyra (Eds.), *La irrupción del delito en la vida cotidiana, relatos de la comunicación política* (pp. xx-xx). Buenos Aires: Biblos.
- Nabi, R. & Sullivan J. (2001) «Does Television viewing relate to engagement in Protective Action Against Crime?: a Cultivation Analysis from a Theory of Reasoned Action Perspective», *Communication Research* December 2001 vol. 28 no. 6 p 802-825
- Rodríguez, E. (2011) «¿Será justicia? La administración de justicia en los mass media: deshistorización y criminalización de la realidad en el periodismo contemporáneo», en *Populismo punitivo y justicia expresiva*, Gutiérrez, Mariano (comp.), Buenos Aires: Di Placito Editor.

- Roger, T. (2005) Toward an analytical framework on fear of crime and the relationship to print media reportage. *Department of sociological studies, University of Sheffield*.
- Sartori, G. (1998). *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Madrid: Taurus.
- Tyler, T. & Cook, F. (1984) «The Mass Media and Judgements of Risk», en *Journal of Personality and Social Psychology* 47 (4) 693-708.
- Verón, E. (1987). *La semiosis social: fragmentos de una teoría de la discursividad*. Barcelona: Gedisa.
- Vilker, S. (2007). *Truculencias. Representaciones de la violencia entre el terrorismo de Estado y la inseguridad*. Buenos Aires: Editorial Prometeo.
- Vilker, S. (2009). La generación perdida. Un estudio de recepción de noticias sobre juventud y delito. Conferencia presentada en el *Seminario Internacional sobre Sistema Penal Juvenil*, UNICEF, Defensoría del Pueblo de la Nación Argentina.
- Williams, P. & Dickinson, J. (1993) Fear of crime: read all about it?. The relationship between Newspaper Crime Reporting and Fear of Crime. *The British Journal of Criminology* No 33.