

# Las pandillas y la prensa

## La producción de un mito nacional\*

Martín Sánchez-Jankowski\*\*

El crimen ocupa sin tregua el frente del escenario, pero el criminal no figura ahí sino de manera furtiva, para ser sustituido de inmediato.

ALBERT CAMUS, *La caída*, 1956

Las pandillas aparecieron en el escenario urbano norteamericano a principios del siglo XX. Desde entonces, se les ha considerado constantemente como un “problema social” mayor. Lo que siempre ha impactado a la opinión pública son sus actividades que podemos calificar como delictuosas o ilegales, aquellas que infunden miedo, acarrearán perjuicios a los bienes o amenazan a las personas. En consecuencia, el Estado ha destinado desde siempre recursos considerables, cada vez mayores, para tratar de erradicar el fenómeno. Sin embargo, pese a estos esfuerzos impresionantes e ininterrumpidos, las pandillas no sólo han persistido sino que no han dejado de proliferar, en particular en las dos últimas décadas. ¿Cómo explicar esta paradoja? ¿Por qué el despliegue de tantos esfuerzos en la lucha contra las pandillas no produjo los resultados esperados? Esta interrogante dio origen a mis investigaciones sobre el fenómeno de las pandillas en la Norteamérica urbana contemporánea<sup>1</sup>.

Diez años de profundas investigaciones sobre el tema, me llevaron a concluir que la respuesta a esa interrogante radica en el hecho de que las pandillas son *organizaciones*, algo que la mayoría de los estudios anteriores había descuidado. Como respuesta colectiva a una situación económica de aguda escasez y aislamiento, esas organizaciones elaboraron estrategias racionales de sobrevivencia que se aplican tanto a los modos de aumentar sus efectivos e incrementar sus saldos financieros, como al establecimiento de relaciones con el mundo que los rodea, ya se trate de organizaciones rivales, de la

\**Actes de la recherche en sciences sociales*, nº 101/102, 1994. Traducción de Danielle Zaslavsky.

\*\* Profesor- investigador de la Universidad de California.

<sup>1</sup> M. Sánchez-Jankowski, *Islands in the Street: Gangs in Urban American Society*, Berkeley y Los Ángeles, University of California Press, 1991, obra en la que se apoya este artículo.

policía, del sistema político o los medios. Estas relaciones conforman un sistema de intercambios multiformes que, en último análisis, sostienen la existencia de las pandillas. El presente artículo se inscribe en ese marco conceptual y se propone analizar cómo los medios contribuyen a la persistencia del fenómeno de las pandillas urbanas norteamericanas.

Se piensa a los medios como observadores neutrales de las pandillas o sus adversarios, mientras que de hecho contribuyen parcialmente a su sobrevivencia. En efecto, entre todas las instituciones que pueden ejercer una influencia en el fenómeno, pocas ocupan una posición tan estratégica como los medios de comunicación.<sup>2</sup> Conviene apuntar de entrada, que las voces autorizadas en estos asuntos no son “especialistas” de las pandillas, sino los periodistas de medios llamados “masivos”. De modo que son ellos la principal fuente de información no sólo del “ciudadano medio”, sino también de los presuntos “especialistas”, responsables de la elaboración e implementación de las medidas para luchar contra las pandillas. A lo largo de mis investigaciones, me llamó la atención constatar hasta qué punto los que se consideran como expertos sacan sus conocimientos del fenómeno lo mismo de reportajes difundidos por los medios que de trabajos científicos. Razón por la cual es imprescindible dilucidar el *modus vivendi* que se establece entre los medios y las pandillas, si uno quiere dar cuenta de la permanencia de éstas últimas.

La mayoría de las personas –incluyendo a los expertos– están convencidas de que la cobertura mediática describe muy bien la realidad de las pandillas, mientras que de hecho introduce distorsiones tan profundas como sistemáticas. Estas distorsiones se deben a las presiones estructurales bajo las cuales funcionan los medios, así como a la ignorancia, la incompetencia y a las ambiciones profesionales de los periodistas. Los análisis siguientes descansan en tres tipos de datos: observaciones directas realizadas cuando varios miembros de las pandillas de Nueva York, Boston, Los Ángeles, cuyas actividades compartía en aquel entonces, eran entrevistados por la prensa o la televisión; una serie de entrevistas con los periodistas que cubrían la actualidad urbana; finalmente, las sinopsis de

<sup>2</sup> Vigil y Hagedorn abordan los medios pero sin analizar sus relaciones con las pandillas. Se conforman ambos con subrayar la imagen negativa que vehiculan de éstos. Véase Hagedorn, *People and Folks*, pp. 23-24, 156; y Vigil, *Barrio Gangs*, pp. 40, 124.

los programas de radio y televisión dedicados a las pandillas, así como las video-grabaciones de noticieros televisivos, documentales, debates, docu-dramas, telenovelas (como "Hill Street Blues") y películas (*Colors*, *The Warriors*, *Fort-Apache-The Bronx*) en las cuales las pandillas desempeñan un papel de primera importancia.

### **El reportaje de actualidad o el enfoque "informativo"**

El objetivo de los periódicos o revistas de actualidad no se limita a difundir noticias: éstos también deben obtener ganancias. Los redactores en jefe de la prensa escrita y los productores de noticieros televisivos y radiofónicos tienen que recolectar y seleccionar noticias, y sobre todo interesar a sus lectores, radioescuchas o televidentes mediante la presentación que dan de éstas. En este marco competitivo, un reportaje sobre las pandillas se inscribe en el rubro del "periodismo de rutina"<sup>3</sup> que aborda los acontecimientos cotidianos y su tratamiento afecta obviamente la imagen pública de las pandillas. Semejante imagen no puede ser una representación detallada y matizada de la realidad, por restricciones impuestas por la programación y el tiempo y porque un reportaje responde a un imperativo económico preciso: suscitar en el público un interés que lo lleve a comprar tal o cual periódico o ver el noticiero en tal o cual canal de radio o televisión y no en otro.

Las pandillas sólo "hacen" la actualidad si están implicados en un acontecimiento particularmente sensacionalista. Por su propia naturaleza, los diarios y las noticias televisivas no pueden tratar la "actualidad" de manera exhaustiva (pese a lo que dice el *New York Times*, cuya divisa es "All the news that's fit to print": todas las noticias que merecen imprimirse). Para merecer algunas columnas en la página roja o algunos minutos en el noticiero vespertino, una pandilla debe cometer un acto extra-ordinario; en otras palabras, tiene que ser culpable de acciones violentas o criminales. Entre más violento es el crimen, más probabilidades tiene de figurar en el noticiero del día. Los noticieros televisivos y radiofónicos, así como los diarios, buscan permanentemente acontecimientos "que capten

<sup>3</sup> Todd Gitlin utiliza la expresión "periodismo de rutina", en *The Whole World is Watching: Mass-Media in the Making and Unmaking of the New Left*, Berkeley, University of California Press, 1980, p. 4.

la atención”, para enganchar y afianzar a su público. La violencia y los crímenes que involucran a las pandillas, son, a ese respecto, temas soñados. En efecto, suscitan la curiosidad del público y evitan a los periodistas muchas dificultades técnicas con las que habitualmente se enfrentan. Por ejemplo, los reporteros suelen presentar los principales acontecimientos del día como hechos confirmados. Sin embargo, en la mayoría de los incidentes que involucran a las pandillas, esta condición no se cumple. En las tres ciudades estudiadas (Los Ángeles, Nueva York y Boston), una masa de hechos violentos se presentan regularmente como “crímenes relacionadas con pandillas” (*gang-related crime*), cuando en la mayoría de los casos, lo que se presenta al público como “verdadero” acerca del acontecimiento no está del todo comprobado. Cuando se entrevista a expertos (generalmente policías) para comentar el incidente, generalmente lo hacen en términos prudentes, recurriendo a expresiones tales como “pensamos que este crimen involucra a las pandillas”. En este caso, el sector de la información puede atribuir el acontecimiento, que a su juicio suscitará sin duda el interés del público, a la acción de una pandilla sin tener que identificar por su nombre a la persona o al grupo presuntos responsables del crimen. Por naturaleza, el tema de las pandillas es un producto mediático ideal: cautiva al público sin verdaderamente poner en juego la responsabilidad del periodista. Un reportero de una cadena televisiva de Nueva York explica :

Hacer algo sobre las pandillas es la panacea para un periodista y su cadena de información (...) Primero, en la medida en que sólo se cubren las historias de pandillas en caso de crimen o violencia, es más fácil determinar quién es culpable: se puede acusar a un grupo, y no a una persona en particular. Es más fácil identificar a un grupo que intentar remontar hasta el individuo: listo permite que los plazos sean respetados por todos! (...) Todo el mundo gana tiempo y el reportaje conserva su validez. En una palabra, el canal se hace fácilmente de una buena primicia noticiosa. Además, la gran ventaja cuando se dice que el culpable es una pandilla, es que no hace falta hacerse preguntas; porque si se acusa a un individuo en particular, se corre el riesgo de afectar sus posibilidades de tener un juicio equitativo.

Así, se dice abusivamente de muchos crímenes “que involucran a una pandilla”. En varios casos precisos que estudié, el error se debía al hecho de que el periodista ignoraba la existencia de otros tipos de crímenes colectivos, tales como los que cometen los *crews*, estos equipos de tres a cinco personas que se asocian para un robo. Asimismo, cuando un joven comete un crimen a título individual, independientemente de la pandilla a la que supuestamente pertenece, es incorrecto y abusivo hablar de “crimen de pandilla”. Cuando se produce un error de este tipo, los periodistas y los órganos de información no corren el riesgo de que los acusen, ya que el público ignora que el crimen relatado ha sido cometido por un grupo que no tiene ni la estructura ni el modo de funcionamiento específico de la pandilla. Lo reconoce un periodista de un cotidiano de Nueva York:

Se cometieron una serie de robos durante los cuales varias personas habían sido heridas de bala. Cuando llegué al lugar para cubrir la noticia, hice mi encuesta y descubrí que los ladrones por lo menos eran seis. Por lo tanto, hice mi artículo diciendo que las víctimas habían sido agredidas y perseguidas por una “pandilla”. Pero en realidad, entendí más tarde que los ladrones no pertenecían a una pandilla: formaban lo que llaman en los barrios un “equipo” (*crews*). En otras circunstancias, me hubiera molestado cometer semejante error en mi artículo. Pero ahí no, porque a nadie realmente le importa. ¿Cree usted que al público le interesa saber si estos muchachos formaban una pandilla en el sentido estricto de la palabra? ¡Claro que no! Lo único que le interesa, es que alguien haya sido agredido y robado por una banda de rufianes y es lo que escribo... Por otra parte, a mis jefes tampoco les importa mi error, ya que de todos modos a los lectores les gustó la historia; y además, siempre tienen la posibilidad de decir que de alguna manera se trataba de una pandilla.

En verdad, son sumamente limitados los contactos directos entre los periodistas que producen la “actualidad” y los miembros de la pandilla. Por lo general, no siempre entrevistan a los jóvenes de las pandillas, sencillamente porque no tienen el tiempo material de hacerlo. Tienen que respetar plazos que no les permiten localizar al o a los miembros de la pandilla incriminada y establecer con ellos el clima de confianza imprescindible para una buena coopera-

ción.<sup>4</sup> Además, la mayoría de los periodistas consideran inútil y superfluo hacerlo. De hecho, el número de encuentros entre un periodista y las pandillas a las que investiga oscila entre cero para los conductores de programas televisivos y unos cuantos para los reporteros de la prensa escrita. Por eso, los periodistas se conforman con la información que la policía les da sobre las pandillas, tal y como lo admite un periodista que trabaja en un diario de Nueva York: “En realidad, casi nunca tuve encuentros con las pandillas de las que hablo en mis reportajes. Nunca lo necesité realmente, porque cada vez sólo se trataba de homicidios. Los comentarios de la policía eran ampliamente suficientes. No hacía artículos de fondo; no era lo que esperaba el redactor en jefe: lo único que querían de mí era que hiciera un artículo sobre una historia interesante y que lo hiciera en los plazos requeridos.”

### **El reportaje de fondo o el enfoque “explicativo”**

Dados los escasos contactos entre las pandillas y los periodistas que trabajan para los programas y la prensa de información cotidiana, no debe extrañar que el noticiero no ofrezca casi ningún dato fundamental acerca del fenómeno, y que en muchas ocasiones sean falsos y engañosos. Sin embargo, los reportajes sobre las pandillas tienen una función muy útil para los medios, ya que les permite fácilmente atraer la atención y crear a un público fiel.<sup>5</sup> Los productores de programas de televisión saben que para retener a su público, es necesario producir noticieros variados y con acción.<sup>6</sup> Asimismo, los directores de diarios y revistas buscan atraer a los lectores por unas primeras planas y portadas particularmente atractivas.<sup>7</sup> Pero los productores y directores de periódicos también son conscientes de los límites del enfoque meramente “informativo”. Por lo tanto, a fin de capitalizar el deseo que despiertan entre los lectores las noticias factuales, intentan proponer artículos llamados “de fondo”,

<sup>4</sup> Véase Gitlin, *The Whole World is Watching*, p. 35, acerca de la importancia de los plazos en la simplificación de los reportajes.

<sup>5</sup> Obviamente las pandillas no son el único tema que pueda “cautivar” a los lectores, radioescuchas o televidentes del noticiero.

<sup>6</sup> Véase Herbert J. Gans, *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*, New York, Random House, 1980, p. 218.

<sup>7</sup> *Ibid.*, p.219

reportajes de largo metraje y documentales que supuestamente tratan con mayor profundidad los acontecimientos relatados de manera muy sucinta en la actualidad cotidiana. El objeto declarado de este segundo enfoque que llamaré "explicativo", consiste en proporcionar una explicación en profundidad de la naturaleza de las pandillas. En el ámbito televisivo, la gran referencia es *Who killed Michael Farmer*, documental que realizó Edward R. Murrow en los años 50 para CBS. Se cita con frecuencia en las universidades como modelo del género y todos los periodistas que desde entonces han hecho películas sobre las pandillas se inspiraron en él. En este documental, Murrow trata de un incidente violento que hizo mucho ruido en su tiempo, la muerte de un joven inválido por una pandilla del Bronx en Nueva York, cuyas causas se tratan de aclarar a fin de informar al público sobre el fenómeno más general de las pandillas en Norteamérica.<sup>8</sup>

La comparación entre el documental de Murrow y programas recientes tales como *Our Children: the Next Generation* de Dan Medina, *48 Hours: on gang street* de Dan Rather (el famoso locutor del noticiero vespertino de la cadena CBS en Estados Unidos), o *Not my Kid* de Tyne Daly, programas producidos en 1989, revela que todos utilizan las técnicas de presentación creadas por Murrow.<sup>9</sup> Después de recordar los detalles de un acontecimiento muy comentado, cada uno proporciona información sobre el contexto y las circunstancias del entorno, a fin de desarrollar un análisis de mayor alcance sobre las pandillas. En el caso de Murrow, el hecho inicial es un incidente aislado, el homicidio de Michael Farmer; en el caso de Dan Medina y de Dan Rather, son dos series de asesinatos provocados por enfrentamientos colectivos entre varias pandillas de Los Ángeles. Cada uno de estos acontecimientos ha sido cubierto por los periódicos vespertinos antes de dar pie a una encuesta más completa, pero que busca sobre todo cautivar y conmover al público.

<sup>8</sup> Aunque Murrow y Yablonsky (en su obra *The violent Gang*) utilicen el mismo incidente para analizar el fenómeno de las pandillas, llegan a conclusiones diametralmente opuestas. Se podría pensar que por ser sociólogo, Yablonsky tiene más probabilidades de estar en lo cierto que un periodista experimentado como Murrow. Pero no. Mis investigaciones sobre ese asunto me inducen a pensar que las conclusiones de Murrow están más cercanas a la realidad de las pandillas y a la sucesión de acontecimientos que condujeron a la muerte de Michael Farmer.

<sup>9</sup> Entre la masa de documentales dedicados a las pandillas, escogí centrarme en estos tres programas porque son típicos del enfoque "explicativo" destinado al público de masa.

El documental de Murrow es innegablemente una película muy atractiva: el recuerdo de las circunstancias que llevan a la trágica muerte de Michael se ve entremezclado con el relato de la historia personal de sus agresores y las reacciones de los padres del joven inválido, con un tono en el que alternan emoción y suspenso. Aunque el famoso documental presente cierto esmero formal, su contenido tiene enormes lagunas. La información proporcionada aclara algunos de los factores que tuvieron cierta influencia en los autores del crimen, pero prácticamente no dice nada acerca de la pandilla, únicamente que Michael fue la víctima inocente de una lucha intestina entre sus miembros. En particular, no se dice nada del modo de organización ni de los comportamientos específicos de una pandilla urbana. Y a la pregunta inicial “¿quién mató a Michael Farmer?” Murrow se limita in fine a contestar que la sociedad es responsable de ello, en la medida en que permanece ciega e insensible ante las condiciones socioeconómicas opresivas que conducen a los jóvenes de los barrios pobres a formar grupos susceptibles de agredir a la gente. Semejante respuesta no hace sino reforzar el estereotipo según el cual las pandillas son hordas de depredadores, lobos o hienas, hambrientos y violentos. Por lo tanto, el espectador, a quien no se propone ningún análisis serio de la pandilla en tanto tal, no puede captar la relación entre la pandilla como organización y la criminalidad juvenil.

Los programas de Rather y de Medina difieren del documental de Murrow, en la medida en que tratan de asesinatos en serie, atribuidos a varias pandillas de Los Ángeles. Al igual que en la película de Murrow, narran la vida y las actividades de los miembros de las pandillas incriminadas y utilizan escenas conmovedoras que cuentan la muerte de las víctimas para mantener el interés y el ritmo del programa. Aunque treinta años los separe, siguen siendo muy parecidos al reportaje de Murrow y sólo proporcionan breves informaciones y lugares comunes acerca de la vida de la pandillas. Esto se explica por los imperativos técnicos, profesionales y comerciales que rigen la selección y la presentación de los “asuntos” que los medios se dignan en “documentar”.



## Las limitaciones del oficio de periodista

Las limitaciones inherentes al proceso de producción periodístico explican en parte las semejanzas que se observan entre los distintos programas de televisión dedicados a las pandillas. Herbert Gans<sup>10</sup> analizó detalladamente estas limitaciones; me conformaré aquí con analizar las que se aplican específicamente a los documentales de Murrow, Rather, Daly y Medina.

La primera de estas limitaciones es aquella que los periodistas llaman el “alcance” del asunto (*story suitability*), a saber si éste puede interesar al conjunto del país, o si por el contrario sólo llama la atención en un perímetro local y regional. Ninguno de los reportajes sobre las pandillas compara las distintas ciudades de Estados Unidos, pero todos recurren a varios procedimientos para darles un alcance nacional. La primera receta que se aplica en todos los programas de televisión consiste en explotar el tema de la violencia. En cada uno de los documentales citados, el periodista insiste en el hecho de que la violencia de las pandillas impera en todas las grandes ciudades de Estados Unidos y prosigue afirmando que “en ninguna parte la violencia está más presente que en X”, ciudad en la que se sitúa precisamente el reportaje. Se supone que el documental permite a los espectadores entender la violencia imperante en su propio barrio, mediante los ejemplos de Nueva York y Los Ángeles. La idea misma de violencia es la que permite extender el alcance del reportaje al conjunto del país. La explotación emocional del dolor de las víctimas de la criminalidad de las pandillas o de su familia es otro procedimiento que tiende a producir el efecto de generalización. Esto permite a Dan Rather y Tyne Daly concluir su programa (*48 Hours* y *Not my Kid*) con la idea de que “no es un problema que sólo atañe a Los Ángeles: es un problema que nos atañe a todos”. Así, ellos mismos dan una respuesta afirmativa a la pregunta que se tiene que hacer cualquier periodista profesional en Estados Unidos: ¿Puede mi reportaje interesar a la sociedad en su conjunto? –mientras que el contenido de sus reportajes, desprovistos de datos comparativos, no establece rigurosamente vínculo alguno entre lo que ocurre en Los Ángeles y el resto del país.

<sup>10</sup> íbid., p146-181

La segunda regla que condiciona la producción de estos documentales es “el imperativo de lo inédito”. Antes de empezar su trabajo, los periodistas tienen la obligación de preguntarse si su documental trae algo nuevo; si no lo hacen, se lo recordarán sus superiores. Por lo tanto, o bien hay que seleccionar un tema absolutamente nuevo, o bien encontrar un nuevo enfoque para un tema ya tratado. Por eso, todos los reportajes sobre las pandillas resultan ser variaciones, a veces forzadas, de un mismo tema.

La tercera pregunta que tiene que hacerse un periodista es si su reportaje contiene suficiente “acción”. En la jerga periodística, el término acción significa en realidad emoción. Todos los reportajes sobre las pandillas multiplican esfuerzos para infundir emoción entre los televidentes, al mostrarles personas de por sí totalmente perturbadas. Para crear “acción”, los periodistas recurren a dos tipos de registros, el de la violencia y el de las emociones, tales como la tristeza y la ira que suscita la muerte. Por eso los reportajes presentan siempre escenas de violencia entre pandillas, cuyo objetivo no es tanto describir la vida cotidiana en los barrios pobres y obreros, sino proporcionar “acción”, el ingrediente imprescindible para la producción de un “buen” reportaje.

La cuarta regla atañe el “ritmo”. El ritmo de un programa debe ser sostenido para que nunca baje el interés del espectador: es uno de los principios de los profesionales de la noticia. Esta exigencia se hace patente en los programas mencionados. Así, éstos no otorgan sino un lugar sumamente reducido a los comentarios personales de los protagonistas entrevistados, ya que todo el mundo sabe que este tipo de comentarios “rompe” el ritmo del programa. Por lo tanto, pasan rápidamente de un aspecto de la vida de las pandillas a otro, y el resultado es que ninguno de estos aspectos está suficientemente desarrollado como para aclarar en lo más mínimo el fenómeno. Por ejemplo, en el documental para televisión “Our Children: The Next Generation”, subraya Dan Medina: “Para algunos, la violencia en la calle se convirtió en deporte”. Siguen escenas de violencia muy cortas de apenas algunos segundos, y después agrega: “La violencia es un excitante y también es el mayor proveedor de pandillas de la región de Los Ángeles”, aludiendo a la excitación de la acción violenta como catalizador de las pandillas. Sigue adelante formulando otros tres factores que podrían motivar a los jóvenes para integrar las pandillas: el estatus social, el dinero y las mujeres, sin

ninguna explicación ni pruebas, de tal suerte que el estatus social, el dinero y las mujeres se encuentran amalgamados con la idea de violencia.

Quinta exigencia: la “claridad” del reportaje. Como los periodistas consideran que su trabajo debe ser accesible a todo el público, sus comentarios a veces quedan tan reducidos que carecen de sentido. También es frecuente que un periodista que dialoga con los miembros de una pandilla los obliga a transformar sus palabras para simplificarlas. Tal es el caso de un periodista que interrogaba a un miembro de una pandilla neoyorquina acerca de las razones por las cuales su pandilla se enfrentaba con otra. El muchacho, llamado Nimble, contestó que numerosos factores explicaban el conflicto y empezó a enumerarlos. Pero apenas formulaba el tercero cuando lo cortó el periodista: “De hecho, lo que quieres decir, es que es una cuestión de territorio”. Y Nimble le contestó: “Bueno, si quiere, pero es más complicado que eso...” Nuevamente lo interrumpió el periodista: “Pero para hablar sencillamente, es lo que quieres decir”. Y le concede Nimble: “O.K. si de veras quiere simplificar, entonces supongo que así es”. Una vez que se fue el reportero, el joven declaró: “Supongo que quiere que la gente entienda; pero icarajo, ahora no van a entender nada! Pero si eso quiere, que se chingue...!”

La sexta regla del trabajo periodístico exige que se produzca un reportaje “equilibrado”, es decir, un reportaje que muestre diversidad y a la vez igualdad en la selección de los temas y la expresión de las orientaciones políticas. En los programas dedicados a las pandillas, esto se traduce por un esfuerzo que tiende a presentar aspectos muy diversos de la vida de las pandillas, a la vez que ofrece distintas perspectivas sobre cada una de ellas. Si bien se puede *a priori* elogiar y defender deontológicamente esta intención, en los hechos no conduce sino a análisis extremadamente pobres y sucintos que a veces se reducen a una sola oración. Por eso, esa exigencia no hace sino reforzar la incompreensión general en torno al fenómeno de las pandillas. Por ejemplo, al principio del documental *Our Children: The Next Generation*, Medina afirma que entre el número de las víctimas de las pandillas figuran también sus familias, y anuncia luego que “las familias son las que se movilizaron en contra de la violencia”. Un poco más adelante, por afán de equilibrio, muestra a unos padres indiferentes ante la participación de sus hijos en una

pandilla. Al final del programa, concluye diciendo que el hecho de que las familias no asuman sus responsabilidades es una de las causas de la reproducción de la violencia juvenil. Al mostrar lo mismo a padres que protestan en contra de las pandillas que a otros aparentemente despreocupados, sin dar la más mínima explicación en cuanto a esa diferencia, se deja al público la tarea de reconciliar mal que bien esos comportamientos en apariencia contradictorios.

El contenido de los reportajes sobre las pandillas también obedece a presiones más técnicas, y la más tiránica de ellas es probablemente la de los tiempos impuestos a los periodistas. En consecuencia, el periodista trabaja muy poco tiempo sobre el mismo tema y le resulta difícil, incluso imposible, juntar información básica, lo cual restringe drásticamente su conocimiento de las pandillas. Ahora bien, mientras el mismo periodista no tenga un dominio suficiente de ciertos aspectos fundamentales del problema, el público no podrá aprender gran cosa de sus reportajes. Los comentarios de ese periodista, radicado desde hace seis años en Boston, ilustran bien el dilema constante de la actividad de los reporteros:

Estaba haciendo un artículo de fondo sobre las pandillas y tenía realmente todos los elementos para que el reportaje fuese un exitazo. Pero tenía que pasar mucho tiempo con los jóvenes. Me hubiera gustado quedarme más tiempo con ellos, pero mi director tenía que respetar ciertos plazos a los que tuve que someterme. Estaba frustrado porque sabía que hubiera necesitado más tiempo, pero no me enojé con mi jefe, porque sabía que él tampoco podía salir del engranaje. Pero de todos modos, no escribí el artículo que hubiera podido hacer.

Otra de las limitaciones proviene de la dificultad que uno tiene para acceder a las pandillas, problema que los periodistas comparten con los sociólogos. La dificultad no radica solamente en poder entrar en contacto con ellos, ya que se obtiene la cita con bastante facilidad. El verdadero problema consiste en lograr la confianza de sus miembros, a fin de poder observar de primera mano el conjunto de las actividades de la pandilla y recoger las confidencias de los jóvenes implicados. Salvo excepción, no se aceptan a los periodistas adentro de una pandilla y, por lo tanto, éstos no tienen acceso a su vida interior y menos aún a la vida interior —las ideas, los sentimien-

tos y las aspiraciones—de sus miembros. Pero el problema no parece preocupar a los periodistas: producen a pesar de todo su reportaje, sustituyendo su propia carencia de información directa por los comentarios de otros analistas, generalmente sociólogos o criminólogos, lo que plantea un verdadero problema de calidad en cuanto a las informaciones proporcionadas en el programa. Para rellenar las lagunas de sus reportajes, los periodistas suelen confiar en lo que se dijo antes sobre el tema.<sup>11</sup>

La tercera dificultad técnica atañe la formación de los periodistas. Casi todos los que hacen reportajes de fondo sobre las pandillas aspiran a producir un diagnóstico de tipo sociológico. Pero ninguno tiene la formación requerida y las herramientas necesarias para un enfoque de este tipo. Además la mayoría de los periodistas están concientes de ello y lo resienten. Para dar el ancho, a menudo piden a supuestos especialistas que comenten los aspectos del tema en los cuales se sienten ellos mismos más incompetentes. Desgraciadamente, se pide a veces al especialista que comente un aspecto de la vida de las pandillas del que se ha enterado o ha visto el periodista, pero que el especialista no ha observado personalmente. O también, se interroga al especialista sobre un tema que no es de su competencia, o que estudió hace tanto tiempo que sus observaciones resultan totalmente obsoletas. Así sucede cuando el periodista no logró invitar a su programa al especialista deseado y lo sustituyó a última hora por una persona menos competente, pero más disponible. Una vez más, resulta que los análisis de los pretendidos especialistas descansan menos en datos actuales que en imágenes trilladas.

La cuarta dificultad técnica es la de la extensión impuesta al programa o al artículo. Por más que los periodistas sueñen en no tener limitaciones de tiempo, la realidad profesional es otra. Estas limitantes de extensión y duración afectan directamente la profundidad y la calidad del reportaje. En efecto, obligan a los periodistas a escoger entre los diferentes aspectos del tema que van a tratar y decidir sobre el tiempo que dedicarán a cada uno de ellos.<sup>12</sup> En particular, se preguntan cómo utilizar los comentarios de los especialistas. A menudo, el periodista insta al especialista a responder

<sup>11</sup> Utilizar las observaciones de otros conlleva bastantes riesgos, y en particular que las informaciones sean falsas o irrelevantes en el contexto en el que se integran.

<sup>12</sup> Estas mismas decisiones se ven determinadas por lo que la profesión suele considerar como un buen reportaje (claro, equilibrado, medido, etcétera).

muy brevemente a sus preguntas y en otros términos que los que les gustaría utilizar. Así, aquellos reporteros que preguntaron a unos expertos: “¿Cuál es su “línea” (*your take*) acerca de la violencia de las pandillas?” El especialista, nutrido de varios años de experiencia sobre el tema, se dispone a lanzarse en una explicación bastante larga, pero inmediatamente lo interrumpe el periodista que exige una respuesta concisa. Pude ver incluso a un periodista explicarle a un experto que su teoría podría ser deficiente, ya que no podía expresarla en pocas palabras. En los casos en los que el periodista deja que el especialista se exprese a gusto, se le reducirá o suprimirá sencillamente su intervención a la hora del montaje. En resumen, las limitaciones de tiempo, espacio y montaje dictan en buena parte el contenido de los reportajes sobre las pandillas y la manera como explican su multiplicación.

### **Retos profesionales y presiones comerciales**

Las ambiciones profesionales y las presiones comerciales son los últimos elementos que dan cuenta de la semejanza notoria de los programas dedicados a las pandillas. Resulta que las pandillas invariablemente se asocian con los temas del crimen, del sexo y de la violencia y se acompañan de una atmósfera sulfurosa que mezcla la catástrofe con el misterio. Estos clichés, que los medios contribuyeron a crear, son los que pueden atraer a un amplio público. Por lo tanto, las pandillas representan para los periodistas un tema –o para ser más preciso, un producto– selecto, que además puede llegar a ser particularmente eficaz para ganar dinero, prestigio y poder. Explotar estos clichés, conformándose con adoptar un enfoque nuevo para presentarlos, se convirtió en uno de los medios más frecuentes para consolidarse en los medios.

Los periodistas están convencidos de que un buen reportaje sobre las pandillas puede incrementar su prestigio en la profesión, y por consiguiente en su propio periódico o canal de televisión o estación de radio. Gracias a las pandillas, tienen la firme esperanza de obtener un puesto más elevado con mayores responsabilidades, así como un sueldo más generoso. Lo afirma claramente un periodista radicado desde hace poco en Los Ángeles en el momento de la entrevista:

Claro que quiero hacer un reportaje sobre las pandillas. Sinceramente es un buen tema de trabajo, porque en los asuntos de pandillas siempre hay violencia y crímenes, y es exactamente en lo que sueña el público. Realmente es el tipo de reportaje idóneo para un periodista joven como yo, porque si lograra tener la primicia sobre las pandillas, estoy seguro de que ganaría mucho (...) Lo que espero de un buen reportaje es que provoque el respeto de mis colegas, y que me traiga otros programas; además, espero que me permita ganar más dinero. Un periodista joven necesita seriamente uno o dos buenos reportajes de este tipo para empezar.

Otro periodista, radicado en Nueva York desde hace muchos años, expresa también el interés de semejantes reportajes:

¿Me pregunta por qué quiero hacer ese reportaje sobre las pandillas? En mi caso, la verdad, es fácil contestarle. Las pandillas son un problema muy grave en las ciudades norteamericanas, y eso desde siempre, porque estos grupos representan una amenaza para el norteamericano medio. Al escoger un tema que últimamente está muy de actualidad puedo probarme a mí mismo que sigo conectado. Hablo en serio: si me hago cargo de un reportaje difícil sobre un tema importante y que a todo el mundo le interesa, sé que voy a conservar la estima profesional que adquirí durante todos estos años ante mis colegas. Y si lograra ofrecer una visión nueva de las pandillas o de otro tema igualmente explosivo, obtendría todavía más prestigio y respeto en la profesión, y esto me gustaría.

Todos los periodistas que conocí, tanto a aquellos que pude ver durante entrevistas formales como a aquellos con los que tuve oportunidad de hablar cuando venían a entrevistar a las pandillas con las que andaba yo, estaban convencidos de que podrían ofrecer una nueva visión de las pandillas, una vez acumuladas las informaciones necesarias. Ahora bien, en la mayoría de los casos, sus proyectos no tenían nada de novedosos, excepto para ellos mismos. Incluso algunos me confesaron que otros que habían trabajado el tema les habían señalado que su enfoque no era original; pero al hablar conmigo, pasaban por alto estas advertencias y seguían hablando como si tuvieran efectivamente una concepción revolucionaria.

ria del problema para venderla a su director o a su productor. Las declaraciones de este periodista ilustran bien esta actitud: “Me dijeron dos colegas que ya se había tratado mi tema sobre las pandillas, pero francamente no creo que sea exactamente lo mismo. Pasé mucho tiempo sobre ese artículo y pienso que voy a poder convencer al redactor en jefe de que es algo inédito.”

Lo que los periodistas consideran o se empeñan en considerar como una presentación “innovadora”, generalmente no hace sino fortalecer el punto de vista más frecuente acerca de las pandillas, con todas sus deficiencias. Al fin y al cabo, los reportajes de fondo sobre las pandillas difundidos por las revistas, los periódicos o la televisión, sólo aprovechan un interés creado por la actualidad para incrementar sus ganancias al presentarse como análisis profundos sobre el tema. Sin embargo, rara vez permiten una mejor comprensión del fenómeno. Esto viene del hecho de que no buscan entender lo que son realmente las pandillas. Bajo un enfoque “explicativo”, persiguen en realidad objetivos esencialmente profesionales o comerciales. Y este tipo de reportaje refuerza una imagen de las pandillas que le debe menos a la realidad que a los mitos que las rodean.

### **Las pandillas como tema de diversión**

Los debates televisivos y las películas marcan una etapa suplementaria –y una escalada– en la explotación mediática del interés del gran público por las pandillas. Los “talk shows” de gran audiencia de la tarde tales como *Geraldo*, *The Phil Donahue Show* y *The Oprah Winfrey Show* se presentan –y se venden– como programas que, más allá de los debates que supuestamente abren sobre distintos “problemas de sociedad” vistos a través de situaciones individuales, pretenden revelar el “aspecto humano” de cada historia, poniendo énfasis en las actitudes y emociones de los que intervienen.<sup>13</sup> Estos

<sup>13</sup> [Nota del traductor]. Estos programas diarios, animados por un conductor-vedette (tales como Geraldo Rivera, Phil Donahue y Oprah Winfrey, que prestan al programa su patronímico) que conduce una discusión personalizada con un gran contenido emocional alrededor de un tema escogido por su impacto mediático (los temas giran invariablemente alrededor del dinero, el amor, la sexualidad y la inmoralidad) reúnen en directo en el estudio a personas que vivieron tal o cual situación extrema que ilustra el tema del día, a representantes de las asociaciones involucradas y a diversos expertos (las más de las veces psicólogos o profesiones



programas desaparecen tan pronto como pierden su fuerte audiencia. Por eso privilegian todos los temas considerados como de mayor alcance ante el gran público de la tarde. Ahora bien, el tema de las pandillas es el tipo mismo de tema que estimula el interés de los televidentes, sobre todo cuando es tratado con un sensacionalismo desenfrenado.

Un "talk show" se abre siempre con una presentación del tema por el conductor, quien da el tono del programa, utilizando términos e imágenes estereotipadas y alarmistas. En el caso de las pandillas, basta con una frase de introducción para dramatizar el problema. El conductor recuerda algún incidente violento notorio que implica a una o varias pandillas, cita diversas estimaciones de la amplitud del fenómeno por parte de los expertos y subraya la extrema gravedad de la situación. Precisa el número de víctimas inocentes de estas manifestaciones de violencia, en particular entre las personas que no radican en los barrios pobres donde actúan las pandillas. Como estos programas presentan un tema distinto cada día (o sea cinco temas por semana), no tienen sino poco tiempo para dedicarse a la investigación que requiere la preparación de cada tema. Pero para compensar, reúnen en el estudio a "expertos" o pretendidos expertos sobre el tema, a quienes se pide comentar lo que dicen los invitados o el público<sup>14</sup> a lo largo del programa.

El conductor manipula a sus invitados para que el debate sea de lo más animado; limita las intervenciones de cada uno a algunas oraciones que utiliza como el punto de partida para lo que va a constituir, de hecho, el centro y la razón de ser del programa: las múltiples y rápidas interacciones entre el conductor, los invitados, el público del estudio y los televidentes. Durante las emisiones dedicadas a las pandillas, fluyen las preguntas de sentido común tales como: ¿Por qué los adolescentes integran las pandillas? ¿Por qué son tan violentos? ¿Qué se puede hacer para salir adelante?

para-médicas, debidamente certificados por sus títulos) que supuestamente deben sugerir alguna terapia individual como solución al dilema debatido. El conductor estimula tanto la participación activa y ruidosa del público que aplaude, silba y abuchea a los debatidores como las posiciones tajantes e irreconciliables. Por su espíritu, sus temas y su hechura, estos programas se parecen más a programas franceses como "Perdu de vue" o "Tournez manège" que a "Cercle de Minuit".

<sup>14</sup> Hablar de supuestos expertos no implica que las personas solicitadas carezcan por completo de competencia. Pero a menudo, su competencia no toca directamente el tema debatido.

etcétera... Ahora bien, es evidente que no se puede dar respuestas un tanto complejas y completas a todas estas preguntas en treinta minutos de programa (sin contar los comerciales que interrumpen los debates cada seis a ocho minutos). Además los numerosos invitados tienen todos conocimientos y opiniones muy dispersos sobre el tema.

El papel del conductor ante los invitados consiste en resaltar las diferencias y acentuar las oposiciones entre los puntos de vista expuestos. El objetivo es crear un debate conflictivo entre todos los participantes (probablemente porque se considera que es la única manera de interesar a los televidentes), y mantener la animación del programa reactivando constantemente los intercambios entre los invitados, entre el público presente y los televidentes, finalmente entre invitados y público. Por lo tanto, el locutor asume el papel de provocador para crear peleas verbales entre los distintos grupos de participantes.<sup>15</sup> Al parecer, los productores del programa estiman que si logran "calentar al público" del estudio, el público también se apasionará. Sin embargo, en los programas que estudié, aunque la estrategia desplegada permita efectivamente obtener debates animados, no se aprende casi nada sobre el fenómeno de las pandillas. Ciertamente es que el objetivo y el enfoque de estos programas no es comprender, sino utilizar a las pandillas como soporte para vender el espectáculo de los intercambios entre los participantes. En definitiva, si bien se alcanza el objetivo de divertimento, éste se logra a costa de acentuar los clichés sobre el problema de las pandillas.

El cine también utiliza ese tema con fines recreativos y comerciales.<sup>16</sup> En la pléthora de películas centradas en las pandillas, las más memorables son probablemente *West Side story*, *The Warriors* y *Colors*. Cada una de estas películas describe una pandilla de una época distinta: *West Side Story* nos habla de los años cincuenta, *The Warriors* de los años setenta y *Colors* de los ochenta. A pesar de su marco temporal muy preciso, son muy similares en cuanto a su manera de presentar a las pandillas y su entorno. Cada una de estas

<sup>15</sup> Puede suceder que el método funcione tan bien que el conductor se encuentre rebasado y pague las consecuencias de ello. Así en "Gerald", estalló un violento altercado durante un programa que oponía a defensores de la supremacía blanca y a militantes afroamericanos, en el cual le rompieron la nariz a Gerald Rivera.

<sup>16</sup> Se puede incluir los telefilmes y los pasajes de series televisivas que integran historias de pandillas. Las telenovelas "Hill Street Blues", "L. A. Law", "Cagney and Lacey" y "The Mold Square" contienen todos episodios en los que se da la primacía a las pandillas.

películas presenta a los miembros de las pandillas como jóvenes pobres, originarios de la clase obrera, que no tienen ni las competencias ni la voluntad de subir en la escala social o convertirse en ciudadanos productivos.<sup>17</sup> Fundamentalmente, son todos “perdedores”, pero además perdedores con hábitos primarios y un comportamiento violento. Representan todo lo que la sociedad desprecia y todo lo que amenaza sus valores más sagrados. En *Warriors* y *Colors*, los principios que guían la conducta de los miembros de las pandillas representan verdaderos anatemas proferidos en contra de la sociedad.<sup>18</sup>

Asimismo, los parientes de los jóvenes delincuentes aparecen bajo rasgos particularmente sombríos. Por ejemplo, los padres ignoran o descuidan sus responsabilidades ante sus hijos descarriados. Pero los personajes más negativos son de lejos las compañeras de los miembros de las pandillas. Estas películas, que requieren de un mínimo de escenas de amor y sexo para venderse, presentan las intrigas amorosas de los miembros de pandillas de una manera sexista y racista a la vez, que no corresponde en absoluto a la situación específica de las pandillas. Las mujeres que tienen una relación con miembros de la pandilla —amante, novia o simple conocida— tienen todas una moral licenciosa. Están dispuestas a cometer el adulterio e incluso a prostituirse, y también son alcohólicas o drogadictas. Esta representación es tanto más chocante cuanto que la mayoría de las películas se concentran en pandillas “no blancas”, en barrios “no blancos”. Basta con comparar a las mujeres de color con los policías blancos en *Colors* y *Fort-Apache-The Bronx*, película más antigua que describe la vida de una comunidad especialmente pobre.<sup>19</sup> En estas dos películas, todas las mujeres

<sup>17</sup> Otras películas recientes como *Fort-Apache-The Bronx* pintan así a las pandillas. Hasta las primeras películas sobre los *Bowery Boys* los presentan como muchachos perdidos, jodidos, pero que a pesar de todo seducen.

<sup>18</sup> También es el mensaje de *West Side Story*, aunque de manera más sutil: las fuerzas del bien se manifiestan a través de María y Tony, mientras que el “mal” esta representado por todos aquellos que pertenecen a una pandilla, sean Blancos o Portorriqueños (así como lo muestra la famosa escena del asesinato de Tony seguida por el dolor de María). En la película, se trata la muerte de Tony como la *Pasión de Cristo*. El sacrificio de Tony conlleva a los *Jets* y a los *Sharks* a algo humano, al bajar juntos su cuerpo en tierra, mientras que María lleva este sacrificio como la Virgen María.

<sup>19</sup> *Fort-Apache-The Bronx* es una película sobre el barrio-ghetto del South Bronx de Nueva York. Su tema central gira en torno a la criminalidad en este enclave pobre de Nueva York y en torno a las tribulaciones de los policías asignados en el lugar; sólo trata de las pandillas de manera incidental. En cambio, *Colors* se centra en las presuntas actividades de las pandillas de Los Angeles así como en su entorno.

de color son inmorales o irresponsables. En los dos casos, la única mujer “no blanca” presentada como diferente de las demás resulta ser la que, al parecer, escapó de la influencia corruptora de su comunidad. En *Fort Apache*, se trata de una enfermera portorriqueña y en *Colors*, de una mexicana que vende sandwiches. Por supuesto, en las dos películas, el policía blanco –Paul Newman en *Fort Apache* y Sean Penn, el esposo de Madonna, en *Colors*– se enamora de la joven “distinta de los demás”. Pero se descubre rápidamente en la película que las dos mujeres no son para nada “buenas personas”, que su aparente moralidad no es sino una máscara de hipocresía. Resulta que la portorriqueña es heroinómana y la mesera mexicana, un chica fácil que recorre las calles con su pandilla latina. No sólo se presentan como desleales ante su novio blanco, sino la manera como lo traicionan es particularmente reprobable para la moral dominante. Aunque se les ofrezca la posibilidad de salir de su getho y escapar de la corrupción que lo domina, ambas resultan totalmente incapaces de tomar esa oportunidad: la joven portorriqueña se niega a acabar con la heroína y muere luego de sobredosis; la mesera mexicana rompe con Sean Penn que va a encontrarla después en los brazos de uno de los miembros de la pandilla, su enemigo personal, pero sobre todo el único negro de esa pandilla mexicana. En este caso, el simbolismo racial resulta particularmente revelador: hacer el amor con un delincuente mexicano es de por sí bastante inmoral; pero hacerlo con el único negro de la pandilla resulta ser una máxima traición.

Veamos finalmente la descripción que da Hollywood del entorno social de las pandillas. En todas esas películas, las comunidades a las que pertenecen las pandillas aparecen totalmente desorganizadas e incontrolables, y los individuos que las componen, incapaces de hacerse cargo de sí mismos. Así, cada película tiene varias escenas tendientes a demostrar que “esa gente” no puede imponer el orden, que probablemente todos aspiran a más disciplina pero que nadie sabe como instaurarla.<sup>20</sup> La única manera de restablecer el orden es mediante la intervención de la policía. El mensaje que se

<sup>20</sup> Cada una de las cuatro películas mencionadas tiene escenas de este tipo. En *West Side Story*, hay un comerciante que bien quisiera ayudar pero la violencia de las pandillas lo reduce a la impotencia. En *Colors*, se reúne la gente del barrio y coopera con la policía para armar un dispositivo de defensa en contra de las pandillas; sin embargo, se derrumba la tribuna durante el *meeting* y la reunión se acaba en el caos.

manda al público es que, sin la policía (en tanto institución cuya autoridad emana del exterior de la comunidad y cuyo personal se compone de individuos que, en su gran mayoría, no son miembros de ella), esa comunidad puede volverse totalmente caótica. En otras palabras, Hollywood representa una situación urbana contemporánea a través de una visión colonialista de la más tradicional: sin la policía (ejército colonial), esas comunidades pobres (países colonizados) vivirían en un desorden permanente, ya que hasta los habitantes con las mejores intenciones de esos barrios (países pobres) no tienen las competencias requeridas para controlar a las pandillas (facciones y tribus) e impedirles que guerreen. Este simbolismo colonial es tanto más evidente e impactante cuanto que las películas recientes están dedicadas a las pandillas de comunidades de color, con exclusión de las pandillas de origen europeo (italiana o irlandesa, por ejemplo). En definitiva, se difunde la idea que las pandillas y sus allegados (o sea el conjunto de la población “no blanca”) constituyen y viven en un universo profundamente inmoral, en ruptura con el resto de la sociedad.<sup>21</sup> Son los elementos diabólicos de la sociedad: verdaderos “enemigos de adentro” que amenazan los fundamentos mismos de la moral nacional.<sup>22</sup> Así, Hollywood convirtió a las pandillas, y en especial a las pandillas “no blancas” y a sus mujeres en los agentes del mal por excelencia. Hollywood creó un verdadero mundo imaginario con sus personajes míticos. Para responder las críticas que les hicieron, los productores y realizadores de *The Warriors*, *Fort Apache-The Bronx* y *Colors* afirmaron que sus películas no pretendían ser documentales sino películas de acción para divertir.<sup>23</sup> Sin embargo, semejantes imágenes se instalan en la mente del público y en ausencia de informaciones y análisis

<sup>21</sup> Es de notar que muchas obras académicas de gran reconocimiento científico contribuyen, quizá sin querer, a difundir la idea que los pobres tienen una moral radicalmente distinta de la del resto de la sociedad. Vease Gerald Suttles, *Social Order of the Slum*, pp. 4-6, 223-234.

<sup>22</sup> Acerca de la tendencia que tienen gran parte de los norteamericanos a apasionarse por los demonios políticos y sociales que aterrizan a la sociedad, vease el magnífico libro de Michael Rogin, *Ronald Reagan, the Movie*.

<sup>23</sup> Estas películas suscitaban muchas críticas. Hasta las pandillas criticaron *The Warriors* y escribieron a la revista trimestral *Youth at Large* (revista publicada en Los Angeles por la Inner City Roundtable of Youth, Inc/Icry organization). Concluyen con las siguientes palabras: “En la película, parece que los jóvenes demonios totalmente fabricados, así como los jóvenes de ICY, no son humanos, no tienen ni sentimientos, ni familia, ni amigos, ni conciencia, ni sentido de la moral, ninguna ambición, ninguno de esos incentivos que asociamos con los objetivos de la existencia [...] Por eso *Warrior* no nos gusta, porque *somos Los Warriors* (en cursiva en el original). Véase *Youth-at-Large*, n°2, diciembre de 1979, pp. 10 y 21. Además,

rigurosos sobre el tema, éstas se vuelven el prisma principal a través del cual la gente construye su propia comprensión de la realidad social de las pandillas.

### Como las pandillas utilizan a los medios

Los medios no impresionan a las pandillas, y la perspectiva de ser objeto de un artículo o de una entrevista no les entusiasma al grado de proporcionar sin reserva las informaciones que los periodistas buscan obtener de ellos. Están dispuestos a informar pero únicamente bajo *sus propias condiciones*. Las pandillas desconfían de los periodistas —así lo requiere su “individualismo desconfiado” pronunciado—<sup>24</sup> pero también saben que toda información que les atañe es preciada y por tanto tiene valor. Todas las pandillas que he estudiado entendieron perfectamente bien que los medios siempre están dispuestos a hacer reportajes sobre ellos, tan pronto como tienen algo nuevo que proponerles. Por lo tanto, si bien las pandillas “venden”, controlan sin embargo tanto el volumen de la información que circula como su contenido. Los comentarios siguientes de tres jóvenes miembros de pandillas muestran hasta qué grado están concientes del uso estratégico que pueden hacer de los medios.

Coal, de 19 años, pertenece a una pandilla negra de Nueva York:

Una periodista quería hacer un reportaje sobre nosotros. Era obvio que lo super necesitaba. ¡Como si su carrera profesional dependiera de ello! Nos mandó un montón de mensajes por medio de M. G. (un trabajador social del barrio). Entonces, durante la junta de la pandilla, hablamos de lo que íbamos a hacer con ella. Decidimos que podríamos aprovechar la oportunidad para hacer un pequeño comercial y por tanto delimitamos lo que le íbamos a dar: ves, con quién iba a hablar y lo que le diríamos...Vino y se entrevistó con los chavos a los que habíamos avisado. Y luego le contestamos lo que nosotros queríamos. Ni siquiera entendió lo que ocurría; somos tan buenos para ese tipo de pendejadas, ¡que

---

los jóvenes que escriben en la revista toman la defensa de Sol Yurick, el autor de la novela en la que se inspiró la película, apuntando que ésta traiciona al libro.

<sup>24</sup> Acerca de la noción de “individualismo desconfiado” que estructura la visión del mundo de los jóvenes de las pandillas, véase M. Sánchez-Jankowsky, *Islands in the Street*, op. cit., p.23-28.

los periodistas no ven ni papas! Ella estaba muy contenta, pero antes de que se fuera, le dimos algún huesito; dijimos dos o tres cositas que le podrían interesar para que vuelva o hable con otro periodista y que vuelvan.

Bird, de 18 años, miembro de una pandilla irlandesa de Boston, cuenta:

Por supuesto, hay un montón de periodistas que ya habían intentado hacer reportajes sobre la comunidad y nosotros; pero nosotros no queríamos hablarles. Y finalmente pensamos: "Sus reportajes, de todos modos los van a hacer, entonces más vale decirles lo que queremos que digan". Le entramos, y hubo cada vez más reportajes. Nos hacían cualquier pregunta: que si hacíamos tráfico de armas para el IRA, cosas así, pero nosotros les dábamos el avión, diciéndoles ni maíz. Siempre tenían que regresar, para saber más, y les decíamos lo que queríamos. No veían ni papas. Y de todos modos, el reportaje salía bien, tenía chiste, y lo demás creo que les valía.

Jammer, 20 años, es miembro de una pandilla de Los Ángeles. Agrega a ese propósito:

Los periodistas necesitan hacer buenos artículos y hay que decir que las pandillas son una buena palanca. Ves, el lado transa de una ciudad, es lo que le interesa a la gente. Pero estar en las noticias puede servirnos mucho, a muchos de nosotros y a toda la organización. Entonces les damos las informaciones a los periodistas, pero únicamente nuestras informaciones. Obtienen lo que queremos que obtengan y nada más. Les damos tantita información, apenas para abrirles el apetito, pero no todo lo que quieren. Todo esto es pura transa, ya ves, pero sí funciona, todo el mundo queda contento, porque no ven ni papas... A nosotros, sólo nos interesa que anden nuestros asuntos.

Todas las pandillas que estudié en Los Ángeles, Nueva York y Boston entendieron el interés para ellos de estar cubiertos por los medios. Pero no todos son capaces de organizar y aplicar estrategias tan elaboradas como las que se acaban de describir. Muchas veces, las pandillas que tienen dificultades para manipular a los medios lo

explican por el hecho de que algunos de sus miembros rechazan cualquier contacto con los periodistas. La razón de este comportamiento, dicen las pandillas, es que esos individuos temen que las autoridades los identifiquen o arresten, o también dicen que no quieren cooperar con los medios que siempre los presentan bajo un aspecto negativo. En realidad, estos pretextos no sirven sino para ocultar la ineptitud de estas pandillas para controlar sus relaciones con los medios, porque su organización y su estructura se están desbaratando. Así lo confiesa un joven de 17 años que pertenece a una pandilla neoyorquina:

Muchos periodistas querían contactarnos, pero no dábamos entrevistas a nadie, porque varios *brothers* (miembros de la pandilla) no querían que se hiciera. Decían que no querían tener su cara en la tele, porque los policías podrían reconocerlos y arrestarlos. Eran puras mamadas, ya que ni siquiera necesitaban estar allí durante las entrevistas. Otras pandillas sí lo hacen... Ya ves, la verdadera razón, tu sí la conoces porque estabas allí, es que no querían que el chavo que es presidente en este momento aproveche el comercial, pues pensaban en otro cuate que lo podría sustituir. Pero las razones ahora nos valen, ya que de todos modos lograron que nuestros asuntos con los periodistas fracasaran.

Otro miembro de 20 años, de una pandilla de Los Ángeles, da razones similares:

Muchos estábamos de acuerdo para aceptar el ofrecimiento de los periodistas para que pasáramos en los medios; pero un montón de cuates de las otras *klikas* (ramas de la pandilla) querían intervenir para escoger a los que serían entrevistados... Finalmente no pudimos sacar nada de los medios porque no logramos decidir entre nosotros lo que íbamos a hacer. Nos quedábamos sentados, peleando. La verdad, era un desmadre y no había ningún jefe que tuviera la autoridad suficiente para detener eso (...) Todos los que estaban a favor de las entrevistas dijeron que las pandillas estaban verdaderamente de moda en ese momento, pero que no siempre sería el caso y que íbamos a perder una super oportunidad para tener publicidad; pero no cambió nada.



Durante más de diez años de investigación en el campo, nunca he visto a las pandillas recibir dinero de los medios por su cooperación. Ni siquiera vi a un periodista proponerles semejante negocio. Esto nos lleva a hacer varias preguntas: primero, si las pandillas no cobran, ¿qué ventajas sacan de esa cooperación? Segundo, ¿por qué les parece importante adoptar una estrategia colectiva en sus relaciones con los medios? Para contestar la primera de estas preguntas, está claro que las pandillas sacan muchas ventajas de su paso por el noticiero. Una pandilla que se benefició de una “plataforma mediática”, a menudo podrá crear una nueva rama en otro barrio de la ciudad, ya que el programa habrá despertado allí un interés por la pandilla entre los jóvenes del barrio. Tomemos por ejemplo el testimonio de un miembro de una pandilla de Los Ángeles (21 años):

Sabes, si gente de la tele hace un reportaje sobre nosotros y nos mostramos cooperativos, eso ayuda para reclutar a más miembros. El chiste es saber cooperar con ellos, ves, llevársela calmada, así se pueden transmitir los mensajes útiles (...) Por ejemplo, ellos (los periodistas) nos van a hacer preguntas, y nosotros vamos a contestar diciendo cosas que dan la impresión a los chavos del rumbo de que lo que hacemos está super. Ves, nosotros decimos cosas que escucha el resto del mundo, pero a ellos les parece raro, hasta tarado. Pero para los chavos del rumbo, significa otra cosa. Les dice que tenemos posibilidades para ellos. Esto es el poder de las palabras, como cuando vemos en la tele un anuncio para el ejército, sabes, como cuando dicen: “Para algunos, ser un azul es el principio de una carrera”, o una pendejada por el estilo. La verdad, a mí, este mensaje no me interesaba. Incluso se me hacía estúpido ingresar en el ejército para aprender algo y luego hacer una carrera. Pero hay chavos que creen en estas pendejadas. Bueno pues, es lo mismo con nuestro rollo: hay chavos que lo oyen y ven para sí mismos posibilidades. Así es como suceden las cosas.

Otro joven de 18 años que pertenece a una pandilla de Nueva York confirma:

Estaba viendo las noticias en la tele y de repente hablaron de las pandillas. Esos *brothers* eran verdaderamente *bad* [en jerga de la calle: buenos, fuertes, duros] y tenían cosas que decir; entonces pensé: “¡Quizá éstos tengan algo interesante para mí!” Entonces

decidí ir a ver por mí mismo y me integré a la pandilla (...) No, nunca hubiera integrado ese grupo en particular. Hubiera podido formar parte de otro grupo, pero no hubiera escogido éste si no hubiera oído lo que decían en el programa. ¡Dieron en el blanco!

Segunda ventaja que quieren sacar las pandillas de sus relaciones con los periodistas: el paso por los medios sirve para promover sus asuntos. De un reportaje esperan que los pinte como los dueños de un territorio bien delimitado, y como dispuestos a recurrir a la fuerza si es necesario, lo cual les es muy útil, en particular en sus actividades de despojo. Así, cuando contactan a nuevos clientes para proponerles su protección, tienen más oportunidades de hacer un buen negocio si pasaron en la tele. De los 53 pequeños comerciantes entrevistados después de que aceptaran la protección de una pandilla, 16 de ellos (o sea un 30%) me dijeron que habían sido influenciados (o intimidados) por reportajes sobre las pandillas en los medios. Muy típico es ese testimonio del dueño de una pequeña verdulería de Nueva York:

Vi un programa en la tele sobre una pandilla del barrio. Oí lo que decían y luego la policía habló de los daños que esta pandilla había hecho. Entonces tuve algo de miedo. Y cuando vinieron para ofrecerme su protección, les dije que claro, adelante! Mire usted, no llevo mucho tiempo en este país, entonces no quiero problemas con nadie. Y desde que los contrato, no tengo problemas.

También los medios pueden proporcionar a las pandillas otra forma de publicidad al servirles de "páginas amarillas" de la economía informal. Sucede que algunos traficantes encuentran a través de la prensa o la televisión el nombre de grupos que podrían serles útiles para la producción o distribución de sus mercancías. En semejante caso, traficantes de objetos robados contactaron a tal o cual pandilla para extender su mercado o maquilar algunas de sus actividades, después de enterarse por un reportaje de que esta pandilla controlaba el barrio. Una maniobra de este tipo permite a los traficantes evitar o reducir los gastos ocasionados por la organización y formación de un nuevo grupo para una actividad particular. Las pandillas utilizan también a los medios para mandar a las otras pandillas (u otros adversarios eventuales) una advertencia por si

quisieran invadir su territorio. Por eso, cada vez que una pandilla es objeto de un reportaje, sus miembros se empeñan en dar de ella una imagen particularmente impresionante. En todas las pandillas estudiadas, los miembros están convencidos de que, si saben arreglarse las, su entrevista les traerá al menos esa ventaja. He aquí, por ejemplo, el testimonio de un miembro joven de una pandilla irlandesa de Nueva York (18 años):

Cuando se hace una entrevista con un periodista, nos hacemos los superdelirantes, tratamos de ser realmente duros; porque así, logramos transmitir el mensaje a todos aquellos que quisieran intervenir en nuestro barrio: si los agarramos, no habrá piedad, saben que los vamos a masacrar.

Finalmente, algunos miembros adoptan un comportamiento todavía más pavoroso que los otros durante las entrevistas, con la esperanza de adquirir fama y ganar más respeto y prestigio en la pandilla misma, o también de andar más seguros en la calle<sup>25</sup>:

Cuando hice la entrevista con el periodista, mostré el delirio máximo. Ves, dije cosas verdaderamente jaladas, pero era lo que había previsto; porque quería parecer totalmente chiflado. Si la gente cree que estás chiflado, no te viene a joder. Entonces trato de parecer lo más zafado posible cuando veo a un periodista, porque sé que va a decir por todos lados que no hay que buscarme. (17 años, miembro de una pandilla de Los Ángeles)

Para optimizar sus beneficios mediáticos, 9 de las 37 pandillas que estudié elaboraron una estrategia colectiva destinada a influir en el contenido de los reportajes. Aunque no siempre lo logren, por lo general son más exitosas que las que no desarrollan estrategias de este tipo. Explica E. Man, 21 años, jefe de pandilla en Los Ángeles:

<sup>25</sup> En el documental "Our Children: The Next Generation", contesta así un joven a quién se le pregunta por qué piensa que ni a él ni a su pandilla los van a atacar las otras pandillas: "Tenemos 357 razones para que no nos jodan", juego de palabra en torno al calibre 357 de sus armas de fuego. En el programa del domingo por la noche en CBS, "60 minutos", producido por Dan Rather, un miembro de una pandilla de Chicago se dispara una bala en el pie para demostrar su virilidad.

Durante años, vinieron los periodistas a hacernos preguntas y hacer sus cosas y nosotros no sacábamos nada de ello. Entonces decidimos ver si no podríamos sacarles algo de lana, pero contestaron que no. Entonces optamos por enviar mensajes útiles, ves, como propuestas de reclutamiento, y decirle a la gente dónde está nuestro territorio. Pero sólo después de que empezamos a pensar en lo que realmente queríamos que pasara y planeamos lo que íbamos a decir y hacer con los periodistas, es cuando logramos obtener lo que queríamos. Pero no puedo decir que siempre funcionaba, porque a veces funcionaba y a veces, el periodista o quién sabe quién, cambiaba el reportaje a escondidas y nos trataba. Pero de todos modos, nos arreglábamos mejor que esos tarados, esos hijos de... (otras pandillas) que sólo decían lo que les pasaba por la cabeza sin planear nada. Además, si no salía siempre como queríamos, no podíamos quejarnos, ¡porque de todos modos aprovechábamos un comercial gratis en las horas de máxima audiencia! Por ahora tenemos problemas de organización, entonces no podemos pensar en una estrategia mediática, porque tenemos problemas más urgentes. Pero una vez que resolvamos eso, volveremos a pensar en ello.

Dadas las múltiples ventajas que les dan los medios, las pandillas desean que éstos sigan hablando de ellas. En consecuencia, desplegaron ciertas tácticas para estimular o mantener el interés de los medios. La primera consiste en criticar lo que otros periodistas dijeron de ellos, al afirmar que sus opiniones son equivocadas. En la mayoría de los casos, no cuestionan el reportaje en su conjunto, ya que esto implicaría que le hayan mentido al periodista. Sólo sostienen que el reportaje tiene partes de verdad, para asegurar que no engañaron al periodista, sino que éste último no supo transmitir sus palabras. Así pueden seducir a otros periodistas y otros medios que se interesan por un reportaje más exacto. Cada vez que se presenta un nuevo periodista, la pandilla siempre promete decirle “toda la verdad” para suscitar su interés. Por supuesto, la pandilla en la mayoría de los casos controla lo que se dice y lo que el periodista puede ver. Así las pandillas conservan todo su misterio y siempre podrán decir que el reportaje carece de verdad. El testimonio de Sonic, 18 años, jefe de pandilla neoyorquina, ilustra bien la situación.

No se puede decirles (a los periodistas) todo. Hay que decirles únicamente lo mínimo para que se mantengan interesados, y quedarnos con el máximo. De este modo, cuando decimos que el último reportaje sobre nosotros está lleno de errores, es verdad. Si hacemos eso, nos arreglamos siempre para que venga otro periodista a vernos, porque cada periodista cree que él es quien hace el mejor reportaje sobre las pandillas.

Desde un punto de vista mercadotécnico, las pandillas poseen una gran ventaja sobre los periodistas: la cultura callejera permanentemente se transforma. Por tanto, las pandillas siempre tienen algo nuevo que ofrecer a los periodistas que podrán vender su reportaje a sus directores y productores, que a su vez los venderá a un patrocinador y al gran público.

### **Para concluir, algunas observaciones**

Hoy como antes, las pandillas son objeto de especial interés por parte de los medios. Sin embargo, al finalizar el análisis, lo que más llama la atención en la manera como esos últimos trataron y siguen tratando el fenómeno, es su notoria uniformidad. Dos factores se combinan para producir los invariantes que se observan en la forma y el contenido de los reportajes sobre las pandillas: por una parte, los desafíos profesionales y los intereses comerciales de los diversos agentes del mundo de los medios, así como las presiones técnicas a las que están sometidos; por otra parte, la influencia deliberada que ejercen las pandillas mismas en esos reportajes para sacar el mayor provecho. En consecuencia, pandillas y medios instauraron unos con los otros una relación que les permite a cada uno mantener su estatus en su mundo social respectivo y en la sociedad. Y juntos reforzaron el mito popular de las pandillas en la cultura norteamericana.

Sin embargo, hace falta subrayar que este mito entraña una imagen muy negativa con connotaciones maléficas y peligrosas. En efecto, las pandillas se presentan invariablemente como una amenaza física para el ciudadano medio, respetuoso de la ley, así como un peligro para la moral y los valores de la sociedad entera. Esta imagen, arraigada en los miedos individuales y colectivos, es la que aviva y sostiene el interés del público; y esta misma imagen es la

que fortalece permanentemente el lugar y el estatus de las pandillas en la cultura y la sociedad urbanas norteamericanas. A pesar de que los medios presenten las pandillas como perjudiciales y destructoras, tanto unos como otros se aprovechan de una relación que dista mucho de contribuir a eliminar el tipo de delincuencia que supuestamente encarnan. Tal y como aparecen en los medios, las pandillas constituyen un mito inagotable que se nutre de estereotipos culturales y distorsiones frecuentes de la realidad social. Los medios ofrecen una imagen selectiva y sistemáticamente deformada de la actividad de las pandillas. En primer lugar, siempre hacen hincapié en la violencia de las pandillas y en la agresividad de sus miembros. Pero si bien es cierto que numerosos miembros de pandillas están implicados en graves incidentes, la violencia no es un elemento tan fundamental de la vida de las pandillas como los medios lo dan a creer. En segundo lugar, las pandillas no son un fenómeno que atañe exclusivamente a las comunidades negra y latina, tal como lo sugiere la imagen difundida por los medios. Aun cuando la presencia de las pandillas esté más fuerte en los barrios pobres de color, los barrios blancos pobres han producido también y en todas las épocas numerosas pandillas. El presente artículo menciona pandillas irlandesas, pero existen también, por ejemplo, pandillas blancas italo-americanas y apalaches. En tercer lugar, las comunidades pobres no están más “desorganizadas” socialmente que otras, y sus miembros no son menos capaces que otros para instaurar por sí mismos una disciplina de vida individual y colectiva. Finalmente, la imagen de la joven de color de dudosa moralidad que atrapa en sus redes a hombres blancos y honestos tiene una larga historia en el imaginario social norteamericano: dice más cosas sobre las fantasías sexuales y raciales de los blancos que sobre la realidad de la vida de las pandillas.<sup>26</sup>

El estudio cuidadoso de las relaciones entre pandillas y medios, comprueba que las pandillas son una “producción” social, en la cual los periodistas desempeñan un papel significativo y de la que sacan cierto provecho. Relatar asuntos de pandillas, ya sea en las noticias, o bajo la forma de documentales, les asegura dinero, promoción, prestigio y poder en el mundo mediático, en la medida en que el público gusta de este tipo de reportaje. Por eso los periodistas sólo

<sup>26</sup> Sobre el tema de la mujer de color que transa al hombre blanco, véase a Winthrop D. Jordan, *White over Black: American Attitudes Towards the Negro, 1550-1812*, Baltimore, Penguin Books, 1969, p. 150-151.

recurren al conocimiento de los “especialistas de las pandillas” para sacar las informaciones que se inscriben en el marco de los temas que interesan al gran público, es decir, el sexo, la droga, el crimen y la violencia, y que corresponden a la imagen que tienen de las pandillas. Así como en el caso de los primeros pandilleros norteamericanos del *lejano oeste*, el mito popular que contribuyen a crear y perpetrar no es sino una imagen deformada y alejada de la realidad.

De manera paradójica, si bien la imagen prefabricada por los medios sataniza a las pandillas, también comparte la fascinación que producen esos otros personajes de la cultura norteamericana como el *cow-boy*, el rebelde y el policía-gangster. Esos modelos de violencia viril ocupan un lugar de honor en el panteón folklórico americano, ya que poseen en un alto grado las cualidades que venera la cultura nacional: un individualismo desenfrenado, una independencia feroz, una fuerza física excepcional (o sea la capacidad de pelear y ganar) y extraordinaria osadía. Esto no significa que la oposición entre el bien y el mal no figure en la mesa de los valores norteamericanos, sino que bien y mal se disocian de las nociones de legalidad e ilegalidad. El único criterio determinante en la materia es la exhibición de las cualidades arriba mencionadas; aquel que las posee se sitúa del lado del bien; aquel que está desprovisto de ellas se sitúa del lado del mal. Por tanto, los americanos prefieren la imagen deformada y novelesca que les proponen los medios, en vez de la realidad prosaica de las pandillas. Pero los miembros de las pandillas tienen las mismas aspiraciones y anhelan como los otros norteamericanos al éxito material y social. Desde este punto de vista, su comportamiento colectivo no difiere en absoluto del de otras organizaciones de tipo mercantil. No cabe duda que al público norteamericano le cuesta mucho –demasiado– aceptar esa realidad. Mostrar a las pandillas tal como son, implicaría quitarles todo el encanto que se asocia con los personajes violentos de la mitología nacional, lo que las volvería menos divertidas y les restaría su valor mediático. Esto supone también que el país tome conciencia de la estratificación rígida de la sociedad y de la pobreza persistente en la que estas organizaciones se originan. Finalmente, y esto resulta más estorbo para el conjunto de la sociedad, reconocer a las pandillas por lo que son podría llevar a los dirigentes del país a buscar una solución económica para el supuesto “problema de las pandillas”, en vez de aferrarse a políticas penales que no hacen sino agravarlo.