



Estudios sobre las Culturas Contemporáneas

ISSN: 1405-2210

januar@ucol.mx

Universidad de Colima

México

Lull, James; Hinerman, Stephen

En búsqueda del escándalo

Estudios sobre las Culturas Contemporáneas, vol. V, núm. 10, diciembre, 2000, pp. 61-93

Universidad de Colima

Colima, México

Available in: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31601004>

- How to cite
- Complete issue
- More information about this article
- Journal's homepage in redalyc.org

redalyc.org

Scientific Information System

Network of Scientific Journals from Latin America, the Caribbean, Spain and Portugal

Non-profit academic project, developed under the open access initiative

---

# EN BÚSQUEDA DEL ESCÁNDALO\*

James Lull y Stephen Hinerman

---

*Esta es una investigación que busca  
el escándalo... no pretende buscar la verdad*

**Respuesta de Hillary Clinton a las preguntas  
sobre sus intereses financieros en la venta de  
tierras de Whitewater ante el Senado de los Estados Unidos**

En la actualidad, los escándalos son permanentes. Se han convertido en la característica predominante de la prensa amarillista; han limitado los valores del periodismo a la corriente amarillista en la práctica periodística, y definen tema tras tema el clásico espectáculo matutino norteamericano: los espectáculos en vivo. El predominio de los escándalos puede verse como un signo distintivo de la "murdorización" de los medios modernos, en la que historias escalofriantes se empaquetan para atraer intereses lascivos, las curiosidades de las estrellas y los requerimientos morales de la audiencia global. La verdad siempre está en discusión. En la cita referida líneas antes, Hillary Clinton de manera conveniente antepone el escándalo a la verdad, ¿pero no sucede también que los escándalos corren con frecuencia el velo de la privacidad para *revelar* verdades incómodas y exponer a los responsables? ¿No es acaso lo que representa la búsqueda del escándalo?

Sin duda los efectos que provoca el escándalo en los medios, son socialmente hablando significativos y sus connotaciones generalmente negativas. Algunas formas del escándalo en los medios han sido incluso identificadas como signo inequívoco de decadencia moral. William Bennet, antiguo secretario de educación de Estados Unidos y figura política clave del partido conservador, ha etiquetado a los espectáculos en vivo de televisión como "perpetradores de podredumbre cultural" y como "la fuerza de descomposición" de la sociedad. Pero al mismo tiempo, uno de los conductores de espectáculos en vivo más conocidos de la televisión en Norteamérica, Jerry Springer, insiste en que el género

de los escándalos es central para la democracia y para fortalecer un nivel moral alto:

Esto es América... nunca mantendremos distancia de un punto de vista, opinión o estilo de vida sólo porque no es popular. Y cuando las cuestiones morales están de por medio, hemos tenido que alinearnos del lado correcto. La denuncia es la forma de parar al nazismo.

De hecho, donde quiera que miramos, sórdidas historias de la manera en la que los deseos personales triunfan sobre la moral convencional, se cuentan para lucrar. Y, sí, la gente en todos lados lo ve, las lee, las escucha y las comenta.

### **Los escándalos en los medios y el juego posmoderno de la moralidad**

Los análisis de los escándalos de los medios de comunicación son pertinentes hoy en día, particularmente para aquellas partes del mundo en donde la circulación de formas simbólicas y la construcción de identidades culturales se ha acelerado a un paso frenético, que algunos llamarían, posmoderno. Vivimos en una sociedad crecientemente peligrosa y "riesgosamente orientada" (Beck 1992), la cual trae consigo un profundo dualismo moral. Dentro de las complejidades, incertidumbres y amenazas de la posmodernidad, el escándalo funciona también como ancla moral en el mundo de la convencionalidad, y como un vigoroso reto para la corriente dominante de valores sociales condicionados por las fuerzas substanciales de la hegemonía ideológica y cultural.

El escándalo sirve como una forma para delinear la brecha entre la conducta moral y la autoridad.

Un escándalo en los medios ocurre cuando actos personales que ofenden o deshonran la moral dominante idealizada de una comunidad social, se hacen públicos y son narrados por los medios, lo que produce una serie de efectos, desde reducción ideológica y cultural hasta la ruptura y el cambio.

Las transgresiones ocasionan un impacto adicional cuando características de las diferencias humanas como la raza, el género, la clase y la preferencia sexual se involucran. Los escándalos causan fascinación al tiempo que provocan furia. Nadie es inmune —ni las celebridades, ni la gente ordinaria ni los burócratas. Se destraban los secretos del deseo; se corren las cortinas de la privacidad. Lo sobreentendido se articula, se observa y se considera.

Todo esto se hace vía la narrativa en los medios; la historia que enmarca el escándalo, se puebla con personajes, le da estructura y dura-

ción. Dentro de la narrativa, no se respetan los privilegios de la privacidad; se les da coherencia y se convierten en productos y ganancias para los medios. Lo que alguna vez fue acto privado ahora es expuesto; la narrativa del escándalo se convierte en recurso que circula en la esfera pública mediada (Thompson 1995). Las interpretaciones que emergen sobre el significado de la narrativa, se negocian a partir de un código de fondo moral que se articula y refuerza por las principales instituciones sociales. Los escándalos, por lo tanto, proveen un significado simbólico sobre el cual los términos y límites de la moral pública son negociados dentro de la estructura provisional de la posmodernidad. Mientras los hechos concernientes a cualquier escándalo particular pueden ser cuestionados y mientras la creación, interpretación y uso de los escándalos puede ser divergente, lo que quieren las audiencias es un código moral que puedan usar para entender y para evaluar la conducta humana. Los escándalos ofrecen tales oportunidades.

Cuando el público cree que ha sido violada la moral dominante de la época por alguien —especialmente si ese alguien es famoso o si tiene poder—, hay una oportunidad para un escándalo en los medios: ¿fueron Carlos y Diana adúlteros? ¿Son deliberadamente racistas los ejecutivos de la compañía de petróleo? ¿Bajó Hugh Grant el cierre de su pantalón para Divine Brown? ¿Pudo en realidad O. J. Simpson matar a Nicole y a Ron? ¿Tuvo en verdad Bill Clinton todas esas relaciones sexuales? Los escándalos en los medios pues, dirigen su atención a la problemática ética de las decisiones humanas hechas dentro de los confines de la estructura de valores vigente. Es completamente cierto que la moral de cualquier sociedad no es fija. Además, se menciona alguna gente (a las personas famosas en particular) para hacer una diferenciación de los estándares morales. Y cuando las noticias viajan de un lugar a otro alrededor del globo, serán leídas desde diferentes perspectivas morales. Dadas estas significativas limitaciones morales sobre la moral como un universo imperativo, lo que está a discusión es si un individuo ha actuado o no, de manera en que haya violado las normas sociales. Estas normas permanecen relativamente estáticas en el tiempo, proveyendo coherencia y continuidad a la moral dominante. Los escándalos, pues, son poderosos en parte por su localizada ausencia de ambigüedad moral.

### Escándalo y pánico moral

La comprensión de los escándalos en los medios puede mejorarse si lo comparamos con un concepto relacionado, el cual es muy familiar en la literatura sociológica; particularmente en el Reino Unido. Este es el "pánico moral" (véase especialmente, Watney 1987; Cohen 1980; Young 1971; Pearson 1983). El pánico moral es una reacción hacia un aparente movimiento social que general y permanentemente desafía el equilibrio de la moral dominante. El pánico moral amenaza el status quo precisamente por el número de gente que, se piensa, está involucrada. Así, una tendencia "desviada", como el incremento del número de gente *gay* en la sociedad (y la amenaza del SIDA que ello implica), un incremento en el crimen juvenil, la presencia sexual y cultural de inmigrantes de *color* o el aumento en el uso de drogas entre los jóvenes, por citar algunos ejemplos históricos en la actualidad del Reino Unido, pueden estimular el pánico moral.

Como veremos más adelante en una sección específica, el escándalo difiere en algunas formas sustantiva y discursivamente del pánico moral, en tanto que *los escándalos deben de ser fáciles de ligar a personas reales a las que se hace responsables de sus actos*. Es precisamente este proceso de personalización el que transforma la noticia de rumor en escándalo. Pero el escándalo de los medios y el pánico moral no son mutuamente excluyentes. El comportamiento de los individuos que crean los escándalos, puede incluso estimular el pánico moral cuando sus actos son interpretados como síntoma de un problema social más complejo. Además, en muchos escándalos, la forma de la violación moral sobrepasa a las personas involucradas. Cuando se presenta gente ordinaria en los espectáculos en vivo, por ejemplo, a las personas probablemente no les interesan como individuos. Por el contrario, lo relevante son los actos de los invitados. Si sus actos son considerados lo suficientemente desviados y se comparten por la población, es posible el pánico moral. Como ejemplo, la programación excesiva de espectáculos en vivo enfocados sobre temas específicos de abuso sexual en menores y la memoria represiva en los Estados Unidos, han creado una considerable preocupación social.

Los discursos del pánico moral y el escándalo exigen que se confronte la base de una sociedad moral. Su discusión en los medios asegura que la moral convencional se inserte de nuevo como normal. Delineado sobre códigos normativos socioculturales, el pánico moral puede "actuar como una forma de cohesión ideológica la cual se basa en un complejo lenguaje de nostalgia" y "actúa en nombre del orden social domi-

nante" por "consentimiento *orquestante*" (McRobbie y Thornton 1995: 562). En los Estados Unidos, el escándalo en los medios es, en primera instancia, parte de una tendencia global ultraconservadora en la cultura popular desde la cual Rush Limbaugh predica políticas reaccionarias para los "cabezaduras". La Dra. Laura Schlesinger riñe a los radioescuchas de los espectáculos por no formar los "valores familiares"; la prensa amarillista culpa a las estrellas de Hollywood por ser desleales a su pareja en el matrimonio, y las audiencias de los espectáculos en vivo gritan su desaprobación en contra de los invitados que fallan al no ajustarse a un estilo de vida normal.

Sin embargo, el contraste entre el comportamiento social convencional y las formas de "desviación" que hacen una acción social escandalosa, parte de un sistema ideológico definido por lo general, por la labor de los medios y por la cultura popular. Todos los medios dependen de la penetración y de la funcionalidad de la moral dominante para definir, por ejemplo, qué es lo divertido en situaciones cómicas, qué se califica como noticia de primera plana en los periódicos, qué temas deben discutirse en la radio o en los espectáculos de televisión, o la solución que la actriz debe tomar para resolver un problema social en la telenovela vespertina. El escándalo en los medios no es más que el ejemplo extremo de cómo, en la práctica, los individuos se apegan a un imaginado, idealizado estándar de conducta social. De esta manera, los medios masivos de comunicación se convierten en agentes reflexivos que representan de manera implícita a aquellos cuyos intereses sirven por la constante reaserción de los modos de pensamiento dominantes, al dirigir los principales valores y estilos de vida en los mundos supuestos por los miembros de la audiencia.

Pero, ¿en realidad el pánico moral y los escándalos en los medios inspiran tales reacciones conservadoras? ¿Las condiciones culturales actuales significan el final de la hegemonía de cualquier moral dominante? ¿Se ha descentralizado el ejercicio del juicio moral a través de la redistribución de la autoridad global (Laclau 1990)? Angela McRobbie y Sarah Thornton han hecho juntos de manera reciente tales cuestionamientos en su trabajo (McRobbie 1994; Thornton 1995; McRobbie y Thornton 1995). Discuten sobre todo la idea de que el pánico moral necesita ser reconsiderado en la era de los multimedios y de la cultura contemporánea. La distancia tradicional entre lo convencional y lo desviado se perturba en un mundo donde nuevas tecnologías de comunicación alteran rutinariamente las formas tradicionales de interacción humana, y donde el mismo comportamiento desviado se ha convertido en normativo y deseable para ciertos segmentos del público.

El fenómeno de la cultura rockera conocida como *rave* y el *acid-house* es un espléndido ejemplo del papel de la tecnología en la cultura y de la dudosa naturaleza de la moralidad como consensadora, particularmente en el Reino Unido donde:

La juventud se inclina por no lamentar un pasado seguro y estable, sino por sentir una nostalgia aplastante por los días en que la cultura de los jóvenes era genuinamente transgresora. La cultura de la juventud de los noventa está empapada del legado del pánico moral previo; al pelear con los *mods* y rockeros, hippies drogadictos, punks malhablados y nuevos románticos con inclinaciones de género, son parte de su celebrado folklore. (McRobbie y Thornton 1995: 572).

En los Estados Unidos, la apariencia, la actitud y las payasadas de las estrellas de la cultura popular tales como Madonna, Beavis y Butthead y Dennis Rodman, han llevado los retos de la Generación-X y de la moral convencional, a un nivel aún más electrizante. Y debido a que transmiten su contenido socialmente disruptivo a tal velocidad, facilidad y atractivo, los mismos medios de comunicación se han convertido en sinónimo de escándalo, y el pánico moral, en los nuevos *diablos del pueblo* (Boethius 1995).

Vivir en el escándalo deliberadamente, es una forma viable de organizar el punto de vista del mundo de alguien; tales decisiones y estilos de vida no sólo complacen a la resistencia, a las almas subculturales que los escogen. Los escándalos son entretenimiento y como tales son mercado para audiencias más amplias. El mercado de la música de la cultura popular, por ejemplo, depende de la controversia. Como McRobbie y Thornton señalan, una amenaza de censura, escándalo sexual o actos subversivos, sirven con frecuencia a los intereses de las industrias de la cultura:

La lógica promocional es doble: primero, los bienes culturales recibirán publicidad gratis, si acaso publicidad negativa porque su asociación con el pánico moral la han hecho de interés periodístico; segundo, en lugar de alienar a la gente, será atractiva para un contingente de consumidores que se ven a sí mismos como alternativa, vanguardia, rebeldía, o simplemente juventud. (McRobbie y Thornton 1995: 572).

De manera similar, ¿qué sería de la prensa sin el escándalo? ¿Cómo podría el jurado del caso O. J. Simpson escribir los libros más vendidos? ¿Quién vería los espectáculos de televisión? ¿Cómo pudo Divine Brown convertir una relación de 5 minutos en medio millón de dólares? De forma clara, los medios tratan de manejar muchas historias al nivel de escándalo. Por lo tanto, el escándalo puede ser considerado un logro

con verdaderos ganadores y perdedores ideológicos, culturales y materiales.

### El surgimiento del escándalo en los medios

Encontramos al chisme, a la campaña de rumores y a las calumnias en gran parte de la literatura antigua; las sociedades han ideado siempre formas de castigar y de contener a quienes pudieron violar las normas sociales. Designar ciertas violaciones como "escándalo", eleva la represión social a un nivel más formal y poderoso. Se trata de un desarrollo relativamente reciente. Mientras el "escándalo" puede encontrarse con un lexema descriptivo en las Cortes en tiempos tan remotos como 1750, su circulación como término legal no ocurre al menos siglo después. De acuerdo con el *Diccionario de Inglés de Oxford* (1989), en esa época el escándalo llegó a significar, para fines legales, "cualquier incidente injurioso publicado concerniente a otro que pudiera cimientar la acción legal". El escándalo hasta entonces, fue precursor del desarrollo de la ley de la calumnia y la difamación. No obstante, para que el escándalo madurara ampliamente como concepto social fue necesario un desarrollo en las comunicaciones, que sucedió en el centro de los inicios de la modernidad —el nacimiento de la industria editora y la subsecuente introducción de la prensa popular. Con el incremento del alfabetismo, el desarrollo de la prensa de alta velocidad, y el manejo del mercado del capitalismo se conjuntaron, para que las noticias se convirtieran en un servicio viable en Europa y en los Estados Unidos. Para atraer, informar y —sobre todo, entretener a los lectores, se redefinió la práctica de las editoriales de los periódicos para enfrentar la creciente demanda. La prensa sensacionalista, llena de historias altisonantes de "pecado y corrupción", hizo posible el surgimiento de los primeros escándalos en los medios (Tebbel 1974), así como las leyes que serían necesarias para reivindicar la reputación dañada que provocaron los escándalos. El escándalo, pues, se institucionalizó en la vida social del mundo occidental a mediados del siglo XIX.

Debido a que la tecnología de la comunicación permite que la información llegue con mayor frecuencia a áreas más amplias, no es posible que los escándalos se manejen con facilidad por aquellos en riesgo de sufrir sus consecuencias. Por lo tanto, *el escándalo es siempre una fuerza dada y formada por la tecnología en los medios, a través de la cual se transmite la información al público en forma de noticia*. El escándalo en los medios producto de una prensa barata aún está entre nosotros,



pero su forma cambia continuamente, a medida en que se expande la tecnología en los medios. Consideremos por ejemplo, la naturaleza de los escándalos de los concursos de conocimiento de la televisión de los cincuenta o los escándalos de la industria comercial de la radio norteamericana una década después. Los escándalos recientes en el ciberespacio nos hacen recordar la pregunta del significado mismo de escándalo. (¿Qué es un acto privado? ¿Es el sexo virtual adúltero? ¿Quién conforma la audiencia? ¿Qué comentan las audiencias acerca del escándalo?). La tecnología de las comunicaciones va de la impresión en papel a los megabytes y el ciberespacio; moldean la narrativa del escándalo en los medios, le dan una amplia exposición e influencia a los efectos del escándalo al hacer accesibles las historias para los diversos ejercicios del juicio moral y del entretenimiento, representado por los miembros de la audiencia en el ámbito mundial usando una miríada de la tecnología en medios masivos micro y en masa. De acuerdo con la Iglesia y el Estado, los medios se han convertido en la tercera fuerza en la historia de la moderna influencia social moderna, incluyendo la construcción de los discursos morales, resultado de la producción intencional de los escándalos.

#### Los escándalos y la visibilidad mediática

John B. Thompson ha dedicado parte considerable de su quehacer actual a tratar de entender cómo es que los medios de comunicación han cambiado la naturaleza social de la interacción, de manera *general* —el proceso de “mediación”— y en particular la responsabilidad política y social (Thompson 1995). Con base en el trabajo pionero de Erving Goffman (1959) y siguiendo las interpretaciones dadas a su obra por Joshua Meyrowitz (1985), Thompson problematiza “las fronteras cambiantes de lo público y lo privado” (1995:145) en términos de los medios, señalando que ahora se ha hecho más difícil para los que ostentan el poder en la sociedad, mantener la distancia entre la “región privada” y la “región frontal” (pública) del comportamiento social. Mantener la distancia en la “región trasera” entre estas dos zonas, siempre se ha asociado al ejercicio efectivo del poder político-económico-cultural. Aquellos que tienen poder, con frecuencia prefieren actuar en la región trasera, ya que hacer del conocimiento público sus negociaciones equivale a minar su propia fuente de poder. Son los medios los que proveen de tal visibilidad y responsabilidad.

Los escándalos están al acecho cuando actos privados moralmente transgresores se convierten en públicos; son los poderosos los particularmente vulnerables ya que sus acciones son observadas con atención por la prensa. En la actualidad es cada vez más difícil manejar la visibilidad y limitar el daño que puede crear la información :

El escándalo es una ocupación riesgosa de la política en la era de la visibilidad mediática (Thompson 1995:144).

En todo esto está implícita la expectación de un código de comportamiento moral que amenazan la visibilidad y respetabilidad de los medios. Este es el caso dramático de la familia real en Gran Bretaña, por ejemplo, sobre la que los medios no sólo han brindado una mayor visibilidad sino también una mayor acercamiento a su intimidad:

En un mundo crecientemente mediático, es difícil para los representantes temporales de la monarquía evitar aparecer como individuos ordinarios, como hombres y mujeres con muy poca diferencia del resto de los individuos, aparte del mero accidente de su nacimiento; y quienes son propensos a las mismas tentaciones, manejados por los mismos deseos y sujetos a las mismas debilidades como ordinarios mortales. (Thompson 1995: 201).

La creciente visibilidad e intimidad hecha posible por los medios ha hecho también a la monarquía británica más familiar, de como nunca antes lo había sido, y, como sabemos, la familiaridad conduce al menosprecio. La familia real es tan similar a nosotros que lo que nosotros posiblemente nunca hubiéramos conocido sin los medios. En consecuencia los escándalos han transformado a los líderes políticos de toda índole de servidores públicos a personajes públicos, cuyo impacto primario se convierte cada vez más en su valor de entretenimiento; ese valor crece al convertirse el sujeto en escándalo. Pero los riesgos de la creciente visibilidad que la tecnología de los medios brinda no sólo impacta a los famosos o a gente poderosa. En particular, las micro tecnologías pueden ser usadas para vigilar todos los niveles sociales en las sociedades más desarrolladas, y, como claramente ilustra el incidente de Rodney King, las instituciones —como el departamento de policía, o la monarquía misma, para el caso, son vulnerables también. Como veremos más adelante, aunque los escándalos deben ser de naturaleza personal, no son sólo las personas las que son susceptibles de actuar escandalosamente. También encontramos instituciones modernas responsables por violaciones a la conducta moral.

### **¿Qué es un escándalo en los medios?**

Los directores de los noticieros en los medios tratan de convertir continuamente las historias en escándalos. Llamar a una historia escándalo es darle un toque extraño de interés e integridad periodística (esto realmente debe de ser algo interesante!). No califica cualquier historia que cause controversia. Ciertos criterios deben ser alcanzados para alcanzar el estatus de escándalo. Para ilustrar este ejemplo usaremos tres noticias que surgieron más o menos al mismo tiempo en los Estados Unidos y que nos ayudarán a definir una de las variedades del escándalo en los medios –el escándalo institucional– y así mostrar cómo funciona el escándalo de manera general. A finales del otoño de 1996 los noticieros de los Estados Unidos informaron de lo siguiente:

- La Texaco (una compañía petrolera multinacional) fue acusada de evidente racismo
- Un grupo de militares de los Estados Unidos fue acusado de acoso sexual sistémico y de violación
- Una compañía californiana, productora de jugos naturales, fue acusada de causar una epidemia que desencadenó un brote infeccioso que mató a una pequeña niña y que dejó cientos de personas gravemente enfermas

¿Fueron estas noticias escándalos? ¿Qué criterios usamos para determinar si una noticia se ha convertido en un escándalo? Analicemos qué pasó en cada caso para ver cómo podríamos responder a esas preguntas.

#### **La historia de racismo en la Texaco**

La compañía petrolera Texaco ya estaba bajo la mira por lo que muchos de sus empleados de minoría racial llamaron prácticas racistas al emplear o ascender; en particular, los empleados negros no eran tratados justamente, de acuerdo con las quejas. Había un juicio pendiente por años. En noviembre de 1996, se reprodujo un video en que algunos de los directivos de más alto nivel, responsables de tomar decisiones relativas al personal, se escuchaban haciendo serias ofensas raciales. Incluso ridiculizaron la política de la institución que promovía la campaña de prodiversidad al referirse a la minoría de los empleados como “black-jelly beans”. La cinta estuvo disponible para los medios y circuló ampliamente.

### La noticia de acoso sexual militar

Varias mujeres militares del servicio estadounidense demandaron al gobierno por acoso sexual, ataques y violación sufridos en entrenamientos y posteriormente, durante el servicio. El periódico *The Washington Post* informó que los militares estaban investigando la posibilidad de que los ataques hubieran tenido lugar en Maryland, Missouri y en cualquier otro sitio. Se acusó a oficiales de alto mando de "permitir una atmósfera inapropiada" de tal manera que ocurrieron dichas situaciones. Una red nacional de noticieros retomó la historia, entrevistó a las víctimas y consideró a los acusados como responsables de los crímenes sexuales referidos.

### La noticia del jugo natural envenenado

La compañía californiana de jugos naturales Odwalla, vendió botellas de jugo de manzana sin pasteurizar que habían sido contaminadas con la bacteria *E coli*. La bacteria encontrada fue responsable de la muerte de una niña de tres años; y también de ser la causa de la enfermedad de muchos otros clientes en la región oeste de los Estados Unidos. Los medios bombardearon a la gente para que se abstuviera de comprar el jugo. La compañía recogió todo el jugo de manzana del mercado y aceptó la responsabilidad por el problema.

¿Qué hay del estatus de estas noticias como escándalos? Para que el término escándalo tenga significado, debemos ser capaces de separar un escándalo de uno que no lo es. Los escándalos pues, deben encajar en criterios específicos. Proponemos un parámetro de diez criterios para definir tales características. El primero de ellos es que (1) *las normas sociales que reflejan la moral dominante deben ser transgredidas*. Este criterio es fundamental. Sin él, ninguna historia puede ser concebida como un escándalo. Considerando las tres historias anteriores, todas califican. Texaco: el racismo está mal. Los militares: la violación es mala. El jugo de manzana natural: la muerte o enfermedad de clientes inocentes es mala.

Ahora vienen consideraciones *combinadas* cruciales. Las transgresiones deben ser ejecutadas por (2) *personas específicas* que llevan a cabo (3) *acciones* que reflejan un ejercicio de sus intereses o deseos. Así, personas reales deben (no sólo pensar al respecto) hacer algo a partir de lo cual sus intereses egoístas sobrepasen las normas sociales y la moral predominante. Es más, los individuos deben ser (4) *identificados*

como perpetradores de acto(s). Deben demostrar haber actuado (5) *intencional o descuidadamente* y deben ser (6) *señalados como responsables* por sus acciones. Las acciones y eventos deben tener (7) *consecuencias diferenciales para aquellos que están involucrados*.

Regresemos ahora a nuestros tres ejemplos y veamos qué pasa cuando insertamos estos criterios con esos eventos reales.

En el caso de Texaco, la historia califica para el estatus de escándalo precisamente cuando los ejecutivos se videograban haciendo comentarios racistas. Eran personas específicas actuando de tal manera que reforzaban los privilegios de su propia raza. Habían sido identificados por nombre y fueron exhibidos conspirando y limitando las oportunidades para los empleados de minoría en la compañía. De hecho, los ejecutivos culpables habían incluso minado las supuestas intenciones buenas de entrenamiento sobre capacitación sensible, en donde la diversidad de color de los "frijolitos negros" es usada análogamente para representar la diversidad, al referirse a la minoría de los empleados en forma despectiva como "black-jelly beans". Los escándalos se alimentan de revelaciones repugnantes como estas. Sobre estos descubrimientos, el jefe ejecutivo de la Texaco y el público en general señalaron a los ejecutivos como responsables de sus acciones. La Texaco también fue culpable, por supuesto, de tener a tales hombres en puestos de toma de decisiones. La incursión anónima en la responsabilidad se personalizó mientras que también se involucró a la institución que lo apoyó. La "moralidad" del círculo interno de la Texaco se enfrentó para entrar en conflicto con la moral dominante imaginada por el grueso de la población.

De forma similar, la historia de abuso sexual de los militares se convirtió en escándalo cuando la crisis moral demostró ser más que un simple problema largamente sobreentendido e institucionalmente indocumentado. Los medios descubrieron que los sargentos de servicio en unidades de entrenamiento forzaban a las mujeres a tener sexo con ellos y que los oficiales en jefe ocultaron el problema. Se reconoció que las personas involucradas actuaron de forma intencional (el sexo nunca es un accidente). Los autores de los ataques sexuales se habían beneficiado de sus actos mientras las víctimas lo sufrían. El público, y más tarde los militares mismos, identificaron a los hombres responsables de los abusos sexuales y del encubrimiento.

Ahora veamos la noticia acerca del envenenamiento del jugo natural. Esta historia tuvo un potencial de escándalo la primera vez que surgió. El público estaba ansioso por descubrir que una corporación lucrativa podría ser responsable de distribuir botellas de jugo con bacterias mortales. Aún más siniestra fue la expectativa de que el jugo supuestamente

era "natural, saludable y bueno para todos". La certeza del envenenamiento tuvo diferentes consecuencias para los involucrados. En esta búsqueda alarmante del escándalo, sin embargo, no se percibieron varios criterios. Aunque se ubicaron personas específicas como responsables del embotellamiento del jugo, y los ejecutivos finalmente fueron encontrados responsables por las políticas y actividades de la compañía; los investigadores no pudieron mostrar que los intereses o deseos personales de los empleados de Odwalla fueron ejercidos de manera abusiva. Sí, hubo interés institucional —convirtiéndolo en ganancia— y había potencial para mostrar el ejercicio de la intención o de la negligencia. De haber encontrado las pruebas que la directora de seguridad de la producción estaba dormida o apostando en Las Vegas cuando debía de haber estado vigilando los estándares de salud, por ejemplo, con seguridad hubiera surgido un escándalo, si la historia se hubiera basado en una serie de acusaciones y negaciones en los medios. Pero nada de eso ocurrió.

El público finalmente decidió que el envenenamiento del jugo natural de manzana fue un accidente y no un escándalo. Se inspeccionó la planta de procesamiento y se encontró limpia. Al final, los inspectores decidieron que el envenenamiento había sido una consecuencia "natural" de un producto "natural" (sin pasteurizar). Aparentemente la compañía introdujo inocentemente unas manzanas que maduraron ahí mismo. Además, el tipo de compañía de la que se trata una empresa de jugos naturales operada por gente común en un pequeño pueblo californiano-, proveyó de un contexto de interpretación completamente diferente al de una empresa transnacional petrolera o a la de los militares de los Estados Unidos. Un consumidor entrevistado por la prensa incluso defendió a la compañía de jugos Odwalla: "algunas veces cosas malas suceden a las compañías buenas". Como las personas afectadas físicamente por la bacteria, Odwalla fue considerada como una víctima por el público. Y para curar a la compañía en salud de futuros escándalos potenciales, Odwalla retiró todos sus jugos de manzana del mercado y comprometió la integridad de su mercado al prometer pasteurizar todos sus jugos en el futuro.

Debemos discutir tres criterios adicionales antes de que los sucesos de las noticias puedan convertirse en escándalos. Las revelaciones deben (8) *circular ampliamente en los medios de comunicación que es en donde son* (9) *narrados efectivamente en historias que* (10) *inspiran un amplio interés y discusión*. No podemos sobreestimar la importancia del concepto "historia" cuando analizamos los escándalos. La necesidad de historias es básica para todas las sociedades, aún para las instruidas. Un escándalo no es sólo un reporte lógico de hechos que ocasiona daños sin

importar lo impactantes que puedan ser. En un escándalo, la historia triunfa sobre los hechos hasta cierto punto y al ocurrir esto toma vida propia. El escándalo trae consigo la curiosidad substancial del público que anima a la prensa a seguir "contando la historia". El escándalo continúa mientras el público siga interesado en la historia. Su final requiere de cierto tipo de consenso social que con frecuencia demanda la "verdad final", la "lección moral" o "justicia efectiva". Los términos del cierre dependen finalmente del público. La petrificante longevidad de la debacle de O. J. Simpson es un ejemplo particularmente claro de cómo el veredicto de los "no culpables" en el juicio, fue un final oficial a la historia que el público no pudo aceptar.

Retomando nuestros tres ejemplos, nos quedamos con los casos de la Texaco y de los militares para evaluarlos a lo largo de las siguientes líneas. Fue una combinación de medios informativos a nivel micro y macro lo que hizo posible el escándalo de la Texaco. La grabación de conversaciones privadas en la cinta se llevó a las agencias de noticias de televisión desde donde se transmitió de forma constante durante varios días acompañada de una traducción escrita y detallada de las expresiones racistas de los ejecutivos. Las audiencias pudieron *ver y oír* los insultos por sí mismos. Es más, a las audiencias se les expuso no sólo a las inaceptables frases sino también a las ideas detrás de las mismas. Los ejecutivos de la Texaco discutieron la posibilidad de deshacerse de los documentos y mantener registros falsos de contrataciones y ascensos que disimularían las prácticas racistas de empleo.

La información objetiva de la cinta acerca del incidente fue desarrollada con facilidad en la historia. El problema de la Texaco con los comentarios de los ejecutivos se ligó al pasado. Se colocó en el contexto de su historia institucional de racismo; se difundió al público una cronología vergonzosa que fue entonces dicha al público cuyo interés había aumentado por el incidente. Tales revelaciones atrajeron a un público mayor e indignado que causó una reacción pública, incluyendo muchas pláticas personales y en los medios, así como un boicot a la compañía. No obstante, como señalamos antes, un escándalo, como sucede con todas las historias, necesita también un final —quizás no un final feliz— pero sí uno satisfactorio. Así es que la historia reclamó la acción en el futuro. Los detalles del futuro estaban en las manos de la Texaco. Perfectamente identificado, el funcionario en jefe del ejecutivo de la compañía dijo que estaba "anonadado y furioso" (la reacción emocional adecuada) tanto como lo estaba "toda la gente decente" (admitiendo una violación moral). Dijo que las expresiones racistas eran "absolutamente reprensibles y deplorables" y que no serían toleradas (correctiva

moral apropiada). La acción punitiva fue tomada en contra de los ejecutivos "culpables"; se abrió un fondo financiero mayor, se instalarían y evaluarían tanto una contratación como los procedimientos de ascenso. La compañía estaba haciendo su mejor esfuerzo para "poner un final a la historia". El objetivo se alcanzó, no obstante, hasta que las medidas tomadas por la Texaco fueron consideradas como apropiadas por las organizaciones de los derechos civiles que habían intervenido, así como por el amplio público.

Como sucedió con el escándalo mismo, las noticias sobre las acciones correctivas de la Texaco fueron dadas a conocer al público a través de los medios de comunicación. Los medios también señalaron que una de las acusaciones racistas más serias hechas por un ejecutivo, aparentemente había sido reportada de manera incorrecta. Lo que al principio sonó como un hombre haciendo las más horrenda referencia hacia los afroamericanos (la infame palabra "n" usada para "*niggers*") resultó ser "Nicholas", de acuerdo con expertos del sonido que digitalizaron y realzaron la cinta de audio. Por lo tanto, debe enfatizarse que los medios no sólo tienen la habilidad de encender y de alimentar los escándalos; también pueden volverlos relativos, degradarlos y extinguirlos. En efecto, el "manejo del escándalo" es el último reto de las corporaciones de publirrelacionistas, pero las corporaciones deben depender de la voluntad de los medios para reportar sus respuestas y esperar a que la voluntad pública acepte las explicaciones respectivas.

El escándalo sexual militar es similar al de la Texaco en en lo referente a la gravedad de las indiscreciones de parte de algunos empleados que pusieron a la institución bajo el cerrado escrutinio de los medios. Para empezar, una mujer de Maryland que se arriesgó a revelar lo que le había sucedido, mientras que otras cincuenta mujeres más levantaron cargos de abuso sexual en contra de militares. La historia de los soldados se convirtió en una hoguera enorme de escándalos sexuales cuando los oficiales fueron identificados, cuestionados por autoridades militares e interrogados por la prensa. El antecedente personal poco halagador de varios de los acusados fue reportado, ofreciendo la perspectiva histórica necesaria para el caso. El desarrollo de la historia tomó un giro irónico de interés periodístico cuando las víctimas y los comentaristas señalaron que los ataques habían tenido lugar en instituciones públicas encargadas de proteger a la gente. Tal como había sido el caso de la Texaco (y de muchos otros escándalos), las autoridades militares habían exacerbado el problema al tratar de ocultarlo. Al hacerlo, por supuesto, se convirtió en la parte central de la historia. Las víctimas mujeres y la moral predominante habían sido objeto de abuso de múltiples maneras. Pero de cier-



ta forma también nos recuerda la historia de la Texaco; la historia de abuso sexual militar fue atenuada meses después cuando varias de las mujeres se retractaron y culparon al ejército de forzarlas a hacer declaraciones falsas en la investigación de los cargos por violación.

Como ya hemos visto, los escándalos son, en primera instancia, sucesos en los que los límites de la moral son transgredidos. Más aún, ¿cómo sabemos que los límites han sido cruzados a menos que los hechos sean transmitidos a una audiencia, quién es entonces quien decide la seriedad de la transgresión? Un escándalo no se materializa hasta que los sucesos adquieren formas narrativas y dichas narrativas son accesibles a un público consumidor, que interpreta y usa las fuentes simbólicas que el escándalo provee para sus propios propósitos. Los escándalos en los medios (como el contenido de los medios en general) son eventos predigeridos que entran a la red de relaciones personales, en las cuales el escándalo se evalúa implícitamente y obtiene su grado de intensidad moral a través de la reflexión personal y de la interacción social. El escándalo entonces, es producto no sólo de los medios sino también de las audiencias. Circula como fuente social por los medios y canales interpersonales; los escándalos toman su lugar como distintivo escalofriante de la cultura popular (Fiske 1989; Lull 1997, 1995).

El tratamiento de un suceso potencialmente escandaloso, debe adquirir la forma de una historia completa con personajes creíbles, motivos y argumentos. Una narración escalofriante se presenta de tal manera que corresponde al contenido y al tipo de historia, pero también aprovecha al máximo las características intrínsecas de los medios de comunicación. Los medios visuales pueden capturar mejor la esencia de la transgresión al reducirla a una imagen clara y legible: la televisión, los periódicos, las revistas y las gráficas en línea son los mejores conductores de la narración (¿quién podría olvidar la cara amoratada y sangrienta de Nicole Simpson en la televisión internacional, por ejemplo, o de la duquesa de York saliendo de la alberca de su amante en la primera plana de un periódico?). Por supuesto, la mayoría de los escándalos en los medios son sucesos multimedia: la prensa amarillista, videos de TV de mala calidad, los servicios en línea, los noticieros clave de televisión y de la radio, todos construyen versiones de la historia acordes con su tecnología y audiencias. La narrativa de la televisión del escándalo sexual, por ejemplo, combina sucesos empíricos con técnicas visuales (como ejemplos: tomas cerradas, ediciones de corte rápido, cámaras lentas, etc.) y la narración en audio. La presentación debe aparecer como noticia, así se relacionará con otras historias similares, particularmente con otros escándalos. Debe de evocar una "narrativa maestra" del escándalo.

lo, aún si lo que finalmente produce la construcción no refleja auténticamente el suceso mismo.

Una caída libre en la calidad de la expectación creciente, se convierte en una característica central del escándalo. Los negocios de los medios compiten unos con otros por crear el próximo capítulo de la historia; entre más repugnante sea mejor. Porque los escándalos en los medios tienden a desenredarse lentamente, son lucrativos, al igual que otros aspectos de la cultura popular con los que se hace dinero; ellos se expresan en todo lo que valen, hasta que la opinión pública y los *raitings* demuestran que la audiencia se ha cansado de la historia.

### La ecología del escándalo

Los escándalos en los medios, como ocurre con todo despliegue simbólico, existen en compleja relación con un rango más amplio de influencias socioculturales, que incluyen otras formas simbólicas, incluso otros escándalos. A partir de esto, queremos traer a discusión cuatro consideraciones acerca del escándalo en los medios:

1. Algunas personas e instituciones son más vulnerables al escándalo que otras. Hay por lo tanto, diferencias en la susceptibilidad del escándalo.
2. Los escándalos nunca se interpretan de manera uniforme por las audiencias, por lo tanto son polisémicos.
3. Los escándalos se informan unos a otros con frecuencia, en un proceso de intertextualidad.
4. La relación de un escándalo con otro algunas veces se percibe por las agencias de noticias y por las audiencias en términos de la jerarquía del escándalo.

Los actos específicos llevados a cabo en el escándalo por los individuos, se perciben a menudo dentro de la estructura de expectativas relacionada con otra persona, como en el caso de una celebridad involucrada en el escándalo, o ubicada en términos de las instituciones con las cuales se asocia la persona. Hay una historia vergonzosa del escándalo, por ejemplo, relacionada al ambiente de la política —“políticos y gobierno son inherentemente corruptos”. *Watergate* y Richard Nixon se han convertido en sinónimo de escándalo. Cualquier delito escandaloso atribuido hoy a un político necesariamente será leído en contra de la reputación generalizada de los partidos políticos. Un negocio grande también tienen a la historia de abuso relacionada a la codicia con la cual compite. Debido a que las sociedades occidentales capitalistas han sufrido nu-

merosos escándalos en política y negocios, difícilmente nos sorprendemos cuando se hacen nuevas acusaciones. Tales instituciones, por consiguiente, tienen una gran susceptibilidad a sufrir los escándalos. En el análisis final, sin embargo, esta misma historia nos involucra con un cinismo perverso que puede hacer muy difícil que un escándalo político o de negocios alcance dimensiones épicas. El escándalo financiero de *Whitewater* ha permeado a la administración de Clinton por años, por ejemplo; pero ciertamente no le negó una victoria aplastante en 1996, y la mayoría de los norteamericanos no mencionaron siquiera estar molestos por el recuento de esta historia.

La justicia es también un tema en casos como este. Escándalos como el de la Texaco y el abuso sexual por parte de los militares discutidos anteriormente, se convierten particularmente adecuados y atractivos para las audiencias de los medios, cuando las violaciones a las normas morales en cuestión ocurren bajo condiciones de desigualdad estructural. Las diferencias de poder son endémicas en las instituciones. En el caso de la Texaco, los ricos y blancos ejecutivos abusaron del potencial profesional de los empleados negros con menor salario. En el caso militar, hombres fuertes tomaron ventaja de su posición para abusar psicológicamente de las mujeres más débiles y jóvenes de rango inferior. Volviendo a la política, las aventuras extramaritales de Bill Clinton fueron percibidas como causantes de daño no sólo a sus relaciones con otras mujeres que lo acusaron de sus fechorías, sino también a su esposa e hija.

La forma en que los medios presentan el escándalo sugiere la claridad de la inflexión e intensidad de los eventos transgredidos, y alientan a los miembros de la audiencia a hacer sus juicios morales preferidos. Pero estos juicios no son tan predecibles. La narrativa del escándalo es leída siempre de manera diferente por las vastas audiencias. Y aún más, las lecturas de la audiencia toman dos formas, lo abstracto/universal y lo concreto/particular (Johnson 1986). Así, por ejemplo, el escándalo puede ser visto por cualquier persona simultáneamente como un signo de una nación o cultura moral en decadencia (como ocurre en el pánico moral), pero también en términos de las circunstancias actuales pertenecientes a los sujetos de la historia. Ese conocimiento es moldeado posteriormente por la forma en que entran la cultura y las relaciones sociales de sus intérpretes-usuarios. En cualquier caso, los escándalos se convierten en el punto de la conversación moderna cotidiana que se dice y corrige al empleado del salón, alrededor de la televisión en la sala de estar y en los cibercafés.

La polisemia, la intertextualidad y la naturaleza jerárquica del escándalo, están bien ilustradas en el caso de O. J. Simpson, el cual muy probablemente tendrá un sitio en la historia como el "escándalo de los escándalos". El caso Simpson demuestra como las condiciones pueden incluso interpretarse de manera favorable para quien está involucrado negativamente en un escándalo. Por la mayoría del jurado negro que trabajó en el juicio y por la vasta mayoría negra de Estados Unidos, lo que el escándalo consideró más dañino que las anteriores acusaciones de asesinato de la estrella de fútbol, fue el obvio racismo y el abuso policial sufrido por los residentes negros de Los Ángeles y de otras ciudades. El departamento de policía fue más propenso al escándalo en las mentes de los jurados, que el mismo Simpson. Para muchos, Mark Furhmann (el policía blanco al que se grabó profiriendo ofensas raciales en contra de los norteamericanos negros, y quien también fue acusado por los abogados de Simpson de sembrar evidencias), resultó ser más culpable que Simpson, tan sólo por sus comentarios racistas y perjuicios que se convirtieron en un símbolo del racismo y de la corrupción de la policía. El escándalo de Simpson tampoco permanece dentro de los márgenes de su propia historia. Un vocero de la Liga Nacional Urbana, una organización civil de derechos humanos de Estados Unidos compuesta principalmente por norteamericanos negros, dijo que cuando escuchó la cinta del escándalo de la Texaco, el impacto emocional fue similar al escuchar las ofensas raciales que Mark Furhmann hizo en el juicio de Simpson un año antes.

Los escándalos compiten algunas veces unos con otros. Además de la saturación del mercado, el mayor enemigo del *rating* del escándalo televisivo matutino de los espectáculos en Estados Unidos, fue el juicio de un año de duración de Simpson. Aún la tediosa explicación del DNA y de las pruebas forenses del juicio ganaron audiencia sobre temas como "Mujeres embarazadas confrontan al padre desempleado de sus hijos"; "Citas con mujeres vírgenes para evitar el SIDA", "Mujeres promiscuas con problemas de peso" y "Momentos de conflicto entre los invitados de programas previos" en otros canales.

### Una tipología de los escándalos

Lo que hemos discutido en el caso de la Texaco y de los militares de los Estados Unidos es lo que llamamos el *escándalo institucional*. Este es el primer tipo de escándalo en nuestra tipología (Cuadro 1). El escándalo institucional, como hemos visto, se desarrolla cuando los actos que

afectan u ofenden a la moral predominante, se dan en lugares tales como oficinas gubernamentales o instalaciones corporativas. Mientras vivimos en un mundo que se caracteriza cada día más por sistemas abstractos y vastos, las burocracias distantes llevan a cabo su trabajo; al parecer instituciones anónimas de la modernidad tardía permanecen como instituciones sociales. Las personas reales que dan sentido a las instituciones políticas, educativas, mercantiles, militares y religiosas, no están motivadas únicamente por razones profesionales objetivas, sino por deseos personales que algunas veces entran en conflicto con los estándares morales vigentes. Sus indiscreciones se convierten en escándalos porque no sólo se representan a ellos mismos, sino también a las instituciones dentro de las cuales están ubicados profesionalmente.

**Cuadro 1**  
Tipología de los escándalos en los medios

Tipo de escándalo	Plataforma social	Características principales
Institucional	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Matriz burocrática</li> <li>* Historia institucional, reputación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Personalización: Institución pública señalada como responsable</li> </ul>
<p><b>Estrella</b></p> <p><b>Psicodrama</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Nombre reconocido</li> <li>* Sistema de imagen de la celebridad</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Estructura básica Cognitiva-emocional</li> <li>* Puntos de presión cultural</li> <li>* Historias fuertes</li> <li>* Tipos de personajes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* Intenso escrutinio de los medios</li> <li>* Contextualización moral</li> <li>* Duda sobre si es ficción/realidad</li> <li>* Sanciones públicas</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>* Violaciones morales hechas por gente ordinaria</li> <li>* Convierte a las personas en estrellas</li> <li>* Contextualización cultural</li> <li>* Liberación psíquica social</li> </ul>

Las instituciones se apegan públicamente a un estándar moral que no siguen las personas asociadas a ellas. Así, por ejemplo, las infidelidades del príncipe Carlos escandalizaron a la monarquía; las relaciones extramaritales y asuntos financieros de Bill Clinton dicen algo acerca de la política y de la presidencia; los ejecutivos de la Texaco avergonzaron a su compañía; los sacerdotes católicos pederastas pusieron a la Iglesia en problemas, etc. Las instituciones modernas son, en algunos aspectos, aún más vulnerables que las personas a la reacción social que la visibilidad de los medios genera cuando las instituciones pretenden establecer

ejemplos morales (a través de publicidad institucional y de las relaciones públicas) las cuales se convierten rápidamente en falsas promesas. El escándalo, rivaliza así con la imagen e integridad de las instituciones al poner una cara humana (y un cuerpo) en la transgresión. Las historias de los escándalos institucionales también nos recuerdan que cualquiera que sea la confianza que depositamos en los sistemas abstractos, estos finalmente están sujetos a violación radical y a revisión social.

Tan familiar como el escándalo institucional y a menudo más interesante para el público, resultan los otros dos tipos de escándalos presentados en la tipología básica. El *escándalo de estrella* es nuestra segunda categoría. Como su nombre lo indica, el escándalo de una estrella se desata cuando los medios de comunicación nos revelan cómo los deseos de gente famosa sobrepasan las expectativas, normas y prácticas sociales. El comportamiento privado de una personalidad entra al ámbito público bajo condiciones que están fuera del control de la estrella. Entonces su comportamiento se evalúa de acuerdo al código moral dominante. Las estrellas están en una posición paradójica; se les puede dar mayor margen moral acerca de su comportamiento social, pero al mismo tiempo sufren de una vigilancia más cerrada que el común de la gente.

Las narrativas del escándalo de una estrella están dramáticamente cargadas con personajes del mundo real, motivaciones y trama, cuyos capítulos aparecen en los noticieros, espectáculos, periódicos amarillistas y en los principales diarios. Las narrativas de los medios se convierten en la piedra angular de una conversación de amplia circulación: trabajo, casa, escuela y calle. En el proceso, el escándalo de la estrella no sólo se pregunta sobre la integridad de las celebridades, sino que refuerza la idea de que incluso la gente famosa finalmente debe considerarse como la responsable de la expectativa social moral (o de la sociedad).

Las narrativas del escándalo están encarnadas dramáticamente con personajes de la vida real, motivaciones y argumentos que aparecen capítulo tras capítulo en nuevos programas, en espectáculos en vivo, en la prensa amarillista y en los periódicos de mayor circulación. Las narrativas de los medios se convierten en temas angulares que ampliamente se comentan y circulan en el trabajo, en la escuela y en la calle. En el proceso del escándalo de la estrella no sólo surgen preguntas acerca de la integridad de las celebridades sino que se refuerza la idea de que hasta la gente famosa debe ser señalada como responsable de cumplir las expectativas morales de la sociedad.

Las violaciones morales de una estrella, por lo tanto, siempre son contextualizadas en términos de su "sistema de imagen" (Lull 1997, 1995). Con esto queremos decir que cualquier transgresión particular se

construye y se lee en contra de una imagen puesta en circulación. Por supuesto, el sistema de imágenes difiere de manera amplia. Tomemos por ejemplo a Madonna, a Michael Jackson, y a Hugh Grant como tres ejemplos del escándalo de estrellas. Madonna ha basado su éxito, en parte, al crear un estilo escandaloso. Michael Jackson ha hecho lo mismo; por lo tanto, su imagen ha sido siempre mucho más ambigua y conservadora que la de Madonna. Hugh Grant, por supuesto, se consideró como a un niño de coro, hasta que invitó a Divine Brown a poner a prueba la resistencia de la piel de los asientos de su BMW una noche ociosa en Los Ángeles. De esta manera, mientras las tres estrellas han estado involucradas en transgresiones morales que incluyen sexo, la naturaleza de los escándalos construida alrededor de ellos difiere de manera sustancial si consideramos las diferencias en su imagen pública. Dicha imagen, por supuesto, oscila entre la de la estrella como persona y la de la estrella como artista. El sistema de imagen es una amalgama de impresiones que empañan cualquier límite entre la realidad y la ficción, como sucede con las estrellas de telenovelas o las estrellas de cine, quienes podrían ser juzgadas tanto por sus roles dramáticos como por su personalidad y su situación real. Los actos privados en los que se ven involucradas las estrellas se interpretan, de acuerdo a la moralidad dominante, pero se relativizan de manera simultánea en términos del carácter moral y de los límites del complejo sistema de imágenes de cada estrella. El escándalo de la estrella forja una intersección compuesta por tres trayectorias semióticas: la moral dominante de la sociedad; el sistema particular de imagen de la estrella en cuestión y los sucesos recientes reportados en las noticias. La dinámica interacción de tales factores otorga a cada estrella del escándalo su plataforma particular de interpretación.

Tan pronto como las estrellas obtienen fama y fortuna por el poder de los medios y de la cultura popular, también sufren en sus manos. Considérese por ejemplo, cómo los escándalos de Richard Nixon, Magic Johnson, Jim Bakker y John Profumo alteraron la conciencia de sus públicos. ¿Cuál será el legado de Carlos y de Diana para los ciudadanos del Reino Unido? ¿Será recordado Maradona principalmente como un extraordinario jugador del fútbol en Argentina? ¿Carlos Salinas como el presidente que modernizó a México? ¿Rock Hudson como un actor talentoso?

Nuestra tercera categoría de los escándalos es el *psicodrama*. Tales escándalos no son de celebridades pero las historias que frecuentemente están de por medio convierten a la gente ordinaria en una estrella. Mientras que el escándalo de la estrella observa las indiscreciones de los per-

sonajes públicos con reconocimiento, el escándalo del psicodrama convierte a personas ordinarias que hacen cosas extraordinarias, en figuras públicas. Dos ingredientes son cruciales. Primero, la historia del psicodrama del escándalo debe ser irresistible en forma particular, y segundo, los personajes (las estrellas), deben encajar perfectamente con los estereotipos de la historia. La química entre la narración y los personajes, es lo que crea el encanto de la historia, generando el interés popular por el escándalo del psicodrama.

Específicamente, ¿cómo se conforma un buen psicodrama? La mayoría de los escándalos significativos en los medios nacen cuando se transgrede la narración representada por gente ordinaria, de forma que derivan en esenciales y determinantes estructuras cognitivas y emocionales, aunque dichas estructuras siempre toman formas específicas culturalmente hablando. Estos escándalos impactan nuestras emociones básicas para dejar al descubierto los predicamentos humanos fundamentales: miedo, pasión y debilidad. Un foco de mayor atención de los medios es el cuerpo humano —un cuerpo sensual situado dentro de las expectativas normativas y prácticas de una moral dominante, pero no obstante, sujetas a los alardes de ostentación de las tentaciones. Los escándalos del psicodrama, encaran con frecuencia nuestras preocupaciones sexuales, fantasías e inseguridades. Nosotros manejamos tales dilemas y peleas internas de forma vicaria a través del escándalo. Al hacer los problemas morales tan evidentes y entretenidos, a la vez que distantes e impersonales, el psicodrama del escándalo da a sus intérpretes un canal seguro y viable para liberar la tensión psíquica.

El psicodrama del escándalo generalmente presenta personajes quienes epitomizan “tipos” particulares. Los actores del escándalo deben ser atractivos o interesantes de manera familiar o extrema. Podrían ser bebés, perras, drogadictos, machos, ecologistas o mujerzuelas. Pueden a su vez ser cerebros brillantes, locos, fanfarrones, tontos, diablos o ángeles. Héroes y villanos deben de ser claramente identificables. El escándalo del psicodrama en parte tiene éxito cuando las audiencias reconocen a los personajes de la obra. Si los personajes del escándalo se relacionan con gente ideal o estereotipada realizando cosas extraordinarias en lugares de la vida cotidiana, será mayor la oportunidad de que un escándalo surja en los medios.

Por ejemplo, consideremos el “triángulo amoroso”, la estructura de una historia psicodramática que data de los principios de la historia humana. Cambios excepcionales en los aspectos emocional y sexual del triángulo amoroso definen el potencial del escándalo. Un ejemplo paradigmático al respecto fue el trío Joey Buttafuoco-Mary Jo Buttafuoco-



Amy Fisher a principios de 1990 que cautivó mucha de la atención en los Estados Unidos. La historia principal lleva a una adolescente exuberante y coqueta (Amy), quien conoce a un hombre casado, de edad madura, obrero despabilado (Joey); entonces ambos entablan una relación. Cuando Amy se da cuenta de que no puede ganar a largo plazo el afecto de Joey, compra una pistola y trata de matar a su esposa, Mary Jo. Amy falla y es enviada a la cárcel por intento de asesinato, mientras Joey es dejado al descubierto para explicar su profesada inocencia moral a un creciente y hostil público femenino. La historia encaja en el modelo clásico; los personajes se representan perfectamente. Aún mejor, tenemos una doble transgresión con un cambio: adulterio; después violencia inesperada de los involucrados (de la niña a la esposa). Amy es una seductora malencarada; Joey es el hombre viejo y depravado; Mary Jo es la leal y clemente víctima. El inusual intento de asesinato es lo que en primer término hizo a la historia intrigante para los medios; más tarde los estereotipos de los personajes se mantuvieron a lo largo de la historia creando un atractivo y duradero escándalo.

Tales historias sacan a la luz los predicamentos morales, hacen un buen drama del modo en que se desarrolla un conflicto, y pueblan la narrativa con personajes creíbles de un mundo real. En la historia de Buttafuoco-Fisher, se narra una preocupación social fundamental y un dilema moral. La combinación perfecta de predicamentos morales (una niña que seduce a un hombre casado) y un hecho imprevisto (la niña que trata de matar a la esposa de su amante); los dos elementos estuvieron presentes en la forma de la historia. Y porque las estrellas no fueron actores y actrices –pero encajaron perfectamente en el modelo – el efecto de que “la realidad es mejor que la ficción” contribuyó al éxito del escándalo con las audiencias. Cuando historias como estas se vuelven populares como las narraciones del escándalo, los personajes empiezan a aparecer en todos los medios. Por ejemplo, dos de las más grandes redes de televisiones en los Estados Unidos pasaron al aire el escándalo de la miniserie Buttafuoco-Fisher. Especialmente cuando los personajes encajan perfectamente en los roles de los estereotipos de forma tan precisa como en esta historia, pueden quedar fácilmente grabados en la conciencia popular como estrellas del escándalo. Incluso la esposa rechazada se convirtió en un estereotipo de pasividad; la poca atención que los medios le dieron en comparación a la que recibieron Joey y Amy, lo que reforzó su patético papel de relleno como víctima de un escandaloso drama de sexo y romance.

El escándalo del psicodrama debe ser capaz de impactar con la fuerza de la historia. Esto se consigue al lograr hacer un predicamento moral

explicito al revelar cómo se transgreden las expectativas morales. Las estrellas de otro escándalo reciente de psicodrama donde la moralidad y el deseo se enfrentan son las de Lorena Bobbitt, la mujer americovenezolana que cortó el pene de su abusivo marido (John Wayne Bobbitt) y lo tiró desde la ventana del coche; y Susan Smith, quien puso los seguros del coche y lo empujó hacia un lago con sus niños adentro diciendo a las autoridades que sus niños habían sido "secuestrados por un hombre negro". Los espectáculos televisivos con frecuencia recurren a dramas cortos de la vida real por su interés. Los invitados de dichos espectáculos son animados para decir y aún alardear acerca de su comportamiento privado para entretener al público.

Algunos de los escándalos más famosos en los medios combinan características del escándalo del psicodrama con el escándalo de estrellas. El ejemplo de Tonya Harding —la historia de Nancy Kerrigan, es un buen ejemplo de ello. Tonya, una muchacha bajita, musculosa, de clase trabajadora, conspiró para asaltar físicamente a Nancy, una muchacha alta y elegante de clase media alta cuando las dos competían por lugares en el equipo olímpico de patinaje de figuras de los Estados Unidos. Cuando las dos jóvenes fueron de alguna manera famosas antes del suceso, la calidad del psicodrama fue fascinante y acrecentó en gran medida su visibilidad y su fama. ¿Y qué decir acerca de Selena, la hermosa cantante texana quien fue asesinada de un tiro en un motel por la presidenta de su club de admiradores que era mayor que ella y sin atractivo físico alguno? Aun el enorme interés del escándalo estrella de O. J. Simpson tuvo una compleja dimensión psicodramática: matrimonio interracial, la historia oculta de violencia doméstica; Ron Goldman asesinado mientras llevaba a cabo una buena acción, una absolución que la mayoría de la gente siente está basada en un criterio de raza; el triunfo del golfista sobre la promesa de O. J. Simpson de dedicar su vida a encontrar a los "verdaderos asesinos"; la batalla por la custodia de los hijos, y así sucesivamente.

### Vergüenza, culpa y comunidad

*Tú eres una persona que sabe cómo defender sus principios y valores. Y luces aun mejor en persona de lo que luces en televisión*

**Abdala Bucaram,**  
expresidente de Ecuador,  
sobre el encuentro con Lorena Bobbitt

La desgracia que traen los escándalos presume la presencia de una comunidad en donde los individuos son considerados como responsables. Ya sea que estas comunidades sean comunidades del vecindario, cultura, género, clase, raza o nación, *la desgracia de los escándalos recae en la buena voluntad colectiva de otros de imponer vergüenza y aun castigo para el escandalizador*. El escandalizador es infeliz porque él o ella es identificado como violador de las normas, que entonces son leídas por los miembros de la cultura como marcadores en común de la ofensa. Cada comunidad cultural tiene normas y estándares morales que se enseñan por medio de las instituciones sociales como reglas sociales (ver Lull 1997, 1995). La violación de la norma lleva a la sanción que promueve la violencia que amenaza con expulsar al escandalizador de la comunidad. Sólo es necesario que pensemos en nuestra propia experiencia en torno al escándalo de O. J. Simpson, donde, aún mucho después de su juicio por cargos criminales de asesinato, de tanta atención negativa a su caso, de hecho fue expulsado de su comunidad a pesar de su "inocencia" (o de la falta de pruebas para declararlo culpable). Tal expulsión incluyó el rechazo de los cursos en el club de golf que le negaron su admisión; miembros del público congestionaron las líneas telefónicas de manera que no pudo vender sus videos de autopromoción, y los grupos de los derechos de las mujeres hicieron de su figura un póster de la violencia doméstica. Muchos de sus vecinos en Los Ángeles le rogaron que vendiera su casa y se fuera: "¿irme a dónde?", respondió O. J.; "quieren que me vaya de regreso a África, jeso es lo que alguna de la gente quiere!". Efectivamente, después de que la corte civil lo encontró responsable del crimen de manera unánime, surgieron inmediatamente rumores de que se mudaba de casa a California para escapar del escrutinio público tan intenso.

Debemos entender que la vergüenza que implican los escándalos, refleja un tipo único de responsabilidad social, diferente de la culpa, e influenciada en gran medida por los medios de comunicación. Diferenciar entre culpa y pena ha sido un interés común de psicólogos y sociólogos por décadas. Esencialmente las dos, la culpa y la pena, tratan de transgresiones sociales o de violaciones, pero la culpa tiene más que ver con

delitos individuales mientras que la pena tiene que ver con la integridad de una persona. Uno puede ser culpable de un crimen, por ejemplo, pero no sentir pena alguna como persona. La culpa deriva de los "sentimientos de delito" mientras que la pena denigra la "integridad de la persona" (Giddens 1991: 65) y la autoestima de la persona (Giddens 1992: 108). La culpa puede ser reparada y manejada. Una persona se puede disculpar, pagar una multa, estar un tiempo en la cárcel, corregir su comportamiento o combinar todo esto de diferentes formas. Los sentimientos de culpa pueden ser tratados en una terapia como piedra angular del psicoanálisis freudiano. La culpa es un lapso contextualizado en la conducta; la pena refleja de manera más profunda y permanente la falta de una persona.

Claramente, la pena es mucho más condenatoria que la culpa. Aunque la pena tiene que ver con la integridad y el respeto, es un constructo social y cultural quitaesencial. Tiene relación con la forma en que los otros ven él "yo" como un proyecto a largo plazo. La pena resulta cuando acciones ocultas se exponen para la sanción social, de ahí que comprometen la narrativa personal de la identidad (Giddens 1991: 67). La persona avergonzada puede sentir que no la respetan, que no la desean, que no la aman, que no es deseable, que es tonta. Debido a que la pena es socialmente construida como condición permanente, la persona avergonzada no tiene esperanza y es, por lo tanto, indeseable para la comunidad.

Nosotros creemos que los escándalos en los medios perturban las distinciones convencionales hechas entre pena y culpa. El escándalo en los medios desencaja las acciones humanas y las recontextualiza en acciones simbólicas inalcanzables. Los medios hacen de las transgresiones morales actos evidentes para la comunidad interpretativa; por lo tanto, convierten a quienes hacen tales acciones, en sujetos avergonzados. Esos escándalos llaman la atención sobre transgresiones morales particulares, sacándoles jugo con fines comerciales, humillando a la parte "culpable" como característica básica del proceso programático; después envían todo el paquete al público social, donde severos juicios morales son hechos de manera entusiasta por numerosas audiencias. Tales juicios pueden reconfortar a los "lectores" de los escándalos que buscan sus "sistemas de referencia internos" para alcanzar estabilidad y conseguir amor en los escenarios modernos de incertidumbre y de tolerancia moral, particularmente cuando la conducta moral está a discusión (Giddens 1992: 175-6).

Pero el efecto del escándalo en los medios no necesita solamente convertir la culpa en vergüenza. En el caso de O. J. Simpson, los escán-

dalos en los medios ayudaron a convertir a una persona "inocente" en avergonzada. Esto ocurrió precisamente porque la narración del escándalo en los medios fue socialmente más poderosa que el juicio legal (un hecho que hizo entonces al juicio mismo escandaloso), teniendo en mente que eso es lo que la audiencia hace con la narración, que es la que determina su resultado. Al final, el jurado de O. J. Simpson pudo haber influido mucho más que las doce almas aisladas que se reunieron en la corte. El proceso puede funcionar también de forma inversa. Lorena Bobbitt pudo haber sido encontrada culpable en la corte, pero dadas las condiciones de un patriarcado generalizado y de su matrimonio en particular, la audiencia mundial se inclinó más por imponer la culpa sobre su marido abusivo que en ella. Fue un caso clásico de: "víctima se levanta". El escándalo, hasta aquí, puede hacer a una persona culpable menos avergonzada.

La sola mención de gente e instituciones implicadas en los escándalos, puede estimular una respuesta emocional, una reacción condicionada por el hecho de que conocemos un estándar moral al que se nos enseñó a respetar y que ha sido violado; aún así, nosotros mismos podríamos no ser del todo inocentes en tales violaciones. Efectivamente, el impacto de los escándalos podría exacerbarse por la discontinuidad entre los elevados estándares, de la cultura idealizada dominante (la "vida buena" o "supercultura") reforzada por los medios, y el mucho menos honorable terreno de nuestra vida cotidiana. Debemos distinguir, por lo tanto, entre los contornos morales de la cultura dominante y las realidades vividas de la cultura en la práctica. Así, el racismo está mal, pero se practica; la desigualdad sexual está mal, pero se practica. Parte del interés del escándalo en los medios puede radicar en que toca nuestra propia debilidad humana, dándonos la oportunidad de enfrentar tales pensamientos de forma egoísta, y de expresar un juicio certero moral. Podemos desplazar la vergüenza de nuestra propia transgresión al observar y al hablar acerca de los delitos bien publicitados de otros.

La vergüenza, como consecuencia del escándalo no sólo se mantiene en la mente de los individuos. Encontramos también vergüenza colectiva. Cuando las aspiraciones presidenciales de Ross Perot se desvanecían al mismo tiempo que hacían su aparición las acusaciones sobre el beneficio sexual y los manejos financieros (de sus actividades) y se convirtieron en noticia de primera plana, Perot frustrado reclamó al público norteamericano: "¿por qué no hay pena acerca de esto en nuestro país?". Los republicanos (Collin Powell en particular), dijeron también que era tiempo de "restaurar el sentido de la vergüenza -el 'pudor' - en la sociedad". Pero si recordamos nuestra discusión sobre el pánico mo-

ral al principio de este capítulo, sabremos que la moralidad dominante se convierte en algo cada vez menos certero.

Aun con las incertidumbres y limitaciones, los escándalos en los medios trabajan únicamente y de manera influyente como tema relevante para el ejercicio de la conciencia de interpretación de una comunidad que interpreta, al contar historias sensacionalistas de lo bueno contra lo malo. El escándalo es el despliegue del contenido del foro cultural de los medios (Newcomb y Hirsch 1987), donde la moralidad dominante se negocia a través del público de los medios. Así, mientras la tecnología de la comunicación hace posible los escándalos, este hecho no debe juzgarse de manera tan severa. La opinión común de la condena del escándalo no explica de forma satisfactoria su significado.

### Los escándalos en los medios y el cuarto Estado

En su discusión sobre el pánico moral, Angela McRobbie y Sarah Thornton mencionan que los medios de comunicación discuten el rol social de "guardianes morales, siempre alertas a nuevas posibilidades de preocupación e indignación" (McRobbie y Thornton 1995: 570). Un motivo de tal actividad, sin duda, es la ganancia financiera. Las voces competentes dentro del saturado mercado de los medios en la actualidad, gritan más fuerte que nunca por acaparar la atención. El escándalo en los medios es un vehículo ya probado para estimular la violencia pública y las ganancias corporativas. Ciertamente, los escándalos en los medios algunas veces representan lo peor del periodismo amarillista.

Pero ese no es el final de la historia. El escándalo en los medios es también un foro popular para la conciencia pública y para el debate de cuestiones morales —temas que con frecuencia tienen fuertes implicaciones en las políticas públicas. De *Watergate* a O. J. Simpson y más allá, las noticias tratan de descubrir verdades ocultas y de exponer a los responsables. En cierto sentido, entonces, construir escándalos en los medios representa una contribución mayor a la esfera pública mediatizada en la sociedad moderna. Uno puede señalar, por lo tanto, que tal actividad, practicada tan frecuentemente, es un ejercicio moderno de la responsabilidad del "cuarto Estado", de lo cual la prensa mantiene una etiqueta clara sobre aquellos miembros de la sociedad que ostentan tal poder económico, político y cultural. Una perspectiva más comprensiva acredita al escándalo como forma vigorosa de hacer periodismo de investigación. Cualquier análisis de la ética contemporánea de los medios,

por consiguiente, no puede ni de cerca, desacreditar al escándalo en los medios como algo más que puro sensacionalismo.

Algunas veces el característico periodismo vigilante del escándalo en los medios amenaza incluso a los intereses creados de la industria de las noticias. El caso de racismo de la Texaco, por ejemplo, fue interesante porque la petrolera multinacional es un anunciante de considerable proporción. Los medios mordieron una de las manos que les da de comer al investigar a la compañía de manera tan celosa así como al descubrir evidencia tan clara y escalofriante. Así, mientras los escándalos pueden atraer audiencias y puntos de *rating*, las críticas que señalan pueden poner también un calzador entre la industria de la cultura y los anunciantes de los que dependen.

Las implicaciones discursivas de los escándalos en los medios son extremas. Los escándalos son más que la suma de infortunios contados de manera atractiva. Animar la discusión pública de temas sensibles y controvertidos. Pero el rol de los medios de comunicación no es sólo llamar la atención sobre dichos temas. Los medios también tienen la capacidad de exponer a los responsables de las violaciones morales, sostenerlos como tales, y volver escándalos potenciales en historias al proveer un final públicamente aceptable a la narración. Los medios pues, no sólo estimulan la violencia moral sino que también reducen el miedo y las preocupaciones públicas al relativizar los escándalos y al minimizar algunos temas.

La tecnología de los medios de comunicación ha proliferado con una rapidez sin precedentes durante los últimos años. Al mismo tiempo, se establecieron nuevas fuentes de noticias, como las redes comerciales de Norteamérica y la BBC, que han visto menguar sus ganancias frente a la competencia de una miríada de cable y de canales de satélite, muchos de los cuales ofrecen cobertura de noticias. La imagen de dichas noticias, por supuesto, no sigue, necesariamente, patrones tradicionales. La llegada de medios alternativos y el uso de personalidades en las noticias por televisión y en los periódicos sensacionalistas han hecho del escándalo en los medios un área fundamental de contenido. Internet también entra en el juego hoy en día, al abrir espacios a los escándalos en los medios y cambiar la manera en que se producen. Las compañías de noticias de Internet hacen posible ahora el poder hablar sobre las estrellas de Hollywood, por ejemplo, de tal manera que se han hecho algunos tipos de producción de escándalos más rápidos y socialmente más interactivos, que nunca.

A pesar de todo esto, sin embargo, la polémica fundamental se mantiene: las poblaciones humanas construyen códigos de conducta moral

que son violados por individuos que sobreponen sus deseos personales por encima de las reglas de la sociedad. Como hemos visto, algunas historias de tales violaciones, de manera rutinaria atrapan la atención absorta de las audiencias de los medios; algunas veces incluso en el ámbito mundial. La negociación de estándares morales es un proceso social interminable, que se facilita, de manera nada despreciable, por las imágenes provocativas y los discursos de escándalo en los medios. Ignorar o sobrestimar el papel de los medios en el escándalo al interior de las sociedades modernas, es perder de vista un fenómeno vital y notable de forma creciente. En efecto, en el acelerado y dependiente de los medios mundo en que vivimos, ¿podríamos siquiera discutir en contra de la propuesta de que el escándalo en los medios es una frontera crucial para el pensamiento moral y para la toma de decisiones? ¿Podemos evitar considerar tomar en serio al escándalo en los medios?



## Notas y referencias bibliográficas

- \* El presente artículo apareció por vez primera en: Lull, James & Hinerman, Stephen (eds.) (1997). *Media Scandals: Morality and Desire in the Popular Culture Marketplace*. Cambridge, UK: Polity Press; New York: Columbia University Press.

### Bibliografía

- Beck, U. (1992). *Risk Society*. London: Sage.
- Boethius, U. (1995). "Youth, the media, and moral panics", en J. Fornas and G. Bolin (eds), *Youth Culture in Late Modernity*. London: Sage.
- Cohen, S. (1989). *Folk Devils and Moral Panics: The Creation of the Mods and Rockers*. Oxford: Blackwell.
- Fiske, J. (1989). *Understanding Popular Culture*. Boston: Unwin-Hyman.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity*. Cambridge, UK: Polity Press, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Gideens, A. (1992). *The Transformation of Intimacy*. Cambridge, UK: Polity Press; Stanford, CA: Stanford University Press.
- Goffaman, E. (1959). *The Presentation of the Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- Johnson, R. (1986), "The Story so Far: And Further Transformations", en D. Punter (ed.), *Introduction to Contemporary Cultural Studies*. London: Longman.
- LaClau, E. (1990). *New Reflections on the Revolution of Our Time*. London: Verso.
- Lull, J. (1995). *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Cambridge, UK. Polity Press, New York: Columbia University Press.
- Lull, J. (1997). *Medios, comunicación, cultura: aproximación global*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- McRobbie, A. (1994). *Postmodernisms and Popular Culture*. London: Routledge.
- McRobbie, A. And Thornton, S. L. (1995). "Rethinking 'Moral Panic' for Multimediated Social Worlds". *British Journal of Sociology* 46: 4(559-74)
- Meyrowitz, J. (1985). *No sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press.
- Newcomb, H. And Hirsch, P. (1987). "Television as a Cultural Form", en H. Newcomb (ed), *Television: The Critical View*. New York: Oxford University Press.
- Oxford English Dictionary* (1989). Prepared by J. A. Simpson and E.S.C. Weiner, 2nd edn., vol. 14. Oxford, UK: Clarendon Press.

- Pearson, G. (1983). *Hooligans: A History of Respectable Fear*. London: Macmillan.
- Reimer, B. (1995). "The Media in Public and Private Spheres", en J. Formas and G. Bolin (eds), *Youth Culture in Late Modernity*. London: Sage.
- Tebbel, J. (1974). *The Media in America*. New York: Thomas Y. Crowell.
- Thompson, J. B. (1995). *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Cambridge, UK: Polity Press, Stanford, CA: Stanford University Press.
- Thornton, S. L. (1995). *Culture: Music, Media, and Subcultural Capital*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Watney, S. (1987), *Policing Desire: Pornography, AIDS and the Media*. London: Methuen.
- Young, J. (1971). *The Drugtakers: The Social Meaning of Drug Use*. London: Paladin.

Traducción al español del artículo en inglés "The Search for Scandals", de Ana Josefina Cuevas Hernández; revisada por Genaro Zenteno, Programa Cultura, Universidad de Colima.