

# Quan la informació es plega a l'espectacle

■ Roger Pascual

El tractament de l'agonia i mort de Rocío Jurado va tornar a evidenciar la tendència dels mitjans de comunicació a l'espectacularització.

Professionals del sector adverteixen del risc que els espais informatius es vegin cada cop més envaïts per la premsa rosa i de l'estratègia de les cadenes privades de desdibuixar les fronteres que separen programes d'entreteniment i informatius.

L'1 de juny el president del Govern espanyol, José Luis Rodríguez Zapatero, intentava justificar la trobada entre el PSE i Batasuna; el jutge de l'Audiència Nacional Fernando Grande-Marlaska deixava en llibertat el líder de la il·legalitzada Batasuna, Arnaldo Otegi, i set membres més de l'esquerra *abertzale* als quals havia acusat de reiteració delictiva en la integració a banda armada; la consellera d'Interior de la Generalitat, Montserrat Tura, reconeixia que, respecte al primer semestre de l'any anterior, s'havia duplicat el nombre de robatoris silenciosos a llars catalanes; Luis Aragonés convocava Mariano Pernía per substituir el lesionat Asier del Horno a la convocatòria de la selecció espanyola per al Mundial d'Alemanya. Però tots els noticiaris de ràdio i televisió i els diaris de l'endemà coincidien en prioritzar la mort de Rocío Jurado. L'agonia i la mort de la cantant de Chipiona –afectada des de feia temps per un càncer de pàncrees– va donar lloc a moltes hores i pàgines d'informació que, per moments, va adquirir caires necròfils.

“Personalment penso que es va donar un tractament desproporcionat a la notícia, atesa la importància i la transcendència de la mateixa”, assegura Jordi Casino. Per al cap de

Societat i Cultura de COMRàdio el fet que se seguís des d'una setmana abans del succés el patiment d'una malalta i de la seva família des d'una òptica “morbosa” no està informativament justificat. La seva emissora, com la majoria de ràdios i televisions, es va veure arrossegada per l'espiral i va acabar donant més minuts dels que haurien donat en condicions normals. Casino reconeix obertament que el principal escull amb el qual xoquen els mitjans de comunicació és que, massa sovint, prefereixen rebaixar la seva personalitat pròpia i amagar-se en el ramat per desmarcar-se de la resta: “El que més m'inquieta és que m'adono que, en alguns casos concrets, no som conscients del que estem fent; més que d'acord amb criteris informatius, estem funcionant des del seguidisme. Hi ha fenòmens d'un component totalment morbós que acabes veient-te obligat a donar per la competència entre mitjans. I a remolc els uns dels altres acabem inflant notícies i entrant en aquest circ”.

Això sí, tot i admetre que és molt difícil poder abstrure's de la pressió de les televisions privades, que, cada cop més, semblen marcar la línia com a creadors d'opinió sobre què es o no notícia, revela que el secret es troba en poder brindar un enfocament de la





Roda de premsa de Rocío Jurado el dia que va anunciar als mitjans de comunicació que patia de càncer. Foto: agències

matèria diferent dels que viuen de les bilis i misèries alienes: "Ja que no et queda més remei que parlar de segons quins temes, almenys hem d'intentar ser molt curiosos i respectuosos, informar estrictament del que està passant". A Casino li resulta molt preocupant constatar que el cas Jurado és només un símptoma d'una malaltia cada cop més estesa a la professió i que amenaça amb desbordar els discs de contenció que, fins ara, havien estat els serveis informatius: "Passen moltes més coses al món que segur que ens interessarien si li dediquéssim tres o quatre minuts. Informacions locals de coses que

molta gent estaria encantada que els acostéssim, però que mai tenim temps d'oferir perquè sempre estem pendents de no oblidar-nos de parlar del mateix que fan els altres".

**Les xifres deixen clar que són les cadenes que venen més espectacle les que després gaudeixen d'una major audiència**

En aquest punt és quan sobrevola l'eterna pregunta de si s'ha de donar al públic el que demana o si aquest acaba demanant el que se li ofereix. "Encara que no ens ho volem creure, a la gent els agrada aquests espec-

tacles televisius; a las proves em remeto: les cadenes que més espectacle venen, són les que gaudeixen d'una major audiència", recorda Ernest Maymó. Responsable de Societat dels Serveis Informatius de TV3, considera, però, que en la cursa desenfundada per captar audiència tot no està

permès i denuncia que hi ha determinats cops de colze i diverses baixeses que se surten d'una competència lleial. "Encara que l'audiència és important, i que d'ella vivim, per atreure-la no és tot lícit". Maymó té





La cantant Isabel Pantoja i la seva parella, Julián Muñoz, són dos habituals dels *mass media*. Foto: Emilio Castro

molt clar on és la seva frontera: "Si vols informació no pots donar espectacle; per tant tot el que tingui una pàtina d'espectacle ho has de canviar". Es dóna la circumstància que TV3 és l'única cadena que no té un programa específic dedicat a la premsa del cor.

La pedra filosofal, com remarca, és tenir clar qui marca les seves fites: "Cadascú ha de saber establir el seu límit i si s'atreveix a creuar-lo, allà ell amb la seva consciència; això sí, si s'ha passat de la ratlla, s'ha de denunciar". En aquest aspecte no dubta en assenyalar les infàmies que algunes cadenes privades han comès amb l'agonia, mort i enterrament de la Jurado: "És absolutament indignant el que s'ha produït. Que tres dies abans ja estiguessin com voltors anunciant la seva mort i de la manera que ho presentaven no té justificació de cap tipus. Els responsables

d'aquests mitjans són uns immorals si no són capaços de veure fins a on els ha dut la seva irresponsabilitat". Aquí Maymó no discrimina entre el tractament que s'ha donat als informatius i als programes d'entreteniment: "Encara que es tracti d'un magazín, no és de rebut que s'estigui explotant

**TV3 és l'única cadena que no compta amb un programa específic dedicat a la premsa del cor**

d'aquesta forma l'agonia d'un ésser humà i de la seva família". El problema és que, sobretot en l'àmbit televisiu, s'està produint una americanització dels continguts: "Aquí sempre seguim les modes o corrents que es produeixen als EUA, més per desgràcia que per sort la majoria de vegades. Penso que és saludable aprendre de l'experiència dels altres

països i importar moltes de les coses que funcionen i poden ser interessants però no, com desgraciadament succeeix, dedicar-nos a reproduir els pitjors defectes".

#### **EL CAS ALCÀSSER**

Si hi va haver un fet que va alterar definitivament les regles del joc va ser, sens dubte, el cas Alcàsser. L'acostament que, des del programa *De tú a tú*, Nieves Herrero va fer de la desaparició de les joves Miriam, Toñi i Desirée va marcar un punt d'inflexió en la història dels mitjans de comunicació, en general, i de la televisió, en particular. En el seu seguiment de la tragèdia, l'espai d'Antena 3 va aconseguir ser líder d'audiència en la franja d'hora punta quan, el gener de 1993, va oferir un especial des de la localitat valenciana on no va escatimar



primers plans dels dolor dels familiars (en especial de Fernando García, pare de Miriam) amanits amb informacions tan morboses com tendencioses. Un filó que explotaria també Pepe Navarro en els seus xous *late night* *Esta noche cruzamos el Mississippi* i *La sonrisa del pelícano*,

### Al quiosc les publicacions serioses i les de la premsa rosa estan diferenciades mentre que a la televisió això s'està perdent

programes on es mortificaria els pares de les desaparegudes, que havien d'escollar estoicament com suposats experts en criminologia es dedicaven a conjecturar sobre les barbaritats de les quals havien estat víctimes les seves filles.

Com apunta Manel de Luna, cap de la secció de Ràdio i Televisió d'*El Periódico de Catalunya*, tot i la sanció més o menys generalitzada de tota la professió, aquell episodi va demostrar que allò funcionava. "Em fa molta gràcia quan alguns programadors es justifiquen dient que les audiències demostren que això és el que vol veure la gent. Doncs que es dediquin a emetre ajusticiaments en directe, que quan es feien a la plaça

### El pes creixent de l'espectacle en la informació televisiva ve donat per l'americanització dels continguts

del Rei també tenien molt audiència". Sense citar noms, evoca els casos d'editors que asseguren que saben fer informatius que tinguin major audiència, però que per deontologia fugen de l'efectisme: "És qüestió de tenir clara la línia editorial que vols seguir. Cada mitjà és un món per si mateix i ha de saber valorar per on ha d'anar. Ha de decidir què té més

interès per a la seva audiència: un acord ministerial, la mort de 20 subsaharians que anaven dins d'un cayuco o un concurs de biquinis". Segons De Luna, la clau en casos com el de la defunció de la cantant és trobar "el punt mig en el qual no hi hagi falta d'informació, però tampoc provoqui una vergonya necròfila". Per al cap de Ràdio i Televisió d'*El Periódico*, "sempre que hi hagi una càmera pel mig hi haurà sensació

d'entrar en la intimitat de la gent, però la mort de persones amb projecció pública, sigui Rocío Jurado o Giscard d'Estaing, s'ha de cobrir: el problema és en quines condicions es fa aquesta feina".

Com De Luna diagnostica, la televisió és "el mitjà menys diferenciat i que més comercialitza el que pot ser d'interès". I quan el pastís publicitari és tan llaminer, és molt més senzill que s'aparquin els principis ètics que haurien de regir la bona praxis informativa. Per a ell l'arrel de tots els conflictes radica en el salt de la premsa groga al món audiovisual: "Quan tu vas al quiosc tens clarament diferenciades el que són les revistes del cor dels diaris. El que passa amb

la televisió és que no hi ha diferenciació entre espais informatius i programes. I això confon la majoria de la gent, que no és capaç de distingir un telenotícies d'un *Salsa Rosa*".

Aquesta és doncs una frontera poc clara que determinades cadenes es dediquen a difuminar contínuament i interessadament: "Ara es considera periodista tot aquell que surt per televisió. A Madrid hi ha un fort debat sobre si se li ha donat el carnet de periodista a Coto Matamoros. On és el límit?".

## El risc de la teleporqueria

En unes jornades celebrades el desembre de 2004, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) ja va advertir del risc que suposava el progressiu augment de la teleporqueria, bàsicament concentrada en la programació anomenada "del cor". Una de les conclusions fonamentals consensuades durant la trobada va ser que "la llibertat no és l'únic valor que cal respectar". D'acord amb les recomanacions del CAC, a més de vetllar per la llibertat d'expressió i d'informació, els mitjans haurien de saber respectar també la dignitat i la intimitat de les persones: "Quan les televisions fan un ús irrespectuós de la intimitat de determinats personatges, tant si aquestes persones han consentit com si no, es menysprea públicament el valor de la intimitat i de la dignitat de la persona. Es confon l'audiència sobre el valor que cal donar a cada cosa i es degrada la protecció del principis ètics i bàsics de la persona i de la seva dimensió social", dictaminava el document.

En aquest sentit, i enmig de la forta polèmica política sobre la necessitat o no de regulació del mercat televisiu per frenar la degradació tant en els temes com en els acostaments als mateixos que es realitzaven en determinades cadenes, el CAC recordava que "els operadors de televisió, siguin públics o privats, han d'abstenir-se de programar tot allò que pugui vulnerar els drets fonamentals de les persones i pugui perjudicar seriosament el desenvolupament físic, mental o moral dels menors".