

Xavier Obach Domenech Periodista

■ La violencia en los informativos de televisión

La imagen impactante o violenta se ha convertido en criterio informativo, independientemente del hecho periodístico que le da cobertura. El autor de este artículo expone algunas de las causas más importantes del aumento de la violencia en los informativos. Las principales razones giran alrededor de las leyes del mercado. Pero también hay que pensar en qué es lo que nos atrae de las imágenes espectaculares y morbosas. Las imágenes impactantes provocan emociones fuertes y, en cierta forma, la acumulación de éstas puede alterar nuestra capacidad de relacionarnos con el mundo real.

■ Violence in televised information programmes

The impactful or violent image has become the information criterion independently of the news event it covers. The author of this article expounds some of the main causes of the increase in violence in news programmes. The main reasons revolve around the laws of the market place. But we must also think about how spectacular and gruesome images appeal to us. Impactful images provoke strong emotions and a steady diet of these images can somehow alter our ability to relate with the real world.

■ La violence dans les journaux télévisés

L'image impactante ou violente est devenue un critère d'information indépendamment du fait journalistique qui lui donne une couverture. L'auteur de cet article donne quelques-unes des principales causes de l'augmentation de la violence dans les journaux télévisés. Les principales raisons tournent autour des lois du marché. Mais il faut aussi réfléchir à ce qui nous attire dans les images spectaculaires et morbides. Les images impactantes provoquent des émotions fortes et d'une certaine manière, leur accumulation peut altérer la capacité de nos relations avec le monde réel.

Ràfega d'entrada bloc internacional. El presentador de l'informatiu de televisió fa un posat més greu del normal i mira fixament la càmera: «Les imatges que veuran tot seguit han estat enregistrades per un aficionat i són molt dures, són imatges que en qualsevol cas els infants no haurien de veure...». La família que mira el televisor a l'hora de sopar deixa la cullera en suspensió entre la boca i el plat ... els infants també. Potser la mare ha dit: «Nen, no miris» però el nen segueix embadalit davant del soldat que ensorra un tret sobre el front d'un traïdor, un jove que es llança des d'un gratacels en flames per morir sobre el camió dels bombers, unes fotografies de dones amb els pits seccionats repartides per Amnistia Internacional per denunciar la tortura. El pare sentència: «No entenc com deixen emetre aquestes coses a l'hora de sopar». «I ara els esports» anuncia el presentador amb una cara més relaxada. El nen no s'ha espantat tant com el presentador havia donat a entendre. «Demà, més», pensa.

És veritat, demà més. Ahir n'hi havia menys d'imatges violentes als informatius de televisió, ara en canvi tenim la seguretat que demà en veurem més.

Notícies impactants o imatges impactants?

Imatges periodístiques violentes n'hi ha hagut sempre, es van publicar fotografies molt fortes durant la Guerra Civil espanyola, es van emetre imatges esgarrifoses dels camps d'extermini nazis o de les catàstrofes naturals dels anys 60 i 70. La diferència entre la situació anterior i l'actual té a veure amb el criteri informatiu que s'ha fet servir per seleccionar-les. Abans el que podíem veure eren imatges impactants de la notícia ... ara un fet es converteix en notícia pel fet que disposem d'imatges impactants, encara que el fet sigui d'aquells que són sistemàticament descartats en els consells de redacció.

Una inundació al sud-est asiàtic amb 200 morts tindrà moltes dificultats per ser seleccionada com a

notícia, però si tenim imatges de la tragèdia d'una família amb dos nens atrapada dins d'un cotxe enmig del riu que mor ofegada entre els crits dels seus familiars, obrirà l'informatiu. Probablement el presentador dirà: «Imatges com aquesta són un exemple de les greus inundacions de les quals els informarem tot seguit», quan, si fos sincer, hauria dit: «Aquestes imatges tan impactants han succeït al sud-est asiàtic en unes inundacions que no tenen el més mínim interès informatiu. Passem a altres temes».

És un signe del temps: La imatge impactant-violenta convertida en criteri informatiu pel simple fet d'existir, independentment del fet periodístic que li doni cobertura o fins i tot en oberta contradicció amb els criteris periodístics tradicionals. (Aquest és el cas de la selecció com a notícia d'un fet que va passar fa mesos o fa anys que és considerat notícia pel fet que es donen a conèixer imatges del fet. Cosa que xoca amb el criteri d'actualitat que tradicionalment ha imperat en qualsevol mitjà informatiu).

Causes concretes de l'augment de la violència

Com hem arribat fins aquí? Què ha passat en els darrers anys perquè hi hagi més imatges violentes que abans als informatius de televisió? La resposta a aquesta pregunta té diferents aspectes que cal anar sumant.

Hi ha més càmeres que abans: La gravadora domèstica s'ha popularitzat arreu del món industrialitzat. A Espanya, fa deu anys, els propietaris de càmeres domèstiques no passaven de 70.000. ara són més d'un milió i mig, a un 15% de les llars hi ha una càmera. Si hi ha més càmeres repartides per les cases és més senzill captar els primers moments de confusió i desesperació que passen quan acaba d'esclatar una bomba. També és probable que algú des de la platja hagi enregistrat l'incendi d'una motora. D'entre els milers d'hores que tots els propietaris de càmeres graven cada dia és probable que hi hagi alguna imatge impactant o sorprenent.

És més fàcil distribuir que abans. Les agències de distribució d'imatges emeten més que mai. No fa gaire temps, l'única agència d'imatges que es feia servir a Espanya eren els «intercanvis» d'Eurovisió. Ara hi ha on triar. Les tarifes d'ús dels satèl·lits s'ha reduït, Reuters, Visnews i AP-TV farceixen els canals de

televisió amb centenars de minuts d'imatges en brut lliures de drets per als abonats. També cal comptar amb els canals 24 hores de notícies que són utilitzats per emissores petites com a font d'imatge que abans no tenien. Ara és més fàcil que una imatge espectacular s'escampi arreu del món.

Hi ha més mercat per a la imatge espectacular. Gairebé tots els països tenen un programa o més que viuen de repetir imatges punyents i espectaculars. N'hi ha un que triomfa als canals del continent Americà en castellà que arrenca la seva secció més gruixuda amb un contundent *Así está el mundo*. Aquí no ens podem queixar. Tenim accés a mitja hora diària d'imatges TV en un horari que no fa tant de temps estava reservat per a *Barrio Sésamo*. Programes com aquest paguen prop de 50.000 pessetes per seqüència emesa als aficionats que els les fan arribar. Comprant imatges a preu de rebaixes tot l'any i amb un decorat de realitat virtual s'omplen trenta minuts diaris de pressupost mínim i rendibilitat publicitària màxima.

Les emissores de televisió generalistes travessen, de l'aparició de les cadenes privades (1990), una crisi econòmica greu que les força a establir una forta competència entre elles a la recerca de més ingressos, és a dir, de més audiència.

Hi ha menys vergonya que abans a l'hora d'emetre aquesta mena d'imatges. Abans, quan la informació a la televisió es mesurava fent servir criteris com credibilitat o fiabilitat, els editors intentaven que el seu producte no es quedés marcat com a frívol i tenien més en compte factors com el prestigi de la cadena. Per això hi havia certa tendència a no abusar d'aquest producte o a retirar de les seqüències violentes les imatges més explícites i impactants. Ara que el prestigi dels informatius es mesura en punts d'audiència, la recerca de l'èxit ha acabat també fent la seva entrada en les redaccions dels programes informatius. Les pujades i les baixades d'espectadors es viuen amb la mateixa passió que hi ha entre els equips de producció de les telesèries. La difícil situació financera de les cadenes i la incertesa respecte al futur laboral de cadascú fan la resta. Si l'espectacularitat ven, l'espectacularitat és bona. No són pocs els responsables dels informatius que viuen aquesta situació amb resignació o amb palesa incomoditat; tot i això l'accepten.

En aquesta quadratura ha lliscat un argument que té vida pròpia. El conjunt de: oferta d'imatges / distribució eficaç / punt de venda / benefici econòmic necessita d'un factor clau que s'escapa del control industrial del producte audiovisual informatiu, la nostra llibertat d'escollir.

Entre els sentiments i la morbositat

Què ens atrau tant de la imatge espectacular? De debò som tan morbosos? Som així o ens han fet així?

Com a aportació al debat he optat per fer una mica d'introspecció en els meus gustos televisius: Detesto Impacto TV, però he de reconèixer que no apago el televisor immediatament, espero per veure com acaba la seqüència que m'estan ensenyant. No m'agraden els toros, però la segona setmana de juliol faig una pausa en l'esmorzar per veure en directe l'«encierro» de les festes de San Fermín. Sóc un fan de les motos i vibro amb els pilots catalans que lluiten per les primeres posicions, però si a la meitat de la carrera hi ha una caiguda vull tornar a veure la repetició. Finalment, si un presentador d'un informatiu diu: «Aquestes imatges no les haurien de veure els nens», em giro cap al televisor.

M'he tornat mig esquizofrènic? Sóc un assassí en potència? Sóc un camp de batalla de pulsions freudianes? Què fa que vulgui veure el que detesto?

L'única explicació raonable que trobo és adonar-me que les imatges impactants em provoquen sensacions fortes. Tensió a les carreres de motos, sensació de risc en l'«encierro», curiositat i horror en el cas d'Impacto TV, dolor si veig un cas de tortura en un informatiu. Tensió, risc, curiositat, dolor ... No vull avergonyir-me per sentir tot això. Són sentiments que formen part de l'essència dels éssers humans. No vull que ningú m'obligui a ignorar aquests sentiments en nom dels corrents intel·lectuals dominants ni del «televisivament correcte». He après a estimar els meus sentiments i les meves contradiccions, aprecio el debat i la reflexió sobre ells, però sóc contrari als que volen imposar la fredor de la seva racionalitat sobre si mateixos i sobre els sentiments dels altres.

El darrer element a tenir en compte està relacionat amb la suma acumulativa que anem fent en la nostra ment a base d'anar incorporant minuts d'assassinats, dones torturades, tragèdies naturals i impactes de tota

mena. Fins a quin punt podem estar segurs que aquesta progressió a l'infinit d'emocions fortes no està afectant la nostra visió del món? Podem garantir que la nostra sensibilitat envers el patiment dels altres queda intacta després de veure tantes imatges de patiment? Estem alterant d'alguna manera la nostra capacitat de relacionar-nos amb el món real quan anem «fent crosta» a base d'impactes que curteixen els nostres sentiments? Si la televisió informativa està pujant el llindar de percepció respecte al que és violent, excepcional i intolerable ... fins a quin punt no està afavorint conductes violentes qualificades de normals i tolerables donat que cada dia apareixen als informatius?

La violència com a esquer

Intentant lligar tots aquests elements, la situació queda així. El material que ens impacta emotivament fa que ens estiguem més estona davant del televisor i en conseqüència que més gent vegi la següent franja d'anuncis. Com més punts de rating aconseguixi aquesta franja (GRP), més cars seran els anuncis i més diners ingressarà l'emissora que ha emès el material impactant. En resum: les cadenes de televisió fan servir les imatges impactants de fets violents com a esquer que ens reté dins la xarxa i els fa aconseguir més diners. L'apartat de conseqüències per a la població de l'acumulació d'imatges impactants no entra en aquest resum, simplement perquè no es té en compte.

L'entrada dels informatius en la lògica comercial fa que sigui molt pessimista respecte a la possibilitat d'esperar canvis. No es tracta de raons polítiques negociables o d'empreses sanejades que poden plantejar-se prescindir de part dels seus ingressos. Es lluita fins a la darrera pesseta en un entorn de tants-en-tens-tant-vals i els criteris ètics es valoren francament poc darrerament.

Si la condemna irreflexiva diu: «Deixeu d'emetre imatges violentes perquè no està bé que ho feu», la condemna reflexiva ha d'anar més lluny: «Ja n'hi ha prou d'utilitzar les desgràcies de les persones amb ànim de lucre / Ja n'hi ha prou de recórrer als nostres sentiments sense restriccions / Ja n'hi ha prou d'ignorar la responsabilitat dels informatius de televisió en la percepció del món real».

Insisteixo que sóc francament pessimista. La lògica del mercat supera fins i tot els editors i directius que la utilitzen. Des de fa anys refugio les meves esperances respecte a una relació més sana entre la televisió i la societat en l'esforç educatiu. S'estan produint canvis molt esperançadors en la legislació educativa, en l'interès del professorat per formar-se en el llenguatge dels mitjans i també en els alumnes. A tot arreu on s'ha començat a treballar a l'aula el llenguatge de la televisió com un factor essencial de les àrees de llengua, coneixement del mitjà o expressió, els resultats han estat molt positius. En general, els joves dels darrers cursos de secundària de les noves generacions són molt receptius al debat sobre els mitjans de comunicació. La lògica que fan servir, si se'ls facilita informació seriosa sobre el funcionament de la indústria de la televisió, està molt més a la vora del pensament crític del que s'acostuma a dir quan es parla d'ells.

Al capdavant d'un procés formatiu continuat en aspectes com la televisió informativa és molt probable que haguem incidit ben poc en els hàbits televisius dels alumnes i que segueixin essent espectadors d'impactes televisius diversos. No hem de confondre els objectius. No es tracta de fer de les noves generacions clònics dels gustos dels seus professors o dels seus pares. Si comencem la formació en els mitjans de comunicació condemnant els que són els sentiments espontanis dels espectadors i creant culpabilitat en el que reconeix que li agrada un producte que és mal vist pel pensament intel·lectual dominant, el més probable és que la televisió ens guanyi la partida. La finalitat és aconseguir una relació més transparent amb la televisió. «Jo sé el que és el que tu m'estàs venent i he après a no fiar-me del tot de tu». El xip de la sospita raonable ens fa dubtar, ens convida a buscar noves fonts d'informació i de passada ens fa una mica més persones. **X.O.**