

JOSEP MARIA CASASÚS*

Llàgrimes de cocodril per la princesa perduda



Encara es troba en algunes llibreries la versió catalana de 'Diana, her true story', del periodista anglès Andrew Morton, un dels principals especialistes en la família reial britànica. La publicació d'aquest llibre, fa cinc anys, va provocar el divorci de Carles d'Anglaterra i Diana de Gal·les, el començament de la fi.

Els *paparazzi* són responsables de la mort de Diana de Gal·les? Aquesta és la pregunta que a tot arreu del món s'ha plantejat molta gent des del mateix diumenge 31 d'agost al matí, quan les agències i els mitjans de comunicació ens ennovaren de l'accident esdevingut de matinada sota un pont de París.

Tots els detalls que s'han esventat fins ara empenyen a admetre que el comportament d'alguns dels fotògrafs de premsa que aquella nit seguien la princesa britànica va contribuir a l'esdevenença d'aquell accident mortal.

Manquen encara per difondre o per escatir uns altres resultats de la investigació de la policia sobre condicions pre-existents, com les relatives a l'estat del vehicle concret que duia la princesa i els seus acompanyants, i l'estat del paviment. Però sabem que el cotxe circulava a uns 196 quilòmetres l'hora, que el xofer anava torrat, i que Diana i el seu amic no s'havien posat el cinturó de seguretat. Per completar aquest quadre de factors premonitoris, un estol de *paparazzi* motoritzats seguien o rodejaven l'automòbil que es va esclafar contra el piló d'una via soterrada al costat del Sena.

No es pot negar que l'actuació concomitant de reporters va contribuir, en alguna mesura difícil de precisar, al fet que s'esdevingués l'accident. I s'ha d'admetre que el comportament d'aquells qui no tractaren d'auxiliar les víctimes agreuja l'avaluació moral i jurídica del fet. Alguns d'ells sembla que estaven més interessats a obtenir instantànies dels efectes de la tremenda topada que no en les exigències humanitàries del moment.

El cercle viciós del sensacionisme. Però no és just de menystenir que la part de culpabilitat que correspon als *paparazzi* és compartida per molts altres agents que participen en el procés del sistema comunicatiu sensacionalista. És una hipocresia focalitzar només en els reporters gràfics la perversitat d'aquest sistema. Damunt les planes de la premsa sensacionalista, com davant els recep-



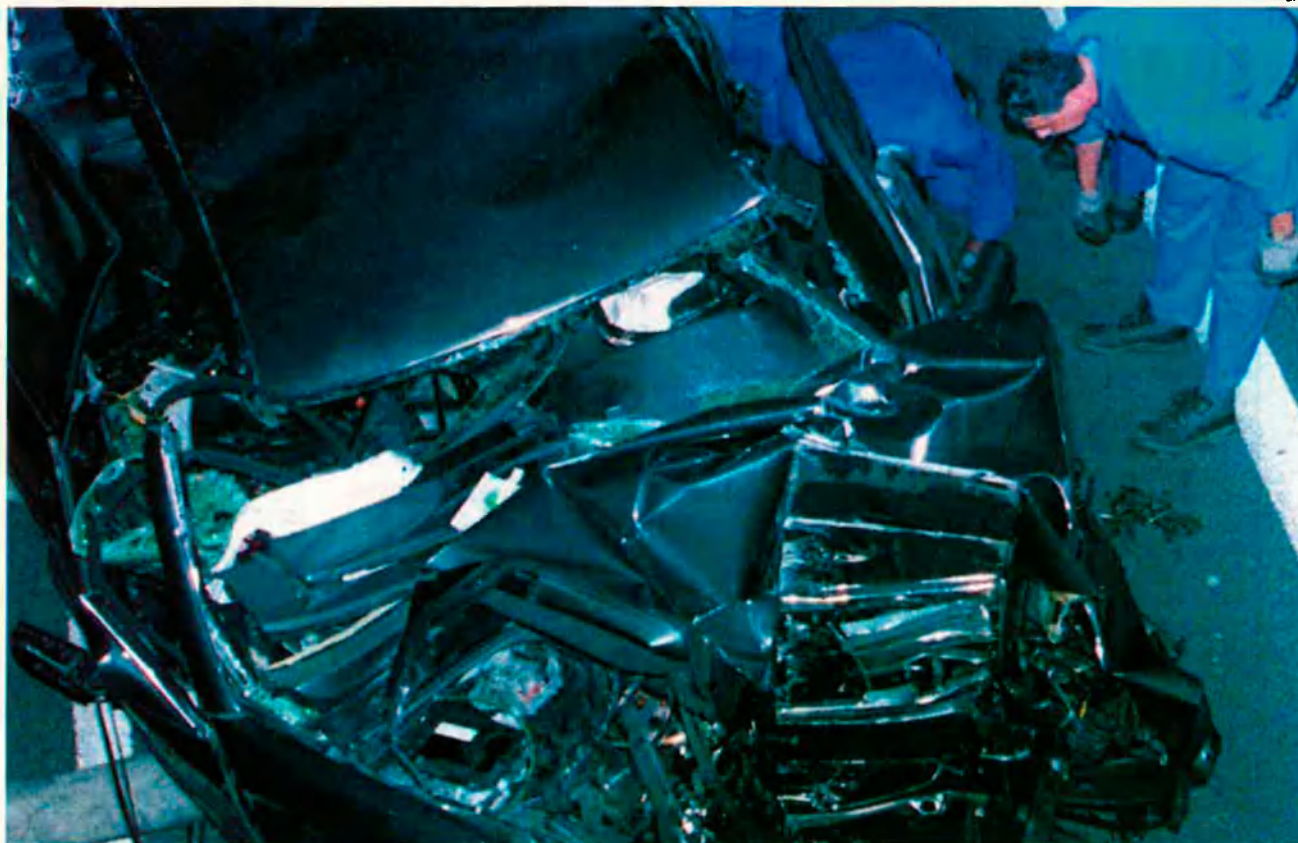
tors de televisió que emeten programes-escombraria, cauen cada dia milions de llàgrimes de cocodril, l'animal que plora mentre engoleix les seves víctimes.

El sistema sensacionalista funciona mercès a un engranatge tancat i precís que es posa en marxa mitjançant l'acoblament necessari de les seves diverses peces. Si alguns fotògrafs d'agències i de premsa treballen amb els mètodes

aclaparadors dels *paparazzi* és perquè hi ha una indústria del sensacionisme que paga el seu treball. I si aquesta indústria prospera és perquè hi ha milions de persones que compren els diaris i les revistes que produeix. Només a la Gran Bretanya es venen cada dia més de deu milions d'exemplars dels diaris anomenats "tabloides" –l'espècie més característica del gènere sensacionalista.

Hi ha una altra peça essencial que fa que el sistema rutlli. Són els protagonistes d'aquestes històries fotogràfiques. És la gent famosa, convertida en mites de la contemporaneïtat. Membres de la reialesa i de l'aristocràcia, actors i actrius, esportistes i presentadors de televisió, banquers i negociants, *playboys*, *gigolos* i amants indiscretos participen en un joc mediàtic que els afavoreix i els beneficia. És un joc perillós: li deuen de bon tros la celebritat, però en pateixen també uns efectes secundaris que poden acabar devorant-los.

Les lleis del sensacionisme. El sistema universal sensacionalista i la seva indústria transnacional obeeixen a una dinàmica empesa per unes lleis socials i periodístiques que alimenten uns criteris professionals. La primera d'aquestes lleis és la de satisfer les necessitats subjectives dels ciutadans i no pas les necessitats objectives. Des de la perspectiva d'aquells qui alimenten el sistema sensacionalista, no es tracta de captar preferentment les notícies o els fets que el públic *ha de saber* (necessitats objectives), sinó aquelles que el públic *vol saber* (necessitats subjectives). Aquesta distinció diferencia, en un primer estadi, els com-



EFE



MIREIA MARGENAT

portaments del periodisme responsable del periodisme sensacionalista en el moment d'establir prioritats en la tasca de seleccionar i valorar els esdeveniments i les tendències de l'actualitat.

El periodisme sensacionalista s'imposa com a únic objectiu de sadollar la gana d'amenitat, tafaneria i morbositat. I també l'apassionament pels conflictes d'amor-odi, i per les rivalitats i confrontacions que es projecten preferentment en els esports de competició col·lectiva. El sensacionalisme explota a fons els ressorts de l'espectacularitat, la personalització i l'excelsitud, i es deleix per les exclusives. És una tècnica professional que obeeix a una retòrica de les emocions, de les passions, de la superficialitat i la frivolitat, contra la retòrica del rigor, la serenitat, el benestar i la solidaritat que preval en el periodisme responsable.

En nom dels principis sensacionalistes, emparats en la coartada que el públic ho demana, els seus agents i la seva indústria defensen el dret de captar i propagar tot allò que s'esdevé, el d'explotar totes les emocions i el d'entrar en totes les intimitats. Només es pot combatre aquest fenomen des d'una perspectiva de regeneració ètica integral. Una ètica que ens afecta a tots: els protagonistes de l'escenari mundà, la indústria comunicacional, el públic receptor dels mitjans de comunicació i, no cal dir-ho, sobretot els periodistes.

* Degà dels Estudis de Periodisme de la UPF

Imatge del cotxe estavellat en què van morir Diana i el seu company Dodi al-Fayed: "El periodisme sensacionalista s'imposa com a únic objectiu de sadollar la gana d'amenitat, tafaneria i morbositat", opina Josep Maria Casasús.