



Centre adscrit a la



Grau en Mitjans Audiovisuals

**SENSACIONALISME ALS MITJANS:
EL CAS DEL NEN GABRIEL**

Memòria

PAU MINELLA SIVILL

TUTORA: AINA FERNÀNDEZ ARAGONÈS

CURS 2018-19



Dedicatòria

A tu, tot, tothom.

Resum

El present treball busca realitzar un estudi i anàlisi sobre l'aparició del sensacionalisme i l'espectacularització dels fets noticiosos en televisió. Per fer-ho, es realitza un estudi de cas concret a dos canals diferents: TV3 i Telecinco. El cas escollit és el de l'assassinat de Gabriel Cruz l'any 2018. L'estudi confirma la presència d'aquests recursos, molt més en els programes de Telecinco, incomplint en gran part les recomanacions d'ètica i bones pràctiques que es plantegen des de diversos òrgans de control audiovisual.

Resumen

El presente trabajo busca realizar un estudio y análisis sobre la aparición del sensacionalismo y la dramatización de los hechos noticiosos en televisión. Para hacerlo, se realiza un estudio de caso concreto a dos canales diferentes: TV3 y Telecinco. El caso escogido es el asesinato de Gabriel Cruz el año 2018. El estudio confirma la presencia de estos recursos, mucho más en los programas de Telecinco, incumpliendo en gran parte las recomendaciones de ética y buenas prácticas que se plantean desde varios órganos de control audiovisual.

Abstract

The present work seeks to conduct a study and analysis on the appearance of sensationalism and the dramatization of news events on television. To do so, a specific case study is conducted to two different channels: TV3 and Telecinco. The case chosen is the assassination of Gabriel Cruz in 2018. The study confirms the presence of these resources, much more in Telecinco's programs, largely in breach of the recommendations of ethics and good practices that arise from various audiovisual control bodies.

Índex

Índex de figures	III
Índex de taules.....	V
1. Introducció	7
2. Marc teòric	9
2.1. El periodisme	9
2.1.1. El concepte periodisme: què és, context històric i actualitat.....	9
2.1.2. El periodisme de successos	12
2.2. Les notícies i els gèneres periodístics	14
2.2.1. Notícies.....	14
2.2.2. Els gèneres periodístics	16
2.3. Ètica i bones pràctiques	21
2.3.1. El Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya.....	22
2.3.2. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya i les seves recomanacions	25
2.3.3. I a la resta d'Espanya?	29
2.4. Sensacionalisme i espectacularització	30
2.5. Els mitjans de comunicació	31
2.5.1. Mitjans públics i privats	33
2.5.2. Telenotícies i magazins	36
3. Objectius i abast.....	39
3.1. Objectius	39
3.2. Abast.....	39
4. Anàlisi de referents	41
4.1. Referents en la idea.....	41
4.2. Referents en el mètode.....	44

4.3.	Altres casos de desaparicions	46
5.	Metodologia	51
5.1.	Estudi de cas	51
5.2.	Anàlisi de contingut.....	52
5.2.1.	Confecció de la mostra	53
5.2.2.	Temporalitat de la mostra.....	54
5.2.3.	Variables d'anàlisi.....	54
5.3.	Entrevistes	59
6.	Anàlisi i resultats.....	61
6.1.	Telenotícies Vespre	62
6.2.	<i>Informativos Telecinco</i>	64
6.3.	Comparació entre els informatius.....	70
6.4.	Els Matins	76
6.5.	<i>El Programa de Ana Rosa</i>	78
6.6.	Comparació entre els magazins	81
6.7.	Reflexions.....	84
7.	Conclusions i futures investigacions.....	91
8.	Bibliografia	95

Índex de figures

Fig. 2.1. Distinció dels diferents gèneres en ràdio i televisió.....	19
Fig. 2.2. Oferta de canals d'àmbit estatal.	35
Fig. 2.3. Oferta de canals d'àmbit nacional.	36
Fig. 4.1. Captura de pantalla del títol i descripció de la docu-sèrie de Netflix.	47
Fig. 4.2. Portada de la minisèrie documental sobre el cas Asunta.	48
Fig. 5.1. Captura de pantalla d'exemple de l'apartat "Dades generals".....	55
Fig. 5.2. Captura de pantalla d'exemple de l'apartat "Tractament de les fonts".....	57
Fig. 5.3. Captura de pantalla d'exemple de l'apartat "Tractament de la imatge i recomanacions del CAC".	58
Fig. 6.1. Gràfic comparatiu per dies del temps dedicat al cas entre els dos informatius (en %).	71
Fig. 6.2. Gràfic comparatiu per dies de l'ús de fonts d'informació experta en cada informatiu.	72
Fig. 6.3. Gràfic comparatiu per dies de l'ús de testimonis als informatius.....	73
Fig. 6.4. Gràfic comparatiu per dies de l'aparició d'imatges als informatius que vulneren el dret a la intimitat de l'infant.....	74
Fig. 6.5. Gràfic comparatiu per dies de l'ús d'efectes espectacularitzadors i de falta de respecte al dolor per part dels informatius.....	75
Fig. 6.6. Gràfic comparatiu per dies del temps dedicat al cas entre els dos magazins (en %).	82
Fig. 6.7. Gràfic comparatiu per dies de l'ús de fonts d'informació experta en cada magazín.....	83

Fig. 6.8. Gràfic comparatiu per dies de l'ús de testimonis als magazins.....	84
Fig. 6.9. Gràfic del temps dedicat per dia de tots els programes amb els fets destacats del cas.....	86
Fig. 6.10. Comparació de les fonts entre programes de Telecinco.	88
Fig. 6.11. Comparació de les fonts entre programes de TV3.....	89

Índex de taules

Taula 1. Resultats de l'anàlisi al TN Vespre sobre les recomanacions del CAC..... 63

Taula 2. Resultats de l'anàlisi als *Informativos Telecinco* sobre les recomanacions del
CAC..... 66

1. Introducció

L'onze de març de 2018, la investigació del cas de la desaparició d'en Gabriel Cruz, un nen de 8 anys del municipi de Níjar, a Almeria, va fer un gir de 180° en trobar-se el cos del nen, mort, al maleter del cotxe de la parella sentimental del pare del nen. Gabriel Cruz, també conegut com a *pescaíto*, va desaparèixer dotze dies abans, el 27 de febrer, i fins llavors es varen estar realitzant incansables batudes per la zona del voltant del lloc on va desaparèixer, per intentar trobar alguna pista que pogués donar als investigadors alguna clau sobre on podia trobar-se el nen.

Ana Julia Quezada, la parella del pare, va ser detinguda mentre transportava el cadàver del nen al maleter del seu cotxe, canviant-lo d'ubicació per por que la Guàrdia Civil el trobés en cas que es registrés la finca on l'estava amagant. Els dies abans de la detenció, la detinguda es mostrava commocionada i col·laborativa amb la cerca d'en Gabriel, inclús va ser ella qui va trobar una samarreta interior de color blanc en una d'aquestes batudes, que posteriorment es va confirmar com a pertinent al nen. Aquest fet va fer sospitar als investigadors d'ella, i la va posar en el punt de mira de la investigació, ja que, a més, la samarreta es va trobar completament seca i estirada, quan els dies anteriors havia estat plovent en aquella zona d'Almeria.

Però la desaparició amb final tràgic del nen Gabriel Cruz és només un cas més que se suma, malauradament, a una llarga llista.

Segons dades del Ministeri de l'Interior¹ a principis del 2018, a Espanya hi ha uns 6053 casos de desaparició (a data de 31/12/2017), dels quals 216 estan en el que es considera "alt risc", és a dir, desapareguts segurament contra la seva voluntat i amb risc de poder patir danys com a conseqüència. D'aquests en alt risc, una dotzena corresponen a menors d'edat, com era el cas del Gabriel; tot i que aquests encara estan sense resoldre.

Aquest treball pretén analitzar el tractament que el cas del nen Gabriel va tenir als mitjans de comunicació, més concretament a les televisions. Per fer-ho, s'analitzaran els telenotícies i magazins de dos dels canals amb més audiència a Catalunya: TV3 i Telecinco.

¹ Informe complet sobre persones desaparegudes a Espanya del Ministeri, recuperat de: <http://bit.ly/2WtN2fH>

Avui en dia, després d'internet, la televisió és el mitjà més usat i amb major penetració a totes les franges d'edat (Elogia Research, 2017). És per això que cal cuidar la manera de tractar les notícies que s'emeten, sigui en televisió, Internet, ràdio o qualsevol altre mitjà de comunicació de masses. Ens trobem en “una sociedad que está generando una cantidad de información como nunca había generado”, com diu Cornella (2000, p. 8).

A més de l'anàlisi de com aquests dos canals de televisió han tractat aquest succés, el treball pretén buscar influències en l'agenda social i política que pogués tenir el cas, ja que en aquelles dates s'estava debatent al Congrés dels Diputats sobre la presó permanent revisable; un concepte que va agafar certa intensitat després de l'assassinat d'en Gabriel.

El cas del nen Gabriel es col·loca com un dels més mediàtics, amb més ressò als mitjans, juntament amb altres casos com, per exemple, el d'Asunta Basterra, que fins i tot s'ha creat una minisèrie documental del cas. Tant va ser el bolcament mediàtic del nen d'Almeria, i no tot en un sentit purament informatiu, que el Consell Audiovisual d'Andalusia va haver d'acudir a la Comissió Nacional dels Mercats i la Competència (autoritat sobre les televisions nacionals) per denunciar-ne el sensacionalisme extrem d'algunes televisions (EFE, 2018).

És per això que aquest treball vol analitzar el tractament informatiu que es va fer en concret del cas del nen Gabriel en dues televisions diferents: TV3 i Telecinco. Diferents en el sentit que la primera d'elles és una televisió autonòmica i pública, i l'altra és un canal de televisió estatal i privat.

En finalitzar aquest treball, es vol haver obtingut una comparació sobre el tractament entre aquests dos canals de televisió, enumerant les accions que es van realitzar de forma errònia i les que es van realitzar de forma correcta en tractar un tema delicat com és la desaparició i assassinat d'una persona menor d'edat.

2. Marc teòric

L'apartat teòric d'aquest avantprojecte del treball final de grau s'ha decidit dividir-lo en quatre grans blocs: El periodisme, els mitjans de comunicació, la premsa sensacionalista i les notícies, telenotícies i magazins. Tot això a l'espera d'una modificació i ampliació pel treball final, on és possible que variïn els apartats i el seu contingut, així com la seva organització.

2.1. El periodisme

En aquest primer bloc de l'estudi teòric es busca donar resposta a qüestions com què és el periodisme, d'on prové i com es troba actualment l'ofici, així com definir i conèixer què és el periodisme de successos.

2.1.1. El concepte periodisme: què és, context històric i actualitat

Per poder entendre què és, primer cal viatjar al passat. Els termes “periòdic” o “periodista” no es consoliden fins a l'arribada del Trienni Liberal, que comprèn els anys 1820 i 1823, precedits per la Guerra de la Independència, de 1808 a 1814 (Checa, 2010, p. 5). Tot i això, també es continuen mantenint altres termes que s'han anat usant al llarg de la història.

La premsa periòdica a Espanya arriba més tard en comparació amb altres països europeus com França o Anglaterra. No és fins a finals del segle XVII que no es publica regularment la gasetta oficial de la Monarquia, un nom (gasetta) que denota la influència francesa (*gazette*); i fins a mitjan segle XVIII no es crea un model de premsa il·lustrada, fent evident també una influència anglesa (Guillamet, 2004).

La primera impressió editada a Barcelona és la *Gazeta*, l'any 1641, amb una publicació setmanal, tot i que no va perdurar gaire: durant els primers temps de l'adhesió del Principat de Catalunya a la Monarquia francesa durant la Guerra dels Segadors (Guillamet, 2003). Una mera anècdota, ja que més tard, durant tot el segle XVIII, abans de l'aparició dels primers diaris, a Barcelona no hi havia més que reimpressions de la *Gaceta de Madrid*, nom que va anar variant amb el pas dels anys a *Noticias de diferentes partes venidas a Barcelona*,

del 1716 al 1750, o *Gazeta de Barcelona*, del 1750 a 1806, impreses per Rafael Figueró per ordre de Carles III, amb la voluntat de, segons diu Sáiz (1983, p. 47-70) “conservar el monopoli informatiu sobre qüestions polítiques” (citat per Guillament, 2003, p. 44).

Així doncs, com s’ha comentat anteriorment, els primers diaris periòdics van ser anomenats, en castellà, *gazetas*, i els seus redactors *gazeteros* o *gazetistas*. Un cop arriben els diaris, a principis del segon terç del segle XVIII, agafa més renom el concepte *diarista*, i va deixant de banda el de les gasetes. És curiós, comenta Checa el 2010 al seu estudi sobre terminologia periodística, tot citant a López Zuazo (1995), que durant l’etapa de la Il·lustració no hi ha un terme més usat que un altre. Es tendeix a anomenar els redactors en funció de la capçalera del diari on escriuen. Per exemple, anomenen *memorialistes* als autors del *Memorial literario*, o *correístas* als que fan el *Correo de Madrid*.

S’arriba així doncs a l’etapa on el concepte de periodista comença a usar-se amb més solidesa que altres mots, amb uns termes que, tot i algun canvi, es continuen usant avui dia, com revista, crònica o notícia, una etapa que, a més, coincideix amb l’establiment de la llibertat de premsa, tot i que molt accidentada al llarg de la història d’Espanya.

Checa (2004) acaba el seu estudi comentat que, en aquests anys, ja comença a crear-se una opinió pública, un dels principals motius del ser del periodisme.

Tot i això, hi ha diverses opinions sobre si les gasetes i els noticiaris s’han de considerar periodisme o no. Hi ha qui ho qüestiona argumentant que, tot i que el que es pretenia era la certesa i exactitud, valors originals del periodisme, el destinatari d’aquests noticiaris no eren el públic general, sinó un client dins un mercat reduït a les persones poderoses de l’època (Guillamet, 2004). Inclús hi ha qui creu que tot el que és previ a la revolució industrial del segle XIX és considerat “protoperiodisme” (de Aguinaga, 2002).

De Aguinaga, després d’incloure-ho tot dins el concepte *protoperiodisme*, comenta que el que s’ha d’entendre sobre què és Periodisme és un debat obert, però que no s’ha de confondre amb la Comunicació. “Por supuesto: todo Periodismo es Comunicación; pero no toda Comunicación es Periodismo”, afirma (2002, p. 158).

Una de les altres afirmacions que realitza, en un intent de definir què és el periodisme avui en dia, és que s’ha arribat al segle XXI sense saber certament qui és considerat un periodista

i en què consisteix aquest ofici. El mateix autor posa d'exemple el resultat al qual es va arribar al Congrés dels Diputats després d'hores de debat en què es pretenia definir al periodista i també donar-li una definició legal perquè aquest periodista definit pogués ser beneficiari dels seus drets davant de lleis com el secret professional o la clàusula de consciència. Aquest resultat al qual es va arribar, el cita textualment l'autor, De Aguinaga, del que era diputat del grup socialista Del Pozo: "Acepto lo que todos los comparecientes casi unánimamente y los propios compañeros de la Comisión estamos constatando: que es imposible e indeseable intentar dar una definición de periodista." (2002, p. 162).

Per tant, sembla una feina gairebé impossible trobar una definició clara sobre què és el periodisme, o què és un o una periodista.

Tot i això, alguns s'han aventurat a donar-ne una definició. Com per exemple Gomis (1991), que diu que el periodisme és una activitat professional que consisteix a concentrar i dramatitzar una realitat social present, escollint el més interessant del que ha passat i, si s'escau, retocar-ho per ajustar-ho a les necessitats de temps i espai.

O també, que el periodisme s'entén com aquella activitat que recull informacions, les selecciona, les processa, les agrupa en un suport i les ofereix; tot dins una periodicitat. És a dir, una activitat oberta que treballa amb la informació, en el sentit més ampli possible de la paraula (Timoteo, 2004).

Fins i tot de Aguinaga, que argumentava tant la falta d'acord en la definició de què és el periodisme, n'acaba fent una:

el periodismo esencial es un sistema de clasificación de la realidad, mediante operaciones de selección y valoración, por aplicación de factores de importancia e interés, que nos proporcionan una interpretación mundial, una *imago mundi*, subjetiva, por supuesto, capaz de crear una nueva realidad. (2002, p. 169)

D'altres opten per definir-ne aspectes generals. Tot citant a companys seus com Golding, Elliot, Merriti, Kovach i Rosenstiel, Deuze (2005 p. 447) diferencia fins a cinc valors idíl·lics que consideren per part dels periodistes:

- Els periodistes presten un servei públic
- Els periodistes són imparcials, neutrals, objectius, justos i creïbles.
- Els periodistes han de ser autònoms, lliures i independents en la seva feina.
- Els periodistes tenen sentit de la immediatesa, l'actualitat i la velocitat.
- Els periodistes tenen sentit de l'ètica, validesa i legitimitat.

Aspectes bàsics que, com diu Timoteo (2004, p. 27), el periodisme ha mantingut des de sempre i fins avui. Aspectes com que el periodisme opera amb informació i comentaris a aquesta informació; que el periodisme ha de tenir certs trets cridaners o escandalosos per tal de fer créixer l'interès del públic; aspectes com que el periodisme afecta la vida pública i al poder, o aspectes com que el periodisme té la capacitat de promocionar idees, persones, serveis o béns.

Sigui quina sigui la que cadascú creu que s'adapta més a la definició de periodisme que tenia al cap, una cosa és clara: la informació, avui dia, es caracteritza per tres aspectes diferents del que era abans. Primer, durant segles va ser molt escassa, i ara és superabundant. Segon, que actualment la informació és extremadament ràpida, en comparació al ritme lent que tenia abans; i l'última característica és que la informació actualment no té un valor relacionat amb la veritat o la seva eficàcia cívica, sinó que es tracta com una mercaderia, oblidant el seu component ètic (Ramonet, 2003).

Tot i aquesta modificació, com diu Ramonet, del que és ara la informació, una cosa queda en comú en totes les definicions i teories: el periodisme treballa amb la informació i l'actualitat. Dos conceptes que tractats junts, permeten al periodisme interpretar la realitat social (Gomis, 1991).

2.1.2. El periodisme de successos

El periodisme de successos, o també conegut com a premsa de successos o de societat i tribunals, és un tipus de periodisme poc estudiat que es pot trobar dins del periodisme especialitzat, que en la seva història va ser clau per l'atracció de les audiències entre els

diaris, quan tot just s'estava intentant consolidar la premsa popular davant de la minoritària (Carcela, 2016).

Durant la dècada dels anys 90, per culpa de la televisió i el seu ús sensacionalista en diversos casos, la informació de successos es va veure greument perjudicada, ja que se la relacionava i comparava amb l'espectacle que les televisions havien creat de determinats assassinats que es van produir en aquella època (Carcela, 2016).

Però què implica concretament aquest tipus de periodisme especialitzat en successos? Segons Quesada (2007), es poden distingir punts principals que caracteritzen aquest tipus d'informacions. Se'n poden destacar alguns, com per exemple l'existència de víctimes. Aquestes són un pilar bàsic del periodisme de successos, ja que es converteixen en les principals protagonistes de la història. També és essencial el que s'anomena informació per sorpresa, és a dir, no saber què pot passar i que es va descobrint a mesura que avança la investigació.

Es creu convenient ressaltar el fet que aquest tipus de periodisme vol, principalment, atraure l'atenció de l'audiència. Aquesta última característica que defineix Quesada (2007) sobre l'interès de l'audiència, no implica no tenir cap mena de norma ni sentit de la mesura. El o la periodista ha de saber distingir el que és d'interès públic i el que només és curiós i el fet ha de respondre a algun dels factors noticiables (Berrocoso, 2017), així com fer ús adequat del llenguatge i informar de forma veraç.

Centrant-se en aquest tipus de periodisme, ara aplicat a la televisió, Berrocoso (2017) cita a Quesada (2007) per mencionar-ne tres aspectes claus que s'apliquen a l'hora de retransmetre-ho en aquest mitjà. El primer d'ells fa referència al llenguatge audiovisual que se sol emprar, que té com a propòsit, sense importar la rellevància o el tema del qual es parla, produir emocions a l'espectador. També és característic el fet d'informar a temps real i en directe, fet que acaba evocant al tercer punt que menciona: el periodisme de successos en televisió aconsegueix mobilitzar la resta de mitjans de comunicació i fent que s'inclogui als seus noticiaris.

2.2. Les notícies i els gèneres periodístics

2.2.1. Notícies

Les notícies ens acompanyen dia a dia, i és per això que es diu que una notícia és una representació del present social, una interpretació activadora de la societat, ja que fa que la gent pensi, parli i actuï (Gomis, 1991).

El concepte notícia té altres definicions, com per exemple “divulgación de un suceso, la construcción de lo que sucedió” o “la construcción periodística de un acontecimiento cuya novedad, imprevisibilidad y efectos futuros sobre la sociedad lo ubican públicamente para su reconocimiento” (Martini, 2000, p. 7).

Els mitjans de comunicació (o Internet, entès com quelcom diferent de la ràdio i televisió), doncs, són els que principalment ens aporten el seguit d’esdeveniments que consideren una notícia, i que posteriorment ens farà comentar-ho amb la gent del nostre voltant. Perquè com diu Gomis (1991, p. 42) “un hecho es noticia [...] porque el hecho les ha interesado, quieren comentarlo, consideran que debe conocerse, que puede influir en sus vidas y en las de los demás”. Entra aquí el concepte de fet noticiable. Perquè de successos n’hi ha molts diàriament, però com es tria quins acaben essent notícia (entesa com a notícia que es mostra pels mitjans de comunicació)? El *gatekeeper*, nom que rep la persona encarregada de seleccionar quines informacions són rellevants i, per tant, acaben esdevenint notícia, evita que es filtri informació indesitjable. La noticiabilitat és el resultat d’un treball “cuyo primer paso consiste en la aplicación discrecional de los criterios de noticiabilidad establecidos por el medio”, i aquests criteris tenen una base en la cultura de la societat i es relacionen amb les agendes temàtiques típiques del mitjà de comunicació (Martini, 2000, p. 16).

Aquest procés de selecció, però, es basa en un principi de neutralitat. S’entén doncs que les notícies no es classifiquen en notícies bones o notícies dolentes, o favorables o desfavorables; sinó simplement en fets que són notícies i fets que no ho són, i categoritzant-les cada una segons tingui més rellevància o no (Gomis, 1991).

Els punts més importants a tenir en compte a l’hora d’escollir quin fet és més notícia que un altre (és a dir, que és un fet noticiable) són, segons Stella Martini (2000, p. 18):

- La novetat del fet
- L'originalitat, imprevisibilitat i immediatesa del fet
- Una possible evolució futura de l'esdeveniment
- La importància i/o gravetat del fet
- La proximitat geogràfica del fet en la societat
- La magnitud quantitativa de persones o llocs implicats
- O la jerarquia de les persones implicades en l'esdeveniment

Com ja s'ha dit, una notícia és un valor informatiu que inclou importància i gravetat dins el que s'informa, i que preocupa a una part notable de la població (Martini, 2000), però realment, el que acabarà essent una notícia ho decidirà la societat en si. Així ho afirma Gomis (1991, p. 49): “noticia es la expresión periodística de un hecho capaz de interesar hasta el punto de suscitar comentarios [...], que dará que hablar”. Només allò que acabi en boca de la gent és el que realment s'ha convertit en notícia. I així ho relaciona amb el concepte de democratització de la societat: “no es raro que la democratización de la noticia discurra paralelamente a la influencia de la democracia política en el gobierno de los pueblos”, i acaba afegint: “si la noticia es un hecho capaz de suscitar comentarios, el comentario es el crisol de las decisiones”.

Aquesta decisió en triar quines notícies són rellevants per tal d'emetre-les o no, fa sortir el concepte d'*agenda-setting*. Aquest terme, que es podria traduir com la “configuració de l'agenda” fa referència al paper que realitzen els mitjans de comunicació sobre l'audiència, seleccionant quins temes consideren de més interès i més rellevància. D'aquesta manera, els mitjans estan condicionant el que “serà notícia”, i tot i no poder influir en la manera de pensar dels seus espectadors, sí que ho fa sobre què pensar, ja que són ells qui han posat sobre la taula (és a dir, a la seva agenda) els temes en concret de què parlar (Díaz, 2004).

Díaz (2004) explica que quan es parla d'*agenda-setting* en realitat s'està parlant de tres tipologies d'agenda diferent: la dels mitjans, la pública i la política. Dins d'aquest procés

informatiu, les tres estan relacionades alhora, influenciant-se les unes amb les altres, sigui de forma individual o de forma col·lectiva.

2.2.2. Els gèneres periodístics

Els gèneres periodístics neixen per tal de poder crear una convenció entre autors que treballen en comú. Perquè així el resultat del treball de redacció serà més homogeni i el receptor tindrà més confiança del missatge que està rebent (Gomis, 1991).

Gomis continua explicant que és aquest el motiu que els gèneres periodístics s'ensenyin. Perquè representen l'experiència en el treball i la posada en comú col·lectiva, fent que un professional del periodisme es distingeixi del que no ho és, sabent fer arribar al receptor un missatge amb rapidesa i seguretat.

El que distingeix la informació de l'opinió no és la quantitat d'una o altra que s'ofereix, sinó la funció que compleix. Perquè la informació i l'opinió són dues necessitats socials diferents:

Necesitamos estar informados para saber qué pasa y qué significa cada uno de los hechos en el conjunto de los acontecimientos actuales. Necesitamos formarnos una opinión de las cosas y comentarlas para saber en qué van a afectarnos y qué podemos hacer para sacar provecho de ellas o hacerles frente eficazmente y evitar el mal que podrían producirnos. (Gomis, 1991, p. 45)

Es passa, doncs, a realitzar breus explicacions dels gèneres que Gomis (1991) defineix al seu llibre *Teoría del Periodismo*:

- **La notícia:** la seva aportació és fer que el lector o oient s'assabenti amb exactitud, claredat i rapidesa dels fets que han succeït i poden interessar. La notícia comunica un esdeveniment nou. Segueix un estil purament informatiu, i és per aquest motiu que alguns solen parlar d'informació o notícia indistintament, ja que corresponen al mateix gènere.
- **El reportatge:** sorgeix de la necessitat del lector o espectador de voler veure sentir, entendre les coses com si ell o ella hagués estat present al lloc dels fets. El reportatge representa una doble aproximació, ja que el reporter apropa als receptors al lloc dels

fets, als seus autors, testimonis, fa preguntes, recull dades, les relaciona i, després, tot això ho presenta als espectadors.

- **L'entrevista:** es podria entendre com una variant del reportatge, ja que la funció essencial també és apropar-se i apropar, però en aquest cas l'entrevistador s'apropa a una persona. L'entrevista permet escoltar aquella persona, saber què pensa, saber com és.
- **La crònica:** té la funció de relatar el que passa al llarg d'un temps en un lloc o sobre un tema. Cal diferenciar les cròniques locals de les temàtiques. Les primeres disposen d'un corresponsal en una ciutat o país; un corresponsal que és un especialista del lloc que explica (per això firma les seves cròniques). I les cròniques temàtiques s'encarreguen, mitjançant un altre especialista (que també firma la crònica), d'explicar el que passa en un àmbit temàtic concret, ja sigui literària, judicial, de futbol, de la societat, sobre la política... el cronista explica els fets que presència i en comenta la seva impressió. "El cronista es un entendido encargado de enterarnos de las cosas" diu Gomis (1991, p. 46) al treball d'on s'està extraient tota aquesta informació sobre gèneres.

Després es troben altres gèneres que formen part del tractament, no de la informació, sinó del comentari, l'opinió. Un crític aporta informació sobre un autor, per exemple, d'una obra cinematogràfica, n'explica el contingut. Però la funció principal d'un crític, que és qui firma les crítiques, és jutjar, comentar. A banda d'informar, el crític valora segons el seu criteri d'expert, d'entès sobre un tema, i ho raona i presenta als espectadors. El lector o espectador, quan llegeix o escolta una crítica, vol saber, a més de sobre què tracta una obra, si està bé o malament; si el crític la recomana (Gomis, 1991).

Gomis continua explicant que el comentari se situa a certa distància del fet o esdeveniment que ha ocorregut. L'aportació d'un comentari és clarament diferent d'una aportació d'informació, ja sigui mitjançant comentaris editorials (expliquen què pensa el mitjà), comentaris firmats (expliquen què pensen els comentaristes, redactors o col·laboradors) o fins i tot mitjançant acudits, gràfics, cartes dels lectors a la premsa escrita, o la participació del públic o audiència.

Aquests gèneres periodístics que s'han definit i que comenta Gomis (1991), poden veure's estructurats de diferent forma segons l'autor que els proposi. Un exemple en són José Francisco Sánchez i Fernando López, que proposen una nova agrupació per macro-gèneres dels diferents gèneres periodístics. Un primer macro-gènere que s'anomenaria "Gèneres de reporterisme/noticiosos", que agruparia l'actualitat immediata en format de notícia i crònica, i l'actualitat àmplia, amb el reportatge, l'entrevista i el perfil. El segon macro-gènere es titularia "Gèneres d'autor", que agruparia l'editorial o nota de redacció com a responsables institucionals, o la columna (sigui literària, temàtica o de consulta) i les col·laboracions (articles, cartes dels lectors) com a responsables individuals. Per últim, hi hauria el macro-gènere del "Periodisme Especialitzat", on es podrien trobar la crítica, la crònica especialitzada i les comparacions (Sánchez & López, 1998).

Tot el que Gomis ha estat definint fins ara es podria considerar que forma part dels gèneres periodístics més tradicionals, típics en premsa escrita i necessari per poder entendre la resta de gèneres i definicions que es van generant amb el temps. Amb l'aparició de la ràdio i la televisió, aquests gèneres també s'adapten als nous mitjans, i entenent que, en el cas de la televisió, la imatge i el so s'han de trobar en relació necessàriament per tal d'explicar fidelment la realitat (Marín, 2006), tot i que l'autor comenta que en televisió moltes vegades la imatge és realment la protagonista. Marín diu que en aquests casos, la persona responsable d'emetre els continguts ha de ser especialment curosa i tenir en compte que l'espectacularitat de la imatge i el seu clar protagonisme en vers al text i el so, no pot derivar en una deixadesa d'explicar els fets com si es tractés d'un substitut.

A partir d'una classificació que realitza Arturo Merayo (2000), Marín (2006) distingeix els gèneres que es comentaran a continuació, tenint en compte, diu, les premisses que molts altres autors han coincidit a fer sobre la distinció entre informació i opinió, però classificant-ho concretament en l'àmbit de la televisió.

Els dos macro-gèneres que es distingeixen són l'unipersonal i l'interpersonal. S'anomenen així perquè en el primer d'ells tan sols hi participa un o diversos locutors, però en cap cas dialoguen entre si i l'espectador no pot intervenir, aquest és un simple receptor de la informació que s'està emetent, i el segon (l'interpersonal) és aquell on dos o més individus dialoguen entre ells (Marín, 2006). En tots dos casos s'hi exposen fets i opinions, pel que la classificació interna dins de cada macro-gènere també es diferenciarà en aquest sentit.



Fig. 2.1. Distinció dels diferents gèneres en ràdio i televisió.

Font: Carles Marín, 2006.

A l'anterior figura (2.1) es pot veure la distinció que fa Carles Marín dins de cada macrogènere. Molts d'ells han estat definits amb anterioritat amb les paraules que Gomis utilitzava al seu treball; en aquest cas, es definiran aquells més rellevants i s'explicarà quina és la característica que el fa diferent en la seva aplicació als mitjans audiovisuals, tal com fa l'autor, Carles Marín, al seu llibre *Periodismo audiovisual: información, entretenimiento y tecnologías multimedia* (2006):

- **La notícia en televisió:** el pes més importat radica en la imatge, a part del so ambient o musical de què pugui estar acompanyada. Aquesta combina les dades que recull el periodista amb el text que es prepara posteriorment per ser dit a plató. La notícia és el gènere per excel·lència dels programes informatius, i és el fil conductor de tots els diaris, telenotícies i inclús magazins d'informació general. En tractar-se d'un gènere audiovisual cal, però, que la notícia estigui creada seguint unes consideracions concretes, com per exemple senzillesa, claredat i objectivitat; que tingui cura en la selecció de la música que l'acompanyi, si és el cas, ja que aquesta pot evocar o suggerir certes emocions al receptor i distorsionar el missatge, o tenir en compte que amb la incorporació de text sobreimpressionat a la pantalla, molts cops alguns missatges de la narració del periodista pot estalviar-se i que la notícia continuï essent compresa.

La confecció d'aquestes notícies per televisió se sol dividir en tres parts: entrada, cos o desenvolupament i tancament. A la primera, el presentador sol fer un primer titular de què està passant i qui hi està involucrat, per posteriorment donar entrada al cos, on majoritàriament se sol connectar en directe amb el o la periodista a la zona,

que explica i detalla els fets, o es dóna pas a un vídeo explicatiu de la notícia. Finalment, a tall de resum, es realitza el tancament, que no aporta res nou però serveix pròpiament de tancament, emfatitzant i resumint el que s'acaba d'explicar.

- **El reportatge televisiu:** se'n distingeixen dos tipus: en directe i en diferit. En el cas d'un reportatge en directe, la seva realització és difícil i costosa, ja que es realitza mentre van avançant els fets, i en canvi una en diferit ha tingut temps de recollir informació més detallada i testimonis, aquesta s'ha pogut treballar i això fa que s'obtingui un millor resultat. La majoria de reportatges solen durar entre dos i deu minuts, tot i que hi ha casos on la durada pot ser més extensa.
- **L'editorial en televisió:** és molt poc freqüent en programes d'informació, al contrari que en premsa, tot i que en televisió es poden trobar en magazins o programes d'autor, on el o la presentadora és l'eix principal del programa i realitza un monòleg-editorial.
- **La crònica d'abast:** aquesta crònica interpersonal difereix de la monologada televisiva en el fet que entre l'enviat especial i el presentador a plató s'estableix un diàleg, mitjançant preguntes que entre ells es van responent, inclús el corresponsal pot incorporar-hi un testimoni, cosa que converteix aquest tipus de crònica en una entrevista a tres, on també el presentador des de plató pot participar.
- **L'entrevista:** un clar exemple de diàleg entre dues o més persones, en aquest cas l'entrevistador i l'entrevistat. És un dels gèneres més utilitzats; tant que ha acabat convertint-se inclús en programes dedicats a l'entrevista. Cal que el o la periodista que realitzi les entrevistes tingui en compte una sèrie de consideracions, tals com preparar-se bé l'entrevista analitzant a fons la persona que serà entrevistada, per saber què preguntar; ser capaç d'adaptar-se al transcurs de l'entrevista, evitant repreguntar quelcom que ja ha sigut respost; realitzar preguntes precises i directes, ja que es pot fer pesat pel telespectador, i per aquest motiu també cal evitar que les respostes s'allarguin massa. En tot moment, el o la periodista ha de ser cordial, amable i formular les preguntes de manera incisiva, directa i de manera rigorosa.

Es poden distingir les entrevistes de personalitat i les de declaracions. Les primeres se centren en qui dóna la resposta, i a les de declaracions es dóna importància a quina resposta s'està donant, independentment de qui sigui.

- **La tertúlia:** amb una estructura més informal, el o la presentadora del normalment programa d'entreteniment o magazín va plantejant diversos temes que no sempre tenen perquè ser d'actualitat, i els i les tertulianes hi participen aportant un cúmul d'idees i comentaris. Se solen mantenir les mateixes persones, generant així a l'espectador certa familiaritat que fa que s'enganxin al format.

En aquest últim gènere que s'ha definit dels que planteja Marín (2006), la tertúlia, es menciona el cas dels tertulians televisius, una figura que apareixerà en l'anàlisi d'aquest treball i que té un pes important a l'hora de distingir entre informacions rellevants i aportacions d'opinió. El que fa un tertulià és opinar, aportant dades des d'un coneixement insuficient i recolzant-se en la intuïció (Santamaria Suárez, 1992). I d'aquesta manera defineix Santamaria (p. 131), tot citant a Cadalso, la definició de tertúlia: "Cierta número de personas que concurren con frecuencia a una conversación".

Per acabar, Martini (2000), citant a Wolton (1992), fa referència a les notícies explicades per televisió en format de connexió en directe. Diu que amb la utilització d'aquest format es valora el que està passant per les imatges, però no es valora la informació, i això fa que es transformi als espectadors en periodistes, "lo cual tampoco parece ser el ideal" (p. 27).

2.3. Ètica i bones pràctiques

"El Periodismo ha sido, es y será, básico y determinante para el buen funcionamiento de un Estado democrático." Així comença Real (2017, p. 342) el seu article sobre ètica periodística, i tot citant a Diezhandino (2012), afegeix: "Pueden cambiar los instrumentos, el modelo de empresa, los hábitos profesionales, las herramientas. Pero la función seguirá siendo la misma: informar con los criterios clásicos de veracidad, selección, jerarquización, interpretación y contextualización".

Es pot dir que aquesta veracitat, selecció, jerarquització, interpretació i contextualització que cita Real ve a ser la base de la mateixa definició del que significa actuar correctament, amb

ètica i usant unes bones pràctiques periodístiques. Coca (1997) explica que en pràcticament totes les regulacions periodístiques que existeixen, el valor que més es remarca és el respecte a la veritat. Concepte que, diu, ensenyen a totes les escoles i facultats de Periodisme, i que suposa estar obert a la investigació dels fets, perseguir sempre l'objectivitat, contrastar les dades amb tantes fonts com siguin necessàries i diferenciar clarament entre informació i opinió.

2.3.1. El Codi Deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya

El Col·legi de Periodistes de Catalunya és una associació professional que agrupa els i les periodistes que exerceixen a Catalunya i defensa els seus interessos professionals (Enciclopèdia Catalana, 2019). A més, el mateix Col·legi de Periodistes (2019) comenta que vetllen pels diversos perfils i activitats relacionades amb la comunicació, i que també vetllen per garantir el dret a la informació dels ciutadans, la independència i la pluralitat dels mitjans, així com la necessitat d'un periodisme de qualitat que és clau per la societat democràtica.

El Codi Deontològic és un recull de criteris que realitza, en aquest cas, el Col·legi de Periodistes de Catalunya, per tal de vetllar pel compliment de la professió de forma lícita i ètica (Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2019). Un codi deontològic, segons l'Enciclopèdia catalana, és una declaració de principis que tenen com a objectiu fer una regulació de la posada en pràctica d'una professió concreta; en aquest cas, del periodisme (2019).

A continuació s'esmenten i defineixen el seguit de 12 criteris que recomana el Codi Deontològic de la professió periodística a Catalunya, escrit i aprovat pel Col·legi (2019):

1. Informar de manera acurada i precisa

Que el o la periodista cerqui sempre la veritat, acostant-se a la realitat dels successos amb la màxima fidelitat possible. Els mitjans, a més, han de distingir clarament entre informació i opinió, evitant conjectures i rumors.

2. Evitar perjudicis per informacions sense prou fonament

No s'han d'usar expressions injurioses o que continguin dades poc precises, sense base suficient. Aquestes poden comprometre's amb la dignitat de les persones i causar-li's danys. El o la periodista s'haurà de posar en contacte prèviament amb les persones afectades per oferir la possibilitat de donar resposta.

3. Rectificar les informacions incorrectes

Si una informació s'ha demostrat falsa o errònia, cal que s'emanin quant abans amb un tractament i extensió proporcionats.

4. Utilitzar mètodes lícits i dignes per obtenir informació

És inadmissible l'ús de càmeres ocultes, de procediments enganyosos i la difusió no consentida de material privat per tal d'obtenir informacions, imatges i testimonis, a excepció de situacions que tinguin relació amb fets clarament d'interès públic i quan no hi hagi cap altra via possible per tal de donar un compliment adequat al dret a la informació. També inacceptable el pagament a fonts per obtenir informació, així com el plagi.

5. Citar les fonts i preservar el secret professional

Les fonts s'han de citar per tal que la informació sigui creïble, però els i les periodistes també tenen l'obligació moral de protegir-les invocant el secret professional quan sigui necessari. Aquest anonimat ha de servir per emparar persones en una situació de risc, però no ha de servir mai per atacar individus o organitzacions sense motius.

6. Conciliar els drets individuals amb el dret del públic a saber

Defensar el dret a la informació davant qualsevol restricció a la transparència exigida per l'interès públic (especialment en fonts d'administracions i organismes oficials). S'ha de reconèixer el dret a no proporcionar informació ni respondre preguntes. L'assetjament intimidador i persistent és una pràctica reprobable.

7. Evitar el conflicte d'interessos

Els i les professionals de la informació han d'evitar situacions de conflicte d'interessos, sigui de l'àmbit que sigui, per tal d'evitar que siguin qüestionades la seva credibilitat i imparcialitat. No s'han d'acceptar mai retribucions de tercers per publicar o promoure informacions i opinions.

8. No utilitzar en profit propi informacions privilegiades

La informació que es rep de manera confidencial no s'ha d'usar en benefici propi, es publiqui o no, ni s'ha de transmetre a terceres persones per raons similars.

9. Respectar el dret a la privacitat

S'han de tractar amb respecte i dignitat les persones, sobretot les més vulnerables, així com evitar intromissions innecessàries i especulacions sobre els seus sentiments o circumstàncies. Danyar de forma injustificada la dignitat de les persones amb la paraula o imatge, contravé l'ètica periodística.

10. Salvaguardar la presumpció d'innocència

Tota persona acusada o imputada té dret a la presumpció d'innocència, des de l'inici de les actuacions policials fins que es provi la culpabilitat en un procés que gaudeixi de les garanties necessàries. No s'han de sotmetre els implicats a judicis paral·lels.

11. Protegir els drets dels menors

S'ha d'evitar difondre la identitat dels menors quan són víctimes, testimonis o inculpats en causes criminals, a excepció de casos de supòsit d'homicidi, segrestos o desaparicions. A més, s'evitarà identificar contra la seva voluntat les persones pròximes. Els menors no han de ser entrevistats, fotografiats ni filmats sense el consentiment explícit dels pares, tutors o mestres. Tampoc es pot justificar la intromissió en la vida privada de familiars al·legant rellevància pública, ni explotar la seva imatge.

12. Salvaguardar la dignitat de les persones i la seva integritat física i moral

No s'ha de discriminar a ningú per la seva condició sexual, discapacitat, creences, origen ètnic, nacionalitat o extracció social. Els i les periodistes han de ser sensibles amb la diversitat i actuar amb sentit de justícia i respecte a les persones i grups afectats.

A més, s'afegeixen fins a 6 annexos amb altres recomanacions: sobre manipulació d'imatges, sobre Internet, sobre el plagi, sobre el tractament de conflictes bèl·lics o armats, sobre l'ús del terme "il·legals" referit a persones i sobre la cita de nacionalitats i ètnies.²

La darrera vegada que va ser avalat el Codi Deontològic va ser l'11 de novembre de 2016, adaptant-lo a la realitat que genera Internet. L'aprovació de la primera versió d'aquest seguit de criteris es va realitzar l'1 de novembre de 1992, en el marc del II Congrés de Periodistes (Col·legi de Periodistes de Catalunya, 2019).

Cinc anys després de l'aprovació de la primera versió del Codi Deontològic es va crear el Consell de la Informació de Catalunya (CIC), una entitat sense afany de lucre constituïda per voluntat del Col·legi, amb l'objectiu de ser un òrgan d'arbitratge privat i independent amb la finalitat de revisar el compliment del seguit de punts continguts en el Codi Deontològic (Fundació Consell de la Informació de Catalunya, 2019).

2.3.2. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya i les seves recomanacions

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) és "l'autoritat independent de regulació de la comunicació audiovisual de Catalunya" i la seva finalitat és vetllar perquè es compleixi la normativa aplicable als serveis de comunicació audiovisuals de Catalunya, tant públics com privats (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2019). La llibertat d'expressió i informació, el pluralisme, la neutralitat i l'honestedat informativa són les principals característiques que defensa aquest organisme.

L'administració al servei d'aquest Consell creat l'any 2000 es divideix en quatre àrees: la de continguts, la jurídica, la d'estudis i recerca i la de serveis. Aquest apartat se centrarà en la

² Per informació més detallada dels 12 criteris i dels annexos que planteja el Codi deontològic, pots visitar la web del Col·legi de Periodistes de Catalunya: <https://www.periodistes.cat/codi-deontologic>

primera d'elles: l'àrea de Continguts. El seu funcionament, com comenta Mònica Gasol, cap de l'Àrea de Continguts, es divideix en dos serveis: el d'atenció a persones i usuaris (les queixes que es reben) i el servei d'anàlisi. Dins del servei d'anàlisi es treballa en dues línies, la d'ofici: que es realitza "perquè toca realitzar-se", com són el seguiment del compliment dels pluralismes, la protecció de menors i el control de publicitat; i la que marca el Consell (es pot trobar l'entrevista sencera a l'Annex I, pàgina 3).

Gasol continua explicant com és el funcionament del mostreig que realitzen (seguint un manual de procediment) per tal de fer el seguiment del compliment de les normatives i recomanacions:

Evidentment no podem abastar totes les hores i tots els dies de tot el que s'emet, doncs és feina meva establir metodologies de seguiment d'aquesta tipologia. [...] Primer pas, quan troben una notícia d'aquestes característiques, es miren quines variables han d'omplir, i amb quins valors de variables. Tot això està *super* establert, perquè no vagi cadascú amb el seu criteri de "a mi em sembla", o "jo crec" o "jo penso d'aquesta manera". Hi ha gent que visiona pluralisme, uns que visionen publicitat, uns de protecció de menors... i cataloguen. Tot això queda en un sistema informàtic i els analistes van al darrera de tot allò, i la segona part del quadern de procediment (que és com interpretaràs tu aquestes dades), fan els informes. Aquests informes s'elevan al ple, i el ple decideix el que consideri oportú. Si hi ha indicis d'incompliment, en el cas de pluralisme, entren a actuar els de l'àrea jurídica, perquè elaboren els informes jurídics pertinents, i el Consell adopta les decisions que creu oportunes. Això es fa sistemàticament cada dia. (Annex I, p. 4)

El CAC disposa de diferents documents on enumera un seguit de recomanacions que els mitjans de comunicació han de complir a l'hora d'informar o tractar certs temes concrets que poder considerar-se delicats. Entre ells es troben recomanacions sobre el tractament de la comunitat gitana, sobre el tractament de les persones LGTBI, sobre la cobertura d'actes terroristes, sobre la mort per suïcidi, sobre el tractament de la salut mental o l'anorèxia i la bulímia, sobre la prostitució, sobre l'adopció o sobre el tractament de la violència masclista, entre molts d'altres.

De tots els que disposa, per aquest treball interessen concretament dos d'ells: el recull de recomanacions del CAC sobre el tractament informatiu de les tragèdies personals (2001), i

el manual sobre com informar dels maltractaments infantils, un manual d'estil pels mitjans de comunicació escrit conjuntament pel Col·legi de Periodistes, pel Consell de l'Audiovisual i pel Departament de Benestar Social i Família de la Generalitat de Catalunya (2014). D'aquests dos documents es volen destacar un seguit de recomanacions que es tindran en compte a l'hora d'aplicar la metodologia d'anàlisi de contingut per aquest treball. Totes les dades són extretes dels ja citats manuals:

- **Protegir el dret a la intimitat de l'infant:** cal tenir cura en les informacions sobre infants maltractats, per protegir-ne la intimitat i el desenvolupament de la seva personalitat. Es recorda el mandat legal de no aportar informació personal, familiar o escolar, veu o imatges que en permetin la identificació.
- **Recórrer a fonts d'informació expertes:** per tal d'obtenir informació rigorosa és convenient consultar fonts especialitzades i/o institucionals que aportin elements per contextualitzar els fets des de la perspectiva dels drets de l'infant. És un punt crucial per contribuir al debat social i no caure en sensacionalismes.
- **Emprar un llenguatge normalitzador:** a les informacions sobre infants o adolescents cal utilitzar una terminologia específica normalitzadora, ja que la utilització de l'adjectiu "menor" comporta marcar diferències des de la minoritat que suggereix la paraula. Es recomana usar paraules tals com infant, adolescent, nen, nena o noi, noia. En cas d'haver-se d'utilitzar la paraula menor, es recomana parlar de "persona menor d'edat".
- **Tractar amb respecte el dolor de la víctima:** és convenient no difondre imatges o presentar testimonis que puguin provocar patiment. En canvi, sí que es recomana donar veu a persones que hagin passat i superat una situació similar per tal que expliquin la seva història.
- **Defugir l'espectacularització:** és recomanable no exhibir imatges que no aporten valor informatiu als fets, o recrear-se en reconstruccions fictícies de successos que encara no han estat provats. Convé no donar protagonisme a testimonis propers a les persones agressores o a les víctimes, o intervencions a plató que puguin contribuir a fer judicis paral·lels o a la sobre atenció mediàtica. També es recomana tenir molta

cura amb l'exhibició del material audiovisual, és per això que es recorda que es poden utilitzar altres alternatives com animacions o infografies.

- **No incórrer en estratègies de sobre atenció mediàtica** excepte quan una informació constant o continuada sigui garantia de poder evitar l'extensió dels efectes tràgics.
- **Sentit de la mesura i les proporcions:** cal evitar els desplegaments desproporcionats de mitjans, connexions innecessàries o el seguidisme d'autoritats que visiten el lloc o els afectats, així com l'ús reiteratiu d'unes mateixes imatges.
- **Evitar qualsevol mena d'efectes i recursos** que tenen una funció preferentment espectacularitzadora.
- **Procurar que els plans de persones afectades no transgredeixin la seva privadesa:** incrementar pel *zoom* la sensació de proximitat de la càmera més enllà de la que s'obtidria per observació directa pot vulnerar aquella privadesa.
- No s'haurien d'obtenir ni haurien de ser emesos **primers plans o plans curts de persones en estat de xoc o de patiment.**
- **Evitar especulacions** o conjetures sobre els esdeveniments, les causes o les conseqüències. **No prejudicar, atribuir culpabilitat ni elaborar projeccions de sospita** sobre persones.
- **Lèxic emprat:** convé evitar adjectius, frases fetes i llocs comuns que dramatitzin i espectacularitzin innecessàriament el relat d'un esdeveniment.

El no compliment d'aquestes recomanacions no és sancionable. Com comenta Mònica Gasol, el que és sancionable és pròpiament la llei. Les recomanacions són uns suggeriments de bones pràctiques, però no són unes normes. Com que no hi ha una norma i per tant no està tipificada quina és la sanció que hauria d'existir, no es pot aplicar. En canvi, si un mitjà incompleix repetides vegades les recomanacions, es pot considerar que està incomplint el dret al servei públic, i això sí que està regulat i, per tant, és sancionable (Annex I, p. 7).

2.3.3. I a la resta d'Espanya?

Fins ara s'han definit dos dels principals actors de regulació i representació del sector audiovisual i periodístic a Catalunya, com són el Col·legi de Periodistes i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Però què més es pot trobar a l'estat espanyol en termes de regulació audiovisual o ètica periodística?

La comunitat d'Andalusia també disposa d'un consell audiovisual: el CAA (Consell de l'Audiovisual d'Andalusia), amb els mateixos objectius i vetllant per les mateixes característiques que les definides anteriorment pel CAC. Aquest òrgan regulador va ser concretament el que va emetre un informe sobre el tractament del cas del nen Gabriel, denunciant el sensacionalisme extrem d'alguns canals de televisió, amb greus incompliments deontològics (EFE, 2018).

Sobre aquest mateix informe en parlava la cap de l'àrea de Continguts del CAC, Mònica Gasol, dient que sobre aquest cas concret ells no van realitzar cap informe perquè ja l'estaven realitzant des del consell d'Andalusia (Annex I, p. 6). A més, el Consell andalús va decidir elevar la qüestió a la Comissió Nacional de Mercats i Competència, ja que igual que en el cas català, aquest òrgan (el CAA) no té competències sancionadores.

En ser preguntada sobre altres consells audiovisuals arreu d'Espanya, Gasol menciona que el català i l'andalús són els únics existents actualment. "A la Comunitat Valenciana legalment ho tenen constituït, però no està nomenat", comenta. I quelcom semblant passa a les Illes Balears. Navarra i la Comunitat de Madrid, en canvi, havien tingut "una cosa petita, però no. [...] l'Esperanza Aguirre la van tancar. I la *Comisión Nacional* actua com a regulador, però no té l'estructura d'un regulador igual que els altres" (Annex I, p. 6).

Per tant, el que es podria anomenar un Consell de l'Audiovisual d'Espanya, amb els objectius de regulació audiovisual i ètica com realitzen els esmentats òrgans autonòmics, no existeix, tot i que va estar previst per llei durant l'època de Zapatero, però no es va acabar constituint mai. Al seu lloc es va crear la Comissió Nacional de Mercats i Competències, que sí que disposa d'una secció dedicada a la comunicació i l'audiovisual, però es dediquen a altres coses com el tema de regulació publicitària, diu Gasol.

A més, en tema de regulació d'ètica periodística, existeixen fins a una dotzena de mitjans o col·lectius professionals que han definit, mitjançant llibres d'estil o convenis i estatuts de redacció, com han de ser aquestes consideracions professionals del periodisme (Coca, 1997). Alguns d'aquests són el ja comentat Col·legi de Periodistes de Catalunya, l'Associació de Periodistes d'Informació Econòmica, la Federació d'Associacions de la Premsa d'Espanya (FAPE), i mitjans com El País, El Mundo, EFE o Europa Press.

2.4. Sensacionalisme i espectacularització

Es podria considerar que el concepte sensacionalisme aplicat als mitjans de comunicació té l'origen en un altre concepte: la premsa groga. Aquest va sorgir arran d'un personatge que el dibuixant William Outcalt va crear originalment per un diari de Pulitzer, però que posteriorment va ser atret al *Journal* de Hearst. Explica Massota (citada per Gargurevich, 2002) que el dibuix era d'un nen que en tires còmiques mostrava la seva vida complicada, amb humor, situacions absurdes, sadisme i violència. El vestit d'aquest nen va acabar essent de color groc quan van afegir-li color, i aquest es va rebatejar de *Hogan's Alley* a *Yellow Kid*, principal atracció del diari.

Es relacionava doncs el concepte groc amb la també anomenada premsa sensacionalista, en relació a una manera de fer periodisme basat en mentides, exageracions, veritats a mitges i titulars desproporcionats, paraules que encaixen a la perfecció amb la manera de fer del que és considerat el creador de la premsa groga, William Randolph Hearst (Gargurevich, 2002, p. 78).

Si es busquen definicions sobre què és la premsa sensacionalista, no seria estrany de veure que tenen certa semblança amb aquesta definició de què era el periodisme de Hearst.

El sensacionalisme, diu Sunkel, es basa en una descripció “exagerada y por tanto distorsionada de ciertos sucesos con el fin de generar un impacto emocional” (2001, p. 118). D'altres descriuen la premsa sensacionalista com una modalitat periodística que busca generar sensacions a través de fets noticiosos amb finalitats econòmiques, comercials o polítiques (Torrico Villanueva, 2002).

El sensacionalisme suposa una alteració del valor de les notícies, “otorgando mayor consideración a aquellos susceptibles de generar una mayor impresión” i no tenint en compte, en canvi, a les notícies que sí que serien d’un major interès objectivament (Redondo, 2011, p. 130). Com diu De la Mota (1988), el concepte sensacionalisme té relació amb allò que té tendència a produir sensacions i emocions a l’audiència “con noticias, sucesos, etc. a los que se les da una importancia que no les corresponde” (citada per Redondo, 2011, p. 130).

Totes aquestes definicions aboquen a un concepte: la morbositat. Els mitjans de comunicació tenen la capacitat de mostrar *in situ* què està passant, el que, segons Herrán (2005, p. 205), fa que es caigui en la freqüent temptació de sobrevalorar “el impacto que la realidad inmediata produce y explota la curiosidad malsana del público”. Diu que, per exemple, en casos de violència, no hi ha dubte que en un país violent els mitjans alimenten en el públic el morbo per la informació violenta. Herrán conclou dient que “un periodista éticamente responsable no debe alimentar ese morbo”; el que ha de fer un periodista èticament responsable és anar “más allá del qué” per així poder donar una informació contextualitzada (2005, p. 206).

Tal com es defineix en una de les recomanacions del Consell de l’Audiovisual de Catalunya (vegeu punt 2.3.2.), es pot atribuir a l’espectacularització el fet d’emetre imatges sense valor informatiu, així com utilitzar reconstruccions fictícies de successos que no han estat provats. També el fet d’utilitzar testimonis propers a les víctimes o persones agressores dels fets, la utilització de *zooms* sense cap justificació o l’exhibició de cert contingut audiovisual que mostra a persones en situació de patiment (2014).

2.5. Els mitjans de comunicació

“Los aspectos más fundamentales de la sociedad”, com són els que es refereixen al poder, la gestió de problemes i els processos d’integració i canvi, “se centran en la comunicación, y en particular, en los mensajes transmitidos por los *media* públicos, en forma de información, opiniones, relatos o entretenimientos”. Així és com McQuail (2000, p. 28) comença la seva justificació a la importància dels mitjans de comunicació de masses.

Però, què és un mitjà de comunicació de masses? Segons Luhmann (2007, p. 2), ho són totes aquelles “disposiciones de la sociedad que se sirven, para propagar la comunicación, de medios técnicos de reproducción masiva”.

McQuail (2000) diferencia entre diversos mitjans de comunicació de masses: els mitjans impresos, com els llibres o la premsa en general; el cinema; la ràdio i la televisió; la música (enregistrada) i per últim els mitjans de comunicació electrònics (és a dir, Internet). En aquest apartat ens centrarem en la ràdio i la televisió, ja que la premsa ha estat degudament tractada anteriorment, i concretament la televisió és el mitjà amb què es treballarà posteriorment.

El concepte de “massa” com a uniformitat i simultaneïtat del missatge a l’audiència, però, ha canviat. Així ho exposa Martín-Barbero (2001), dient que la transformació de la cultura de masses ara s’anomena cultura segmentada, ja que l’audiència és sinònim de diversitat de gustos i de formes de consumir.

Tot i les diferències que tenen tant d’ús com de continguts, la ràdio i la televisió, diu McQuail (2000), es poden tractar conjuntament. La ràdio va consolidar-se com a mitjà de comunicació farà uns 90 anys, i la televisió, farà uns 60. Una de les característiques més importants d’aquests mitjans són la capacitat d’observar, transmetre i gravar immediatament esdeveniments. També és distintiu, continua explicant l’autor, l’alt grau de regulació i control per part de les autoritats públiques, i potser per això mai van arribar a la mateixa llibertat que tenia aleshores la premsa per expressar opinions i tenir certa independència política.

A tall de resum, s’identifiquen les següents característiques, valgui la redundància, més característiques de la ràdio i la televisió (McQuail, 2000):

- Producció, àmbit i abast molt amplis
- Continguts audiovisuals
- Tecnologia i organització complexa
- Naturalesa pública amb molta regulació
- Caràcter nacional i internacional

- Continguts molt variats

La informació que aquests mitjans de comunicació difonen és de coneixement general, una realitat externa. Això implica que l'opinió pública emergeix i evoluciona a la vegada amb els mitjans de comunicació de masses (Becerra & Arreyes, 2013).

2.5.1. Mitjans públics i privats

Dins d'aquesta agrupació de ràdio i televisió, encara es pot realitzar una altra diferenciació: mitjans públics o privats.

La televisió pública a Espanya comença a emetre, tot i que encara no de forma regular i a tot l'estat, el 28 d'octubre de 1956, en plena dictadura franquista, pel que els valors i la ideologia d'aquella televisió pública no coincidirien amb la idea de servei públic actual. Només cal veure algunes parts del discurs que es va emetre en la inauguració de Televisió Espanyola, que cita Bustamante al seu llibre *Historia de la Radio y la Televisión en España* (2013), on es fa referència al fet que s'ha seleccionat especialment aquesta data d'emissió perquè coincidiria amb la festa religiosa del *Cristo Rey* i perquè l'endemà era l'aniversari de la fundació de la *Falange Española*. Al discurs també es parla que els principis bàsics d'aquesta televisió estaran emmarcats dins l'ortodòxia i el rigor des del punt de vista religiós.

Les característiques que ha de tenir un servei públic de comunicació avui dia, segons la Unió Europea de Radiodifusió³, són que els mitjans finançats pel públic, i per al públic, no han de ser partidistes; han de ser independents i vetllar pel bé de la societat. No són una empresa comercial ni pertanyen a l'Estat; estan lliures d'interferències polítiques i pressions comercials. El seu objectiu com a servei públic és el d'informar, educar i entretenir a totes les audiències. Han de garantir la universalitat en termes d'accés a continguts, han de mantenir una alta precisió i bones pràctiques en periodisme i comunicació, i han de millorar la vida social, política i cultural de la ciutadania, així com promoure la diversitat i la cohesió social, és a dir, a contribuir en una democràcia informada (Horowitz, 2018).

³ En acord també amb l'Aliança global de Mitjans Públics (<https://www.publicmediaalliance.org/>), el Consell Europeu (<https://www.coe.int/>) i la UNESCO (<https://es.unesco.org/>).

No molt diferent és la idea de servei públic que definia McQuail (2000) en la seva obra *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, on considerava que els mitjans públics havien d'oferir un servei universal, amb un contingut completament divers i amb independència editorial. A més, aquest servei públic ha de tenir responsabilitats socials, identitat i qualitat cultural i que el seu funcionament sigui finançat públicament.

A Espanya es va aprovar el febrer de 2005 una reforma del servei públic de RTVE, demanada pel govern. L'informe que es va entregar va aprovar que els continguts de servei públic havien de contemplar una programació de qualitat, estètica i ètica, en tots els gèneres per a tots els ciutadans, amb atenció especial a la cultura, l'educació i la informació; a les minories i als problemes socials més candents. També es limita estrictament la publicitat, i s'accepta potenciar la creació i productivitat interna. Acaba distingint també que el servei públic ha de tenir una estructura de gestió independent i eficient, així com un model de finançament transparent i sostenible (Bustamante, 2006).

Concretament a Catalunya, la llei diu en el seu article 2 que la funció de televisió pública consisteix

en la posada a disposició dels ciutadans de Catalunya d'un conjunt de continguts audiovisuals i dels altres serveis que es determinin en el contracte programa que la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals ha de subscriure amb el Govern de la Generalitat, [...] orientats a satisfer les necessitats democràtiques, socials i culturals dels ciutadans, a garantir un accés universal a la informació, la cultura i l'educació, a difondre i promocionar la llengua catalana i a oferir un entreteniment de qualitat (citad per Mercader, 2011, p. 1).

A més, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA) disposa d'un llibre d'estil on destaca que la seva missió és la d'oferir "un servei públic audiovisual de qualitat en català, compromès amb els principis ètics i democràtics, i amb la promoció de la cultura i de la llengua catalanes, i de l'aranès" (CCMA, 2019), així com, complint amb l'ordre de servei públic, ha de reflectir la diversitat i garantir valors com el pluralisme, la imparcialitat, la cohesió social i garantir a la ciutadania accés a informació, cultura i educació.

En canvi, l'objectiu principal dels mitjans de comunicació privats és aconseguir la màxima inversió publicitària "o, dicho en términos de cualquier empresa en una sociedad capitalista,

maximizar sus beneficios” (Bustamante, 1999, p. 72). Per aconseguir aquesta màxima inversió publicitària cal, doncs, maximitzar l’audiència i aconseguir teleespectadors fidels. Perquè la publicitat paga per audiències segures i, per tant, la televisió privada busca especialment als segments d’espectadors que més consumeixen (Bustamante, 1999).

I així mateix ho comentava Riera (Annex II, p. 14): “l’objectiu principal d’una cadena privada és guanyar diners. Els mitjans de comunicació de masses estan fets per guanyar diners, i el primer objectiu és aquest”. I la seva manera de mantenir enganxada l’audiència a la pantalla del canal és allargar el tractament dels temes que es demostren a través de l’audiència que interessin, com per exemple explicant en quatre vídeos, o més, el que segurament es pot explicar en un.

Les següents figures (2.2 i 2.3) mostren el conjunt de televisions, tant públiques com privades, que es poden veure a tot l’estat espanyol i a tot Catalunya. La figura 2.2. concretament mostra l’oferta de canals d’àmbit estatal que es poden veure arreu del territori català. Els únics de caràcter públic són els de la categoria *Televisión Española*. La resta (*Mediaset, Atresmedia...*) són mitjans privats.



Fig. 2.2. Oferta de canals d’àmbit estatal.

Font: Generalitat de Catalunya.

La figura 2.3. mostra l’oferta de canals d’àmbit nacional que es poden veure arreu del territori català. Televisió de Catalunya i Radiotelevisió Illes Balears són mitjans públics, a diferència del grup Emissions Digitals de Catalunya, que són privats.



Fig. 2.3. Oferta de canals d’àmbit nacional.

Font: Generalitat de Catalunya.

2.5.2. Telenotícies i magazins

Se centrarà aquest apartat a definir i explicar els diferents formats de programes que es treballaran posteriorment en l’anàlisi de continguts del treball en relació al cas del nen Gabriel, que són els informatius o telenotícies i els magazins.

Els telenotícies són els formats encarregats de transmetre aquesta realitat social que són les notícies a través de la televisió, però com ja s’ha explicat anteriorment, cada canal de televisió persegueix i defensa uns objectius diferents, pel que això es pot veure reflectit en la manera d’utilitzar aquests programes.

En el cas de Telecinco, una cadena generalista privada, l’objectiu dels informatius (i de la resta de programes de tots els canals privats) és mantenir l’audiència per tal de generar ingressos. La competició per l’audiència entre cadenes és com una guerra, i com a tal no has de permetre que el rival et superi. I això forma part de l’estratègia de la cadena. “És una mentalitat empresarial 100%”, comenta Riera (Annex II, p. 14).

En el cas de TV3, una televisió pública autonòmica, els objectius que defensa són completament contraris als d’una cadena privada. Ja s’ha comentat amb anterioritat que la

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals disposa d'un llibre d'estil, on a banda d'explicar-se els seus criteris i compromisos amb el servei públic, també defensa el model de finançament públic (junt amb ingressos comercials i publicitaris, però que no comporten cap mena de condició editorial). Els principis professionals que defensen són el compromís, la veracitat, el rigor, la immediatesa, la independència, la imparcialitat, la neutralitat i el pluralisme a l'hora d'exercir el periodisme en qualsevol dels mitjans que formen part de la Corporació (CCMA, 2019).

Centrant-se amb els dos informatius de cada canal, ambdós programes s'emeten a les 21:00h i són els que més audiència recullen en comparació amb els seus propis informatius de la casa d'altres franges horàries.

Els magazins són formats de televisió mixtes, de llarga durada, i se'n poden trobar tant al matí com a la tarda. En aquest cas es posen d'exemple dos magazins matinals: Els Matins de TV3 i *El programa de Ana Rosa* de Telecinco.

La característica dels magazins és que mesclen diferents temes en un sol programa (gràcies a la seva llarga duració), amb una bona dosi d'informació i anàlisi de l'actualitat, però també amb moments d'entreteniment i cultura. En aquest gènere televisiu, a diferència dels informatius, no apareix únicament informació, sinó que a través dels seus col·laboradors, tertulians i inclús presentadors, es dedica gran part a analitzar l'actualitat a través de les interpretacions i opinions.

Els Matins de TV3 té una durada aproximada de menys de tres hores, mentre que *El programa de Ana Rosa* s'aproxima a les quatre hores, tot i que en ambdós casos aquesta durada es pot veure modificada en cas que es faci el seguiment d'algun succés d'última hora.

3. Objectius i abast

3.1. Objectius

Objectius principals

- Analitzar el contingut televisiu dedicat al cas del nen Gabriel en una televisió pública i en una televisió privada.
- Comparar el tractament de la informació del mateix cas entre aquestes dues televisions, per tal de trobar-ne similituds i diferències.
- Identificar possibles incompliments de les recomanacions que s'emeten des d'alguns òrgans reguladors dels mitjans de comunicació.

Objectius secundaris

- Revisar influències d'aquest succés en l'*agenda-setting* dels dies posteriors al fet que es conegui que en Gabriel ha sigut assassinat.
- Estudiar quina és la forma correcta, si és que n'hi ha, de tractar successos tan delicats com és la desaparició i assassinat d'una persona menor d'edat.
- Reflexionar sobre el paper dels i les periodistes avui en dia.

3.2. Abast

L'abast d'aquest treball se centra en l'anàlisi que es realitza al material televisiu de les dues cadenes de televisió que s'estudiaran, Telecinco i TV3, durant els dies en què el nen Gabriel Cruz és desaparegut i fins una setmana després de trobar-se el seu cos. No es pretén únicament estudiar quin canal ha dedicat més temps a informar o comentar el cas de l'assassinat del nen Gabriel, sinó també analitzar el contingut que han tractat i veure com s'ha fet, i si s'han seguit les recomanacions i/o regulacions d'ètica periodística que puguin existir.

El treball, a més de comprovar el material dels dies en què succeïren els fets, anirà més enllà per també valorar el tractament que es dóna als fets un cop passats, i també per veure si tenen algun tipus d'influència en l'agenda mediàtica espanyola. És per això que també es tindran en compte les notícies dels dies posteriors a la detenció d'Ana Julia Quezada (11 de març de 2018).

Paral·lelament, es pretén fer una reflexió general sobre el paper dels i les periodistes avui en dia, així com veure l'impacte de les diferents formes de periodisme que existeixen. Per això s'estudiarà a fons què és el periodisme, el paper dels mitjans de comunicació i els conceptes de sensacionalisme i espectacularització.

4. Anàlisi de referents

Aquest apartat d'anàlisi de referents s'ha dividit en tres apartats per tal d'estructurar-ho i que es pugui veure de manera més clara la diferenciació entre els referents que s'han estudiat. A cada un d'aquests apartats o seccions se'ls hi ha assignat un nom descriptiu d'en què són referents.

Primerament hi ha els referents en la idea, que s'entén com tot el que serveix de referent al voltant de treballs que comparteixen el mateix tema que aquest Treball Final de Grau; treballs sobre periodisme, premsa, mitjans de comunicació, sensacionalisme o similars. Després hi ha els referents en el mètode, que es refereixen a treballs que utilitzen una metodologia semblant a la que es pretén utilitzar en aquest treball o que han servit d'inspiració a l'hora d'estructurar la manera d'analitzar els continguts audiovisuals que es pretenen analitzar. Per últim es troba l'apartat d'altres casos de desaparicions, on es fa un recull d'alguns dels altres casos mediàtics sobre desaparicions de menors que hi ha hagut a Espanya, per tal que puguin servir com a antecedents al cas que es tracta en aquest TFG, i com a històric de successos més rellevants en relació al treball i a l'estudi concret de cas que es farà: el cas del nen Gabriel Cruz.

4.1. Referents en la idea

- *El tratamiento informativo de la inmigración en los medios españoles: Un estudio comparativo de la prensa y televisión.*

Autors: Carlos Muñoz Muriel, Juan José Igartua Perosanz, José Antonio Otero Parra i Citlali Sánchez Hernández.

El treball, realitzat a Mèxic, parla sobre els prejudicis que la premsa pot crear sobre els espectadors, especialment a Europa. Diu que s'han permès discursos racistes contra tot allò "no-europeu". Els autors citen un estudi que va realitzar Van Gorp el 2005, on demostra que la informació que es donava sobre els immigrants sempre es relacionava com a quelcom problemàtic o en relació a un abús dels drets que obtenen en ser acollits. Els autors també citen a Muñoz i Cheng (2005), relatant que concretament a Espanya, quan una televisió

informa sobre temes d'immigració, també es vincula a temes de delinqüència, és a dir, es presenta com a quelcom negatiu per l'espectador.

A més, els autors citen un treball del 2004 d'Igartua i Humanes que diu que els mitjans tenen la capacitat d'organitzar i donar un tractament diferent d'un mateix tema a través d'oferir diferents enfocaments i punts de vista.

És per tot això que aquest treball s'ha considerat un referent; en aquest cas en la idea. Això és així pel que s'ha comentat anteriorment: la relació que es defineix entre el que un mitjà de comunicació emet i l'efecte que pot tenir sobre els espectadors es troba present en un dels objectius secundaris d'aquest TFG: revisar les influències d'aquests en l'*agenda setting*, i per extensió, en la societat. Però també pel fet que en un moment concret del treball, els autors parlen sobre la manera que les televisions poden oferir més d'una versió d'un mateix fet depenent del punt de vista, i aquest és un dels altres objectius que té aquest treball: trobar semblances i diferències entre dos canals de televisió en el tractament d'un mateix cas: el del nen Gabriel.

- *Impacto de la “televisión basura” en la mente y la conducta de niños y adolescentes.*
Autors: Manuel Arboccó de los Heros i Jorge O'Brien Arboccó.

Aquest treball sobre la “televisió brossa” s'agafa com a referent, salvant les distàncies, del concepte de premsa sensacionalista. El treball teòric que realitzen els autors sobre el contingut brossa i la influència que té en els nens i adolescents pot veure's relacionat amb la influència que la premsa sensacionalista, o premsa groga, pot tenir en la societat. L'apartat *Los contenidos de la TV: imagen de hombres y mujeres en la pantalla* i la següent enumeració de temes que van relacionats amb el tema, pot servir com a referent per aquest TFG vinculat amb la vessant racista que van adquirir certs actes posteriors en contra d'Ana Julia Quezada, autora confessa del crim.

Tanmateix, en un moment donat, els autors parlen sobre les característiques que té la televisió i que analitza Giovanni Sartori: que és un mitjà de comunicació unidireccional, que se sol creure en el que es transmet i que la informació que arriba té a veure amb uns valors, normes i formes de ser de la persona que ho transmet; en aquest cas, els canals de televisió. I és aquest punt el que comparteix el treball analitzat amb el qual s'està plantejant: els

objectius que té cada canal de televisió són diferents els uns dels altres, i més en l'estudi de cas que es realitzarà sobre el nen Gabriel, on els dos canals a analitzar són un de caràcter públic i l'altre privat.

- *Agendas, encuadres y discursos en los noticiarios televisivos españoles durante la crisis del Prestige.*

Autor: Miguel Vicente-Mariño.

Tot i que el treball de Vicente-Mariño és un referent principal en el mètode d'anàlisi emprat, i que es comentarà al següent apartat, també és un referent en la idea per l'estudi que realitza en cada mitjà de comunicació. De les quatre televisions que analitza, n'acaba definint un perfil d'actuació i de tractament de les notícies, també d'un mateix cas: el del desastre mediambiental que va causar el *Prestige*.

També parla i analitza les agendes de cada mitjà, tema que s'estudiarà també al marc teòric d'aquest treball i que va en relació al temps de dedicació que ofereix cada informatiu a cada una de les notícies que tracta.

- *Géneros informativos y estilo periodístico en la cobertura de sucesos en la prensa diaria de información general en España (1977-2000).*

Autors: Iñigo Marauri, María del Mar Rodríguez i María José Cantalapiedra.

El treball realitza una anàlisi d'onze dels grans successos que van ocórrer a Espanya entre els anys 1977 i 2000, més concretament sobre el tractament que els diaris de referència espanyols van realitzar sobre cada un d'aquests esdeveniments. Però el que realment es comparteix més i que actua com a referent és un dels mateixos objectius que es marquen els autors en aquest article: establir si hi ha diferències en l'ús els gèneres periodístics dels diferents mitjans analitzats i veure quines són aquestes.

A més, realitza un estudi sobre les espectacularitzacions que utilitzen els diaris per cobrir els fets, punt en comú amb aquest treball però en aplicació al cas del nen Gabriel i a dos canals de televisió: TV3 i Telecinco; així com una anàlisi sobre la procedència de les fonts que en

cada notícia s'utilitzen, comptabilitzant-ne el nombre, categoritzant-les i posteriorment detectant quines eren purament testimonials.

4.2. Referents en el mètode

- *El tratamiento informativo de la inmigración en los medios españoles: Un estudio comparativo de la prensa y televisión.*

Autors: Carlos Muñoz Muriel, Juan José Igartua Perosanz, José Antonio Otero Parra, Citlali Sánchez Hernández.

Aquest treball, realitzat a Mèxic i anteriorment citat a l'apartat de referents en la idea, també és un referent en el mètode.

Els mètodes que utilitzen els autors per a realitzar el seu estudi sobre els informatius i la immigració és, salvant certes diferències, bastant semblant a la idea de metodologia que s'aplicarà en aquest treball: analitzen els noticiaris de tres canals de televisió (un públic i dos privats), i quatre diaris de premsa escrita, durant un any. La principal diferència metodològica és que en el cas d'aquest TFG, que s'explica més detalladament al seu apartat, s'analitzaran únicament dos canals de televisió, i no pas premsa escrita. Un d'ells és un canal públic i autonòmic, TV3, i l'altre un privat i generalista, Telecinco.

A més, els autors van decidir analitzar tan sols els telenotícies que es van emetre en *prime time*, una decisió que també serà adoptada per la realització i anàlisi d'aquest treball.

- *Efectos políticos de los medios de comunicación de masas. Un análisis de la función de "establecimiento de la agenda".*

Autors: Orlando J. D'Adamo, Virginia García Beaudoux i Flavia Freidenberg.

Aquest estudi realitzat a Argentina és principalment un referent com a mètode d'estudi de què és l'*agenda setting*. Realitza tot un estudi teòric sobre aquest concepte de l'agenda mediàtica, ja sigui sobre l'agenda dels mitjans, l'agenda pública o l'agenda política. Analitza la seva influència i realitza un estudi pràctic utilitzant enquestes per trobar una relació entre el que preocupa als ciutadans i el que informen els telenotícies.

Tot i que per aquest TFG no està previst realitzar un estudi sobre la societat semblant al que han utilitzat els autors, la referència ens serveix per veure com enfocar el concepte de l'agenda de mitjans i social aplicat al nostre cas, i en cas que en un moment donat del treball es cregués necessari la realització d'enquestes, aquest ens serviria com a referent.

- *Agendas, encuadres y discursos en los noticiarios televisivos españoles durante la crisis del Prestige.*

Autor: Miguel Vicente-Mariño.

Com s'havia dit anteriorment, aquest treball és un referent principalment en el mètode que utilitza l'autor per dur a terme la seva investigació. La utilització d'un esdeveniment (en aquest cas, el del *Prestige*) per tal d'analitzar el tractament que utilitzen diferents mitjans de comunicació és exactament el que es pretén en aquest treball final: analitzar el tractament de diferents televisions en un mateix cas: el del nen Gabriel. Tot i que, com a tots, cal separar-ne algunes diferències. L'autor realitza un estudi de quatre mitjans de comunicació (dos de públics i dos de privats), i en el cas d'aquest TFG en serien la meitat, ja comentats anteriorment en altres anàlisis de referents.

Entrant en matèria, aquest referent empra primerament un mètode d'anàlisi quantitatiu i posteriorment qualitatiu: primer busca el material que li interessa relacionat amb el cas del *Prestige*, i posteriorment analitza el contingut que es mostrava. Un dels punts importants d'aquest treball és que fa menció a les fonts que utilitza cada mitjà en tractar les notícies en qüestió, punt en comú amb aquest TFG, ja que les fonts seran un punt de referència primordial a l'hora de fer la comparació entre els dos canals, ja que aquestes defineixen la qualitat i rellevància informativa que s'està emetent, siguin informatius o magazins. Les fonts, a més, poden tenir una relació directa amb l'aparició del sensacionalisme, ja que un ús inadequat d'aquestes pot distorsionar el que hauria de plantejar-se com una mostra objectiva i acurada d'un esdeveniment.

- *Análisis del tratamiento informativo en noticias de televisión. Estudio de caso de la huelga de profesores en España y Perú.*

Autor: Morales Morante, Fernando (2014).

Aquest és un referent directe en la metodologia que utilitza, ja que agafa un mateix tipus d'esdeveniment (una vaga de professors) i ho compara entre dos mitjans. Tot i que l'autor, professor de la Universitat Autònoma de Barcelona, ho compara entre dos canals de televisió privats de diferents països (un d'Espanya i un del Perú), el concepte de comparació d'un mateix cas (o similar, perquè òbviament no era la mateixa vaga de professors) s'adequa molt bé al que pretén aquest TFG.

Realitza tota una primera part de contextualització i definició de conceptes clau per al seu treball, per tal d'arribar posteriorment a la part d'anàlisi. L'anàlisi que realitza no és exactament un referent per aquest treball, ja que se centra molt en tipologia de plans, però també se centra en el temps en pantalla, i aquesta és una de les variables d'anàlisi que s'analitzaran en el cas del nen Gabriel. El que també que podria usar-se de referent és l'estudi de registre de testimonis i la intenció informativa de cada un dels canals, més relacionat amb els objectius d'aquest Treball de Fi de Grau, relacionats amb l'ús de les fonts que utilitza cada canal i els seus objectius com a canals de televisió públics i privats.

4.3. Altres casos de desaparicions

A continuació es mencionen, en ordre cronològic, els diferents casos de desaparició i mort de persones menors d'edat, com a referents previs al cas que es tracta en aquest TFG: la desaparició i assassinat de Gabriel Cruz. És una selecció dels casos amb més ressò; no s'hi inclouen tots els casos.

- **Novembre de 1992: Crim d'Alcàsser**

Un dels principals antecedents quant a ressò mediàtic va ser el del crim de les tres joves d'Alcàsser, d'entre 14 i 15 anys: Míriam, Antonia i Desirée, que van ser torturades, violades i posteriorment assassinades.

La cerca de les noies es va allargar durant dos mesos, fins que es van trobar els seus cadàvers. Fins i tot el programa *De tú a tú*, d'Antena 3, va traslladar el seu equip a la població, i va estar emetent durant dues hores entrevistes amb veïns del poble, familiars i amics de les noies que s'acabaven de trobar enterrades.

Aquest fet es va convertir en portada de tots els diaris nacionals i obria tots els titulars dels telenotícies. I així ho comenta Salvador Enguix en un article al diari *La Vanguardia* l'any 2017: “un suceso que hizo saltar por los aires todas las reglas deontológicas, escritas y no escritas”.

A més, el cas torna a ser comentat avui dia (si és que mai havia deixat de ser-ho) perquè Netflix estrena el 14 de juny de 2019 “*El caso Alcàsser*”, una docu-sèrie espanyola basada en aquest cas, considerat el primer a ser cobert massivament pels mitjans de comunicació. S'haurà de veure si aquest paper dels mitjans apareix a la ficció de Netflix.



Fig. 4.1. Captura de pantalla del títol i descripció de la docu-sèrie de Netflix.

Font: Netflix.

– Octubre de 2011 – Els germans Bretón

Un dels casos més mediàtics dels antecedents al cas del nen Gabriel és, desgraciadament, el dels germans Bretón: la Ruth, de sis anys, i el José, de dos anys, calcinats prop de Córdoba. L'assassí, José Bretón, pare dels nens, assegurava que havia perdut de vista els nens un moment mentre jugaven al parc. No va ser fins a juliol de 2013 que el pare va ser condemnat a 40 anys de presó per l'assassinat del seu fill i la seva filla, tot i que a finals d'octubre ja va ser detingut i enviat a presó preventivament gràcies a l'avanç de les investigacions.

S'han realitzat treballs que demostren el sensacionalisme per parts dels mitjans en el tractament d'aquest cas, com per exemple el de Marisol Díaz Berrocoso (2017), on una de les principals conclusions que extreu és que TVE va incomplir el seu propi codi ètic i deontològic en el cobriment informatiu d'aquest cas.

– Setembre de 2013 – Asunta Basterra

Un altre dels casos més mediàtics és el de la nena de Santiago de Compostela, Asunta Basterra, de 12 anys. Desapareguda i trobada morta l'endemà, els seus pares adoptius, Rosario i Alfonso, van ser jutjats i declarats culpables del seu assassinat.

Tan mediàtic va ser el cas que fins i tot es va crear una minisèrie documental:

- *Lo que la verdad esconde: Caso Asunta*: a maig de 2017 Antena 3 va emetre per primera vegada aquesta minisèrie documental del cas, produïda per Bambú. Actualment també està disponible a Netflix, amb el títol *El caso Asunta (Operación Nenúfar)*, nom que va rebre la investigació policial del cas. La minisèrie consta de tres capítols que narren en ordre cronològic les diferents etapes de la investigació i un quart episodi amb testimonis i entrevistes. A Netflix també es pot trobar un capítol extra on parla sobre el paper de ser jurat d'un judici.



Fig. 4.2. Portada de la minisèrie documental sobre el cas Asunta.

Font: Netflix.

El cas de l'Asunta Basterra és un referent clar quant a la desaparició i assassinat de la nena, lògicament, i per la gran implicació mediàtica que va tenir, igual que el cas del nen Gabriel. El mateix advocat de la mare, José Luis Gutiérrez Aranguren (com cita Marcos, 2017), comenta al documental que la seva estratègia de defensa començava fora de la cambra, ja que per culpa del ressò mediàtic, ja estava essent jutjada.

Amb aquest cas de la nena de Santiago de Compostela s'arriba al cas d'aquest TFG:

– **Febrer de 2018 – Gabriel Cruz**

El nen, anomenat també com *pescaíto*, va desaparèixer la tarda del 27 de febrer de 2018 a Las Hortichuelas, Níjar (Almeria). El nen va desaparèixer en el moment en què es dirigia de casa la seva àvia a casa els seus cosins, a tan sols 100 metres de distància. Va ser en aquell moment que la seva família va denunciar la seva desaparició. No va ser fins 12 dies després, l'11 de març, que es va trobar el seu cos al maleter del cotxe de la que era, fins llavors, la parella del pare del nen, Ana Julia Quezada, i ara autora confessa de l'assassinat del petit de 8 anys.

Ha sigut el cas amb més presència mediàtica els últims anys. Tant és així que el Consell de l'Audiovisual d'Andalusia (CAA) va acabar emetent un comunicat denunciant i alertant als canals de televisió sobre l'abusi abocament mediàtic de caràcter morbós i sensacionalista.

5. Metodologia

L'objectiu d'aquest Treball de Fi de Grau, com s'ha comentat, és poder realitzar un estudi sobre el sensacionalisme als mitjans, concretament als canals de televisió a l'hora d'explicar notícies. Per fer-ho, s'ha cregut que el més adient és utilitzar les diferents eines metodològiques que s'explicaran a continuació. Per començar, s'explicarà què és un estudi de cas, ja que és la forma que s'ha escollit per realitzar la investigació. Seguidament, s'explicarà per què es farà una anàlisi de contingut, què és, i quines característiques es tenen en compte. Finalment, s'ha decidit realitzar unes entrevistes, i s'explicarà per què i a qui es realitzarien.

5.1. Estudi de cas

S'ha decidit tractar el tema de la premsa sensacionalista enfocant-ho en un cas concret com és el del nen Gabriel Cruz perquè exemplifica perfectament el concepte de premsa sensacionalista, i encara més en tractar-se del cas d'un menor d'edat. Un estudi de cas no se centra en una mera recopilació de dades, sinó que és considerada una tècnica d'investigació tant qualitativa com quantitativa (Marradi, Archenti & Piovani, 2007) i, a més, l'investigador s'aproxima als seus objectius mitjançant altres mètodes que es van ajuntant com trencaclosques.

Aquesta aposta en realitzar un estudi de cas que ajudi a comprendre el tractament del sensacionalisme i l'espectacularització als canals de televisió espanyols i catalans, ve recolzada pel motiu número tres que enumeren Marradi, Archenti & Piovani (2007, p. 241) sobre en quines situacions és adient utilitzar aquest mètode:

A partir del interés por estudiar un fenómeno general, se selecciona un caso de observación por sus características paradigmáticas o ejemplificadoras. La intención puede ser proveer de base empírica a una teoría o desarrollar un estudio crítico tendiente a su reformulación.

Cal mencionar que de les diferents tipologies d'estudis de cas que es defineixen, la que més s'adapta a la que s'està proposant seria el d'estudi de cas crític. Aquest permet obtenir unes conclusions generals per casos del seu conjunt i, per tant, permet afirmar que les conclusions

vàlides per aquest cas també ho seran per tots els casos del mateix estil (Marradi, Archenti & Piovani, 2007).

Una vegada explicat i justificat aquest mètode, es passa ara a parlar sobre una altra de les metodologies que s'utilitzaran en relació a l'estudi del cas del nen Gabriel: l'anàlisi de contingut.

5.2. Anàlisi de contingut

Realitzar una anàlisi de contingut significa estudiar els continguts d'un material prèviament seleccionat (Arandes, 2013), el que més ens interessa, per tal de posteriorment realitzar una investigació. En aquest cas, l'anàlisi de contingut es realitzaria dels telenotícies de TV3 i Telecinco, per tal de realitzar-ne una comparació i extracció de conclusions, així com dels magazins matinals dels mateixos canals: Els Matins i *El Programa de Ana Rosa*, respectivament.

Aquesta anàlisi de contingut no és una simple recepció de material, sinó una aplicació sistemàtica de regles i procediments metòdics per tal d'extreure'n la informació necessària (Arandes, 2013). A més, ens permetrà obtenir informació sobre l'emissor (Arandes, 2013), part a tractar també en aquest TFG: el fet d'analitzar dos canals de televisió diferents ens permetrà trobar-ne semblances i diferències.

La realització d'aquest treball ha de passar per diverses fases de desenvolupament. Una primera fase d'obtenció del material per analitzar, perquè es pugui estudiar i s'obtinguin uns resultats. Seguidament, amb les anàlisis individuals fetes, es comparen entre elles i es busquen semblances i diferències.

Totes aquestes anàlisis i comparacions arriben fins al punt que s'obtenen unes conclusions. Totes les anàlisis, comparacions i conclusions vénen reforçades per tot l'estudi previ teòric que hi ha darrere: un marc teòric que explica tot el necessari sobre el periodisme, la seva història, els gèneres periodístics que existeixen, amb especial èmfasi a la de successos i el sensacionalisme, explicant conceptes com *agenda setting* i també teoria sobre els mitjans de comunicació i sobre com es tracten i s'haurien de tractar les notícies, també seguint les recomanacions de diversos òrgans reguladors de contingut audiovisual i periodístic.

Per dur a terme aquest mètode d'investigació s'han marcat diverses variables quant a quins canals de televisió s'analitzaran, en quines dates i el què s'analitzarà, que es comenta a continuació.

5.2.1. Confecció de la mostra

Els canals de televisió que s'han escollit per analitzar el tractament que varen realitzar del cas de Gabriel Cruz són TV3 (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals) i Telecinco (Mediaset).

Per una banda, TV3 s'ha escollit per ser la televisió a Catalunya amb més audiència, ja que és la televisió amb un tant per cent més elevat d'acumulació d'audiència anual (un 11,8%), just per sobre de Telecinco (10,1%) i Antena 3 (9,6%) (Institut d'Estadística de Catalunya, 2017).

A més, TV3 és una televisió pública. En comparació amb l'altra televisió pública, TVE, de nivell estatal, el repartiment d'audiències és clar a Catalunya (TVE acumula anualment un 7,5% de l'audiència, una mica més de quatre punts per sota de TV3).

L'altra cadena escollida és Telecinco. Seria la competència de TV3 en termes d'audiència a Catalunya, i a més és una televisió privada, pel que fa a que la comparació de les dades entre aquests dos canals sigui més significativa, ja que la seva manera de fer i els seus objectius com a mitjà pot ser diferent.

Els programes que s'han escollit per analitzar de TV3 són els Telenotícies Vespre i Els Matins. L'elecció és aquesta perquè els telenotícies del vespre són els que recullen més espectadors i permet fer un recull de tota la jornada que acaba, amb emissió a les 21:00h. Els Matins és l'únic magazín informatiu matinal de TV3, on solen portar tertulians i experts per tractar els temes d'actualitat. En caps de setmana, s'analitzarien únicament els Telenotícies cap de setmana, ja que Els Matins no s'emeten.

Els programes de Telecinco escollits vénen a ser els mateixos explicats per TV3, però que s'emeten al canal privat generalista. Com a informatiu, s'ha escollit *Informativos Noche*, que s'emet a les 21:00h, i com a programa matinal, *El Programa de Ana Rosa*. En caps de

setmana, s'analitzarien únicament els *Informativos Fin de Semana*, ja que *El programa de Ana Rosa* no s'emet.

Tots aquests programes es poden recuperar a la carta des de les respectives pàgines web de cada canal de televisió, pel que no seria necessari realitzar cap mena de petició de còpies a les cadenes.

5.2.2. Temporalitat de la mostra

Els dies que s'han decidit analitzar són els que es comprenen des del dia de la desaparició del nen, el dimarts 27 de febrer de 2018, passant pel dia en què troben el cos d'en Gabriel i es produeix la detenció d'Ana Julia Quezada, el diumenge 11 de març de 2018, fins una setmana després d'aquesta detenció (diumenge, 18 de març de 2018). S'ha decidit allargar-ho una setmana per poder comprovar si el tema s'allarga en els debats dels magazins, si la investigació de la detinguda es continua informant, i veure si l'agenda social i política es veu influenciada pel cas.

En total una suma de 66 programes a analitzar, tenint en compte que els programes matinals del dia 27 de febrer no es compten, ja que la desaparició va succeir a la tarda, i que tampoc s'emeten els caps de setmana.

5.2.3. Variables d'anàlisi

L'anàlisi que es durà a terme dels programes i dels dies que s'han explicat als dos apartats anteriors s'efectuaran mitjançant una plantilla amb les dades necessàries per al seu estudi. Així doncs, la plantilla (es pot veure als Annexos III, IV, V i VI) s'ha dividit en tres grans blocs: Dades generals, Tractament de les fonts i Tractament de la imatge i recomanacions del CAC, a més d'un últim apartat per poder anotar-hi altres observacions o comentaris respecte al que s'estigui analitzant.

Dins de cada bloc s'hi poden trobar els diferents apartats a valorar:

1. Dades generals: diverses informacions com ara la data del programa que s'està analitzant, la durada total del programa en minuts i segons (o en hores, minuts i

segons, en el cas dels magazins que tenen una durada major), el temps dedicat al cas del nen Gabriel (també en minuts i segons) i el tant per cent que això representa sobre el total del programa. A més, al costat d'aquest apartat es deixarà una casella en blanc per pintar-la depenent de si es tracta o no en aquell programa el cas del nen, en verd si sí, i en vermell si no. En el cas dels magazins, els caps de setmana es marcaran en gris per poder distingir-los i saber que aquells dies no s'emet programa, així com el mateix dia 27 de febrer, que tampoc es té en consideració.

DADES GENERALS			
Data	Durada total	Temps dedicat	% sobre el total
27/03/2018			0,00%
28/03/2018	38:45	23:23	60,34%

Fig. 5.1. Captura de pantalla d'exemple de l'apartat "Dades generals".

Font: Elaboració pròpia.

2. Tractament de les fonts: en aquest apartat es parla estrictament de les fonts d'informació que utilitza el mitjà a l'hora de tractar el fet. La diferenciació que es farà entre aquestes fonts serà per càrrecs. Tanmateix, hi haurà altres dades a emplenar sobre aquestes fonts, com són en un primer lloc el nombre de fonts que s'han pogut detectar (per cada càrrec), de forma quantitativa, i posteriorment es passarà a valorar-ne la tipologia mitjançant variables tals com el mateix càrrec, quina relació té amb l'objecte de coneixement o l'atribució de la font. A continuació es detallen les opcions en què s'han categoritzat el repartiment de càrrecs a valorar, i també les opcions de la resta de variables.

Càrrecs:

- Mare/Pare: sempre que aparegui el pare i/o la mare com a font a l'informatiu o al magazín, se seleccionarà aquesta opció, senyalant a la quantitat de fonts si n'ha aparegut tan sols un o els dos.
- Anònim/a – Amistat: aquí entrarien totes aquelles fonts que no es retolen i que no s'identifiquen com a cap persona que pugui formar part d'un cos de

seguretat, com per exemple un policia; veïns, amistats de la família o altres testimonis.

- **Expert/a:** aquesta categoria de font fa referència a literalment el càrrec que té, és a dir, un psicòleg, un jutge, un periodista o un expert en qualsevol àmbit, però que no per ser un expert significa que la seva contribució sigui categoritzada com a informació experta i de primera mà pel cas.
- **Familiar:** qualsevol persona familiar que aparegui com a font, ja siguin familiars de la família d'en Gabriel Cruz com d'altres persones que tinguin relació al cas, com pot ser la família d'Ana Julia Quezada o d'altres.
- **Oficial:** totes aquelles fonts oficials com són els cossos i forces de seguretat implicats en la cerca del nen, el ministre de l'Interior o fins i tot l'alcaldeessa d'Almeria. Igual que amb les fonts catalogades com a "Expert/a", això no implica que totes les persones comptabilitzades com a fonts oficials siguin usades com a tals.
- **Tertulià/na:** aquest càrrec només s'utilitza en els casos dels magazins, on s'hi inclouen aquelles persones que formen part del debat generat a la taula rodona de cada programa, així com altres participants que puguin implicar-s'hi tot i no estar físicament al plató.

Relació amb l'objecte de coneixement: a distingir entre font primària o secundària, depenent de si ofereixen informació de primera mà, original (primàries) o si interpreten i analitzen aquestes fonts primàries (secundàries).

Segons atribució: directa, reservada i reserva total: s'escollirà entre aquestes tres depenent de si la font se cita i/o és identificable (directa), si el mitjà coneix la font però no la cita ni és identificable (reservada) o el cas de reserva total, que seria si la informació no es pot publicar ni es pot citar la font, però no es creu que sigui el cas, ja que aquesta atribució és més típica en casos per desenvolupar una investigació periodística (Díaz Arias, 2008).

TRACTAMENT DE LES FONTS			
Quantitat de fonts	Càrrec	Relació	Atribució
2	Mare/Pare	Primària	Directa

Fig. 5.2. Captura de pantalla d'exemple de l'apartat "Tractament de les fonts".

Font: Elaboració pròpia.

3. Tractament de la imatge i recomanacions del CAC: un últim bloc on es parla de la tipologia de les imatges que s'han mostrat, així com de si compleixen o no certes consideracions que fa el Consell de l'Audiovisual de Catalunya respecte a les tragèdies personals i els mitjans de comunicació. Els subapartats que s'han definit i s'hauran d'emplenar s'expliquen a continuació, on la majoria d'aquestes dades es recolliran en forma de punts per tal de poder comptabilitzar-ho amb valors i comparar-ho:

- Origen imatges: a triar entre Pròpies, Cedides i/o Vídeo-aficionats. Dins de la categoria de cedides també hi entren talls d'àudio que es puguin emetre durant els programes, a més d'imatges.
- Dret intimitat infant: numèricament es deixa constància de quantes vegades s'ha incomplert aquesta recomanació que fa el CAC (totes les recomanacions han sigut definides a l'apartat XXX del marc teòric). Per cada imatge del nen es sumarà un punt. Les imatges del nen que apareguin d'ensenyar el cartell de desaparegut no es tindran en compte els dies de cerca (del 27 de febrer al 10 de març, inclosos), però sí a partir de trobar-se'n el cadàver (a partir de l'11 de març).
- Efectes espectacularitzadors / tractar amb respecte el dolor: cada cop que s'utilitzi un recurs que fomenti el sensacionalisme i l'espectacularització del que s'està explicant, com poden ser gràfics, *zooms* exagerats, ús de músiques, talls de pla concrets, vídeos... així com primers plans i imatges que vulnerin el respecte al dolor de persones que es veuen clarament en una situació de patiment, es comptabilitzarà un punt per cada un.

- Fonts d'informació experta: tota font que aparegui durant el tractament del cas i que aportí informació original i de primera mà. Es consideren aptes les fonts oficials, així com els pares del nen i els familiars, sempre i el que aportin no sigui sentimentalisme, opinió o valoracions pròpies. Per cada una d'elles s'assignarà un punt.
- No protagonisme a testimonis / informació sense valor informatiu: ve a ser el contrari del subapartat anterior de fonts expertes. Aquí hi entren totes aquelles fonts que l'únic que aporten és opinió i valoracions, així com testimonis, veïns i amiguets que no aporten valor informatiu. S'assigna també un punt per cada una d'aquestes fonts.
- Lèxic adient: s'assignarà un punt per cada expressió o paraula que el o la periodista utilitzi per recalcar o evocar un sentiment o una situació que ja és òbvia pel context, pel que s'està explicant i per les imatges que s'estan mostrant. També per la utilització de la paraula “menor”, sigui dita o escrita en algun *chyron*.
- Prejutjaments / projeccions de culpabilitat: en cas que en algun moment del programa s'incompleixi la presumpció d'innocència d'algun involucrat o s'emetin vídeos i comentaris que puguin insinuar la culpabilitat d'una persona en relació al cas, s'assenyalarà marcant un “1” en aquest subapartat. No interessa la quantitat, com en la resta de variables, sinó si s'ha produït o no (uns i zeros).

TRACTAMENT DE LA IMATGE i RECOMANACIONS DEL CAC						
Origen imatges	Dret intimitat infant	Efectes espectacu. / respecte dolor	Fonts d'informació experta	No protag. testimonis / info. sense valor informatiu	Lèxic adient	Prejutjaments / projeccions de culpabilitat
Pròpies	2	3	0	0	1	0

Fig. 5.3. Captura de pantalla d'exemple de l'apartat “Tractament de la imatge i recomanacions del CAC”.

Font: Elaboració pròpia.

El fet de realitzar l'anàlisi d'algunes d'aquestes variables en forma de puntuació és pensant en l'hora de treure resultats i conclusions, on es permetrà realitzar gràfiques i comparacions visuals molt més clares que no pas apuntant en forma de text el que apareix en pantalla.

La plantilla està creada en un Excel que s'anirà omplint amb les dades que es vagin obtenint de l'anàlisi dels diferents programes i dies. En les figures d'exemple que s'han mostrat anteriorment, es poden veure les capçaleres de les dades que s'han definit, així com un primer exemple de com es veu un dia en què no es tracta el tema (en vermell) i en segona posició el d'un dia on sí que es tracta el tema, i ja es comencen a recollir dades. Als annexos s'adjunta la plantilla d'Excel de cada programa analitzat un cop emplenada, pel que allà es pot veure aquesta al complet i amb les dades reals obtingudes.

Aquest mètode d'investigació és un mix entre quantitatiu i qualitatiu. Per una banda, aquesta primera part d'anàlisi de cada programa sembla compartir més punts en comú amb un tipus d'estil quantitatiu, però després a l'hora d'haver de realitzar comparacions i extreure'n unes conclusions, el material obtingut s'analitzarà de forma qualitativa, on el que és més important és el què, el com i en quina mesura es mostren els fets.

Per aquest motiu totes les notícies relacionades amb el cas de la desaparició i assassinat d'en Gabriel Cruz que apareguin als telenotícies de TV3 i Telecinco seran transcrits. Es recull d'aquesta manera el què s'ha dit i com s'ha dit, i es pot revisar constantment de forma escrita sense que s'hagi d'acudir cada cop al material audiovisual. A més, es creu que aquesta és una forma d'organització més eficaç.

5.3. Entrevistes

Per tal de poder entendre millor i obtenir informació de primera mà sobre el procés que utilitzen els telenotícies per decidir quines notícies es mostren i quin tractament reben, i tenint en compte que l'entrevista és un dels mètodes més utilitzats en la realització d'estudis empírics (Marradi, Archenti & Piovani, 2007), s'ha decidit que es realitzaran entrevistes a un dels editors dels telenotícies que anteriorment s'han comentat que s'analitzaran, així com a una membre del Consell de l'Audiovisual de Catalunya:

- Francesc Xavier Riera, periodista i coordinador d'editors dels *Informativos Fin de Semana* de Telecinco.
- Mònica Gasol, cap de l'Àrea de Continguts del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

La decisió d'utilitzar aquest mètode és degut al fet que les entrevistes se solen realitzar quan es busca accedir a una perspectiva diferent, des del punt de vista dels mateixos actors, per conèixer com interpreten ells mateixos la seva experiència (en aquest cas els actors serien els editors dels telenotícies) (Marradi, Archenti & Piovani, 2007).

D'acord amb la tipologia d'entrevistes que defineixen Marradi, Archenti & Piovani (2007) al llibre *Metodología de las ciencias sociales*, l'entrevista que es realitzarà serà una entrevista personal semiestructurada, és a dir, una entrevista cara a cara amb un grau mitjà d'espontaneïtat en la interacció verbal, ja que la majoria de les preguntes que es realitzaran estaran prèviament redactades i preparades per part de l'entrevistador.

Les preguntes que es realitzaran a les entrevistes tractaran un dels punts principals del treball que més relació tenen amb la feina dels entrevistats: quin és el criteri que s'utilitza per decidir quines notícies s'expliquen, en quin ordre i de quina manera, si és que n'hi ha (òbviament en el cas dels editors del telenotícies, i no a la membre del CAC). Es preguntaria també sobre la metodologia que s'utilitza a l'hora d'explicar casos d'esdeveniments més delicats, morbosos i fàcils de caure en sensacionalismes, així com acabar fent més èmfasi en el cas concret del nen Gabriel.

A l'entrevista a la senyora Gasol, membre del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, se li preguntaria principalment quin és el paper d'aquest òrgan regulador, com està format, quines competències tenen, com creu que s'ha d'actuar en situacions de casos com les del nen Gabriel i també sobre quines són les recomanacions que creu més importants.

A part de tot això, per tal de poder beneficiar-se al complet d'aquestes entrevistes, es preguntaria sobre el concepte de periodisme avui en dia; com el veuen, què creuen que ha canviat, com veuen que ha de ser el perfil d'un periodista actual, etcètera.

Als Annexos I i II es podran trobar les transcripcions que es realitzaran de les entrevistes, que seran enregistrades en veu i posteriorment passades a text.

6. Anàlisi i resultats

Per tal de poder dur a terme l'estudi de cas i analitzar les diferents variables que s'han definit anteriorment a la metodologia, es va crear una plantilla en Excel per tal de poder anar recopilant totes les dades en un mateix espai que fos intuïtiu i fàcil d'utilitzar i organitzar.

Així doncs, es va decidir dividir en diferents fulls de càlcul dins del mateix llibre d'Excel cada un dels programes a analitzar, amb els següents noms: TN Vespre, *Informativos*, Els Matins i Ana Rosa.

Tots els fulls disposen de la mateixa plantilla a l'interior. Una plantilla que està dividida en tres blocs horitzontalment: Dades Generals, Tractament de les fonts i Tractament de la imatge i recomanacions del CAC; i cadascun d'aquests blocs té els seus subapartats, que són les variables que s'analitzaven per cada un dels programes, ja mencionades al punt 5.2.3. Verticalment, la plantilla s'organitza mitjançant els dies que es tracten: des del 27 de febrer de 2018 fins al 18 de març de 2018.

L'ordre que es va seguir per realitzar l'anàlisi de tot el contingut audiovisual va ser el següent: primerament els Telenotícies Vespre de TV3, tot seguit dels *Informativos* de Telecinco. Un cop recollides totes les dades dels dos informatius, es va passar a analitzar el contingut dels dos magazins: primer Els Matins i posteriorment *El programa de Ana Rosa*.

En tots aquests programes s'analitzava el mateix i de la mateixa manera (a excepció d'*El programa de Ana Rosa*, on hi ha algunes variables que es van prendre amb un altre barem i que ja s'explicarà en el seu moment): primerament s'apuntava la duració total del programa, per un cop analitzat tot, que es pogués fer la relació entre la duració total i el temps dedicat al cas del nen Gabriel en tant per cent. Aquest temps dedicat al cas s'obtenia apuntant sempre des de quin minut i segon es començava a parlar del tema fins al minut i segon on s'acabava, i en cas de tractar-se en més d'un moment en tot el programa, es realitzava una suma dels minuts i segons. A través d'una fórmula a la columna del % de la plantilla, automàticament el full de càlcul mostrava el resultat. En cas que el programa en concret tractés el tema de la desaparició del nen Gabriel es marcava una casella al costat de la data de color verd. En cas que no es tractés, es marcava la casella i tota la fila de color vermell. En el cas dels magazins també es poden trobar caselles marcades de color groc, gris i violeta. El color groc és perquè no es parla concretament del cas que s'està estudiant, però sí que es fa menció en relació a

un altre tema; el gris és per marcar que és cap de setmana, i els magazins no s'emeten; i el violeta és un cas en concret d'*El programa de Ana Rosa*, ja que el dia 8 de març va adherir-se a la vaga feminista i no va emetre el seu programa.

A continuació es passarà a comentar programa per programa les diferents anàlisis que s'han fet, mencionant els resultats obtinguts i comentaris que s'han cregut pertinents a realitzar, seguint l'ordre horitzontal (de les dades generals a les recomanacions del CAC).

6.1. Telenotícies Vespre

El cas del nen Gabriel Cruz es troba present als Telenotícies Vespre de TV3 en sis dies diferents: el 5, l'11, el 12, el 13, el 14 i el 15 de març. El dia que més temps es va dedicar a parlar sobre el tema va ser el 12 de març, amb un còmput total de 5 minuts i 9 segons, ocupant un 13,55% del total del programa dedicat a les notícies (no als esports ni a la previsió meteorològica). Aquest dia és el posterior a la detenció d'Ana Julia Quezada per part de la Guàrdia Civil mentre transportava el cadàver del nen al maleter del seu cotxe.

La resta de dies no superen el 10% de cada programa, amb uns temps dedicats a la notícia que es mouen des dels 30 segons als gairebé tres minuts. El dia 13 de març sí que supera el 10%, però és un cas excepcional, ja que el telenotícies té una duració reduïda de menys d'un quart d'hora per culpa d'un partit de la *Champions League*, i tan sols dedicant 1 minut i 35 segons al cas ja s'obté aquest més elevat percentatge.

Sobre el tractament de les fonts: apareixen fonts en tres dels sis dies en què es parla del cas del nen Gabriel, i en tots tres són fonts catalogades com a Oficials o són el pare i/o la mare i ofereixen informació de primera mà, pel que totes són fonts primàries segons la relació amb objecte de coneixement i d'atribució directa.

Cal mencionar que els dos dies en què més minuts es dedica al tema, no apareix cap mena de font: dies 11 i 12 de març, amb 2:46 minuts i 5:09 minuts respectivament. Un altre dia en què no apareix cap classe de font ni a plató ni durant la crònica, és el 14 de març, dia en què tan sols es dediquen 30 segons a la notícia.

El dia 5 de març apareix com a font el llavors ministre de l'Interior, Juan Ignacio Zoido. El dia 13 de març apareixen com a fonts Patricia Ramírez i Ángel Cruz, pares d'en Gabriel. El

dia 15 de març apareix com a font un oficial de la Guàrdia Civil, a càrrec de l'operació de cerca del desaparegut, en una roda de premsa que va realitzar el mateix cos de policia. Aquestes quatre persones són les úniques fonts que apareixen als Telenotícies Vespre.

Parlant sobre l'origen de les imatges que s'utilitzen als informatius de TV3, en tots els sis dies en què es parla del cas s'usen imatges pròpies, o almenys així s'han catalogat, ja que no es menciona en cap moment que hagin estat cedides ni que siguin de vídeo-aficionats, com sí que passa els dies 11 i 12 de març, on a més de les imatges pròpies, se n'utilitzen de les mencionades anteriorment, ja sigui per ensenyar el moment de la detenció d'Ana Julia Quezada o imatges cedides pel Club de Futbol de Santa Coloma de Gramenet o l'àudio d'unes declaracions de la mare del nen al programa de ràdio Herrera en COPE.

Les dades obtingudes de l'anàlisi sobre el compliment/incompliment de les recomanacions del CAC per part dels Telenotícies vespre, per dies, són les següents.

TN VESPRE	Data	Dret intimitat infant	Efectes espectacu. / respecte dolor	Fonts d'informació experta	No protag. testimonis / info. sense valor informatiu	Lèxic adient	Prejutjaments/projeccions de culpabilitat
		05/03/2018	0	0	1	0	1
	11/03/2018	1	0	0	0	1	0
	12/03/2018	2	5	0	0	0	0
	13/03/2018	2	4	0	0	0	0
	14/03/2018	0	0	0	0	0	0
	15/03/2018	0	0	1	0	0	0

Taula 1. Resultats de l'anàlisi al TN Vespre sobre les recomanacions del CAC.

Font: Elaboració pròpia.

Començant per la recomanació de respectar el dret a la intimitat de l'infant, tot seguint les pautes estipulades a l'apartat de definició de la metodologia, s'han detectat un total de cinc vegades en què apareix la imatge de l'infant a pantalla. S'ha de mencionar que l'únic dia en què el TN Vespre fa notícia de la desaparició abans de saber-se que havia estat assassinat, aquest no ensenya cap fotografia. Aquestes es troben repartides entre els tres dies posteriors a saber-se el desenllaç del cas, els dies 11 (just el dia de la detenció de la presumpta assassina), 12 i 13 de març.

El nombre més gran d'efectes espectacularitzadors i/o de violacions del respecte al dolor es troben el dia 12 de març (el dia en què es dedica més temps a la notícia, com s'ha comentat anteriorment): un total de cinc vegades. El dia 13 de març se'n troben fins a quatre, i així sumen un total de 9, ja que a la resta de dies no se'n computen.

En relació a l'anterior menció sobre el tractament de les fonts arriba el recompte de l'aparició i ús de fonts d'informació experta. Com s'ha comentat, els dies 5 i 15 de març apareixen dues fonts oficials, i són concretament les dues que apareixen marcades respectivament en aquest apartat, i seguint amb l'altra recomanació del Consell que té a veure amb l'ús de fonts, es pot constatar com en cap dels sis dies es dona protagonisme a testimonis dels fets o aportacions sense valor informatiu algun.

Sobre el lèxic emprat als telenotícies només cal destacar-ne dos comentaris que incomplirien aquesta recomanació, ja que els dies 5 i 11 de març s'utilitza la paraula "menor" per referir-se a en Gabriel.

Finalment, com es pot apreciar a la taula X.X., en cap dels Telenotícies Vespre es realitzen prejudgments o projeccions de culpabilitat sobre cap persona relacionada al cas.

Tots aquests són els resultats obtinguts de l'anàlisi de 20 dies dels informatius de Televisió de Catalunya. A continuació s'exposaran els resultats obtinguts dels informatius de Telecinco, que serviran per posteriorment poder realitzar una comparació entre programes informatius. En alguns casos s'afegiran parts de la taula d'anàlisi que s'ha utilitzat; en cas de voler veure tota la informació que es comentarà al complet, es poden trobar tots els fulls d'Excel adjunts als Annexos.

6.2. Informativos Telecinco

Dels 20 dies a analitzar que van des del 27 de febrer fins al 18 de març de 2018, només en dos d'aquests no es fa menció al cas del nen Gabriel als informatius d'aquest canal de televisió privat. Aquests dos dies són el mateix 27 de febrer, dia en què desapareix el nen, i el 17 de març. Tota la resta de dies sempre es parla o es fa menció del cas.

El cop que menys temps se li dedica és el primer dia que es tracta el tema: el 28 de febrer, amb un total d'un minut i 50 segons, seguit de l'últim dia que s'analitza: el 18 de març, amb un total de dos minuts i 25 segons.

Per la part alta de temps dedicat als *Informativos Telecinco* trobem grans xifres. La primera posició, amb un 87,15% de dedicació al total de l'informatiu, és el dia 12 de març, l'endemà de la detenció d'Ana Julia Quezada. De 36:04 minuts que dura, se'n dediquen 31:26 al cas. No gaire més lluny s'hi troben els dies 11 i 13 de març, amb 26:05 i 27:29 minuts respectivament, i que abasten més de la meitat del telenotícies. La resta de dies oscil·len entre els tres i deu minuts, a excepció dels dies 14 i 15 de març, que en dediquen més de 13 i 16 minuts cadascun, gairebé la meitat del programa (41,02% i 46,62%).

A cadascun dels informatius en què es tracta la notícia (18 de 20 programes) sempre hi apareixen fonts, i en el conjunt de tots aquests programes acaben apareixent totes les fonts que hi ha definides. Només en tres d'ells no apareix algun dels pares del Gabriel (els dies 14, 16 i 18 de març), i només en dos d'ells no apareixen fonts anònimes o amistats, coneguts o veïns (els dies 28 de febrer i 6 de març), així com en quatre dels informatius apareixen el conjunt de les cinc tipologies de fonts diferents definides per aquest treball, els dies 2, 11, 13 i 15 de març.

Es pot apreciar que les fonts d'anònims – amistats són les que agrupen nombres més grans d'aparicions en un mateix telenotícies, com per exemple el dia 12 de març, on se n'han comptat fins a 20; o el 13 i 9 de març, on se'n troben fins a 18 o 16, respectivament. Per altra banda, el màxim de fonts oficials en un mateix programa és de cinc, els dies 2 i 5 de març, i només en tres programes no n'apareix cap.

Totes les fonts són d'atribució directa, ja que tot i que no se solen retolar la majoria de les fonts que apareixen, són persones que es poden reconèixer i identificar. Segons la relació amb l'objecte de coneixement, en trobem tant de primàries com secundàries. Les primàries són bàsicament la mare o el pare del nen i les fonts categoritzades com a Oficial. La resta s'han considerat secundàries, ja siguin, entre d'altres, familiars o experts, ja que la informació que aportaven no es podia considerar la d'una font primària en relació amb el cas, sinó de pura opinió o interpretativa.

L'origen de les imatges dels 18 *Informativos Telecinco* sempre són, com a mínim, enregistrades pel mateix canal (pròpies), ja que en la majoria dels programes tenen un o diversos enviats especials per realitzar connexions en directe des de la població de Níjar o d'Almeria, per exemple, i que a més de la connexió en directe han estat prèviament enregistrant les imatges per realitzar les respectives cròniques que es mostren durant l'emissió.

Tot i això, en set dels informatius també s'utilitzen imatges cedides. La majoria provenen d'un programa de la mateixa casa: *El Programa de Ana Rosa*, però també utilitzen talls de la Cadena Ser per escoltar declaracions de la mare, o imatges enregistrades per l'escola on estudiava en Gabriel. Imatges enregistrades per vídeo-aficionats se'n poden trobar en vuit programes diferents, tot i que la majoria d'elles es repeteixen, com és el cas del vídeo de la detenció d'Ana Julia Quezada o un que registren els mateixos pares per dirigir-se a tota la gent que els està donant suport.

INFORMATIVOS	Data	Dret intimitat infant	Efectes espectacu. / respecte dolor	Fonts d'informació experta	No protag. testimonis / info. sense valor informatiu	Lèxic adient	Prejutjaments/projeccions de culpabilitat
	28/02/2018	6	7	0	2	1	0
01/03/2018	5	7	1	5	4	0	
02/03/2018	8	11	5	5	8	1	
03/03/2018	3	2	3	8	2	1	
04/03/2018	1	2	3	11	3	0	
05/03/2018	13	8	5	5	2	1	
06/03/2018	4	5	1	0	1	0	
07/03/2018	5	2	2	6	2	0	
08/03/2018	2	2	3	3	0	0	
09/03/2018	1	11	3	16	5	0	
10/03/2018	4	9	1	10	5	0	
11/03/2018	12	12	2	9	7	0	
12/03/2018	35	54	2	20	4	1	
13/03/2018	14	51	5	18	8	0	
14/03/2018	5	13	4	5	3	0	
15/03/2018	22	16	4	8	3	0	
16/03/2018	10	3	3	2	0	0	
18/03/2018	4	4	1	8	0	0	

Taula 2. Resultats de l'anàlisi als *Informativos Telecinco* sobre les recomanacions del CAC.

Font: Elaboració pròpia.

Entrant ja a comentar els resultats obtinguts de l'anàlisi de les recomanacions del CAC per part dels *Informativos Telecinco*, es pot fer un primer titular: no hi ha cap dia, dels 18 en què es tracta el cas del nen Gabriel, on no hi hagi cap vulneració del dret a la intimitat de l'infant, ni cap dia on no hi hagi hagut algun efecte espectacularitzador o de respecte al dolor.

Començant per la recomanació del dret a la intimitat de l'infant, es poden trobar dades recollides que oscil·len entre l'un i les 35 imatges del nen Gabriel als informatius. El dia on menys se n'ensenyen, on només se n'ensenya una, és el 9 de març; un programa que dedica 8:32 minuts (un 24,94% del programa) a parlar del tema, concretament de la concentració que es va fer de suport al desaparegut, on milers de persones van assistir. Només es computa un perquè en un moment donat es mostra un primer pla de la imatge del nen que forma part del cartell de desaparegut. Durant tot l'informatiu es veuen moltes imatges de cartells, però tal com s'ha definit a la metodologia, aquests no es tenen en consideració els dies previs a saber-se que el nen ha sigut assassinat.

Per altra banda, el dia 12 de març, coincidint amb el programa que més minuts dedica al cas, és el que més imatges del nen mostra: un total de 35 vegades. S'ha de mencionar que en aquest punt de la cronologia del cas ja s'ha trobat el cadàver del nen, pel que aquí sí que s'han comptat els cartells de desaparició. Tot i això, el desglossi d'aquest nombre mostra que és tan elevat a conseqüència d'un vídeo final que es mostra al telenotícies: 12 són fotografies i cartells que s'han anat mostrant al llarg de tot el programa, 6 es veuen a la capella ardent, i que es podrien haver estalviat, i els 17 restants apareixen de cop al vídeo final que s'ha mencionat. A partir d'aquí, el següent dia amb més imatges és el 15 de març, amb 22.

Es podria concloure confirmant que s'han ensenyat més imatges del nen posterior a conèixer-se la seva mort, que durant el període de desaparició i cerca. La suma d'imatges mostrades en aquests dos períodes quedaria de la següent manera:

- Període de desaparició i cerca (onze programes previs a l'11 de març): 52
- Període posterior a la detenció (set programes a partir de l'11 de març): 102

Sobre els efectes espectacularitzadors o de falta de respecte al dolor, destaquen dos programes amb un alt contingut que ho incompleix: el 12 i 13 de març, amb 54 i 51 vegades

respectivament. Aquest alt recompte surt de repetides imatges com són imatges de persones en patiment (majoritàriament primers plans), *travellings* que recreen el recorregut per on va desaparèixer en Gabriel, grafismes que recreen també sobre un mapa el recorregut que el nen havia de fer... però en aquests dos casos a més se'ls hi suma l'ús de músiques tristes de fons, amb piano, mentre van apareixent imatges del nen, o també imatges del fèretre, que segons el CAC no cal ensenyar. A més, el dia 12 de març fins i tot ensenyen el recorregut amb cotxe que feia la detinguda. La resta dels dies no destaquen per sobre d'altres, ja que tots oscil·len entre el parell i la quinzena d'efectes espectacularitzadors, i tots ells són dels mencionats abans.

Els resultats obtinguts d'analitzar les fonts d'informació experta que s'han utilitzat són bastant homogenis entre ells, ja que tots es troben entre un recompte d'un i set fonts, exceptuant el primer dia, on no n'apareix cap, però cal tenir en compte que tan sols es dedica 1 minut amb 50 segons a la notícia.

Les fonts que s'han considerat que aporten informació experta han sigut en tot cas les Oficials, ja que sempre que apareixien era com a conseqüència d'alguna roda de premsa o per donar informació sobre els avenços de la cerca del nen desaparegut. En algun cas s'ha plantejat incloure aquí també els familiars d'altres casos similars, com poden ser Juan Carlos Quer, Juan José Cortés o Antonio del Castillo, en cas que aportessin informació més enllà del seu testimoniatge i suport a la família. En cap cas ha estat així, pel que finalment no s'han comptat. En el cas dels pares del Gabriel, s'han comptat com a fonts d'informació experta només en aquells casos en què aportessin dades sobre el cas, i no pas els cops que els informatius els mostressin simplement parlant sobre el seu fill. Es pot veure un exemple d'aquests dos casos els dies 4 i 5 de març, on en el primer es compten fins a 3 fonts (2 els pares i 1 l'oficial), i en canvi el següent dia se'n compten 5 (només les 5 oficials, encara que també apareguin com a fonts els pares).

Els casos mencionats anteriorment de familiars que han viscut la mateixa situació de desaparició o assassinat dels seus fills s'han categoritzat com a "Expert/a" al tractament de fonts, igual que psicòlegs o catedràtics. La diferència és que en alguns casos aquests últims sí que s'han acabat comptant com a fonts d'informació experta, depenent de la informació que aportessin. Un exemple és el dia 13 de març, on s'han comptat els quatre psicòlegs i l'advocada d'Ana Julia Quezada (font catalogada com a Oficial).

Els informatius de Telecinco el dia 12 de març van donar protagonisme fins a 20 testimonis que no aportaven cap mena d'informació amb un valor rellevant. Coincideix amb les mateixes 20 fonts catalogades com a "Anònim/a – Amistat", i és el dia en què més se'n comptabilitzen, seguits dels dies 13 i 9 de març, amb 18 i 16, respectivament. Per posar un exemple on les fonts anònimes no coincideixen amb el recompte d'aquesta recomanació del CAC de no donar protagonisme a testimonis o de donar informació sense valor informatiu, es pot veure el dia 15 de març, on apareixen set fonts anònimes i dues de familiars, entre d'altres, però es comptabilitzen vuit a la casella d'anàlisi d'aquesta recomanació. Això és degut al fet que de les set fonts anònimes, sis són simples testimonis, i la setena és una responsable de l'equip de futbol d'Almeria, pel que no s'ha considerat ni una testimoni ni que porti informació sense valor. Les altres dues persones que queden per arribar a vuit són les dues catalogades com a "Familiar", que en aquest cas són dues familiars d'Ana Julia Quezada.

Sobre el lèxic emprat, es destaquen els dies 2 i 13 de març, on es destaquen fins a 8 frases, expressions o paraules que es consideren innecessàries per complir les recomanacions sobre el tractament de casos com és el del nen Gabriel. Per exemple, el dia 2 de març, s'utilitzen paraules que dramatitzen el moment, o fan èmfasi en situacions que ja se sobreentenen pel context en què es troba la notícia, tals com "*inquietante*", "*los familiares están viviendo un drama absoluto*", "*están siendo, como es lógico, una eternidad para sus familiares*", o a sobre d'imatges que parlen per si soles, la narradora comenta "*la voz se le quiebra, Ángel está destrozado*". A més, es refereixen al Gabriel com al "*menor desaparecido*" en una ocasió en aquest mateix programa. Tot i això, hi ha fins a cinc dies en els quals no s'ha detectat més d'un ús no adequat del lèxic.

Per acabar de comentar els resultats obtinguts d'analitzar els *Informativos Telecinco* cal fer menció dels quatre programes en què s'emeten projeccions de culpabilitat a persones que se'ls hauria de respectar la presumpció d'innocència. D'aquests quatre casos que s'han detectat els dies 2, 3, 5 i 12 de març, els tres primers fan referència a un home que es va detenir en relació a un incompliment de l'ordre d'allunyament de la mare i per manipular la polsera de seguiment que havia de dur, i l'altre és sobre l'Ana Julia Quezada, que en aquell moment tan sols havia estat detinguda i no havia confessat el crim.

Si bé és cert que en alguns moments dels programes dels dies esmentats sí que es fa ús de la paraula “*presuntamente*”, per no dir en gairebé tots els senyalats, les accions que ho acompanyen no comparteixen el mateix objectiu. Un exemple és l’informatiu del dia 5 de març, on es dedica una crònica exclusiva al detingut, on sí que prèviament es diu que no té res a veure amb la desaparició del nen, però se li estan dedicant uns minuts dins les notícies en relació a aquest succés i fins i tot acudeixen al seu poble per entrevistar a veïns i coneguts, amb comentaris que pretenen deixar en dubte que només hagi estat detingut per l’ordre d’allunyament, i no pas per la desaparició del nen, com nega la policia.

6.3. Comparació entre els informatius

Una vegada analitzats els resultats obtinguts dels informatius de TV3 i Telecinco, es passa a comparar-los per tal de poder trobar semblances i diferències en el tractament del mateix cas.

Començant per les dades generals, salta a la vista la diferència de dies en què cada canal s’ha dedicat a parlar del cas. Telecinco li dedica 18 programes, i TV3 només sis, i els màxims de minuts dedicats al cas són per TV3 d’uns cinc minuts, i per Telecinco més de mitja hora, i en els dos casos succeeix que ho fan el mateix dia: el 12 de març de 2018. Que sigui el programa del dia 12 no és casualitat, ja que és l’endemà a la detenció d’Ana Julia Quezada, i han tingut més de 24 hores per recollir informació i preparar nous continguts per explicar la notícia, més que el mateix vespre de la detenció (el dia 11).

A la següent figura es pot veure l’evolució al llarg dels dies analitzats del temps dedicat per cada informatiu.

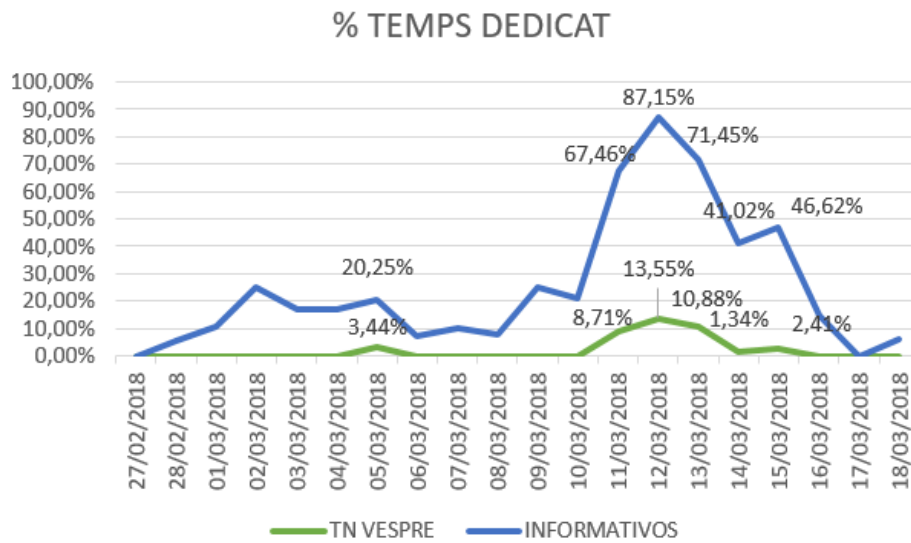


Fig. 6.1. Gràfic comparatiu per dies del temps dedicat al cas entre els dos informatius (en %).

Font: Elaboració pròpia.

Com ja s'ha comentat, el dia 12 de març és quan ambdós canals dediquen més temps a la notícia, però també es pot veure com hi ha certa semblança amb els pics dels dies 5, 11, 13, 14 i 15 de març, tot i la clara diferència de quantitat.

Un altre punt on coincideixen els dos canals de televisió és en què no emeten la notícia el mateix dia de la desaparició, el 27 de febrer, tot i que en un cas, TV3, tampoc emet res fins que no arriba el dia 5, i en canvi Telecinco el dia 28 de febrer ja comença a tractar-lo, i ho farà ininterrompudament fins al 17 de març.

Abans d'abandonar la comparació de les dades generals, s'ha de matisar que en un primer moment les dades de la duració total dels Telenotícies Vespre eren més llargues que les dels *Informativos Telecinco*, ja que els programes a la carta dels informatius del canal privat no incloïen els esports ni la previsió del temps, pel que posteriorment a ja tenir les dades recollides dels informatius de TV3, es va haver de tornar a calcular la duració total d'aquests per fer-la coincidir amb el contingut que emetia Telecinco; és per això que a l'Excel on surten totes les dades de la televisió autonòmica es pot veure que les duracions totals de les emissions marcades en vermell són més elevades que les que estan en verd, ja que són les úniques que eren necessàries modificar per obtenir un tant per cent equivalent al de Telecinco.

Destacar també quant a format que els informatius de Telecinco fan un ús continu de connexions en directe a través d'enviats especials al lloc dels fets, mentre que TV3 es limita a explicar la notícia des de plató o mitjançant vídeos, sense connexions en directe.

Per tal de realitzar una comparació en el tractament de les fonts, s'agafen les dues recomanacions del CAC que estan relacionades: l'ús de fonts d'informació experta i el no donar protagonisme a testimonis i fonts sense valor informatiu.

Començant per la utilització de fonts expertes, com es pot veure a la figura 6.2, *Informativos Telecinco* utilitza una quantitat major en comparació a TV3, però s'ha de tenir en compte que la diferència de temps i dies dedicats al cas del nen Gabriel és molt diferenciada. El màxim de fonts expertes utilitzades per Telecinco és de cinc, en tres ocasions diferents, i el màxim de TV3 és d'una, en dues ocasions.

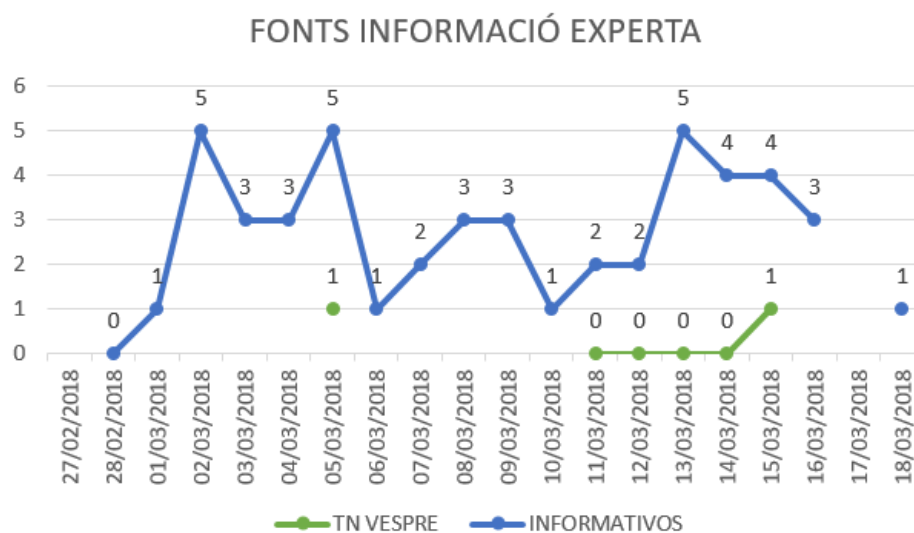


Fig. 6.2. Gràfic comparatiu per dies de l'ús de fonts d'informació experta en cada informatiu.

Font: Elaboració pròpia.

Mencionar que el dia 12 de març, ja comentat en moltes ocasions per ser el que més temps ocupa, no és en cap dels dos casos un dels dies amb més fonts expertes utilitzades (Telecinco dues i TV3 zero), però sí que a l'hora d'utilitzar fonts testimonials i sense valor informatiu (vegeu figura 6.3), el dia 12 de març Telecinco és quan més n'utilitza. El Telenotícies Vespre, en aquest cas, continua en la seva línia de zero testimoniatges sense valor informatiu. Per tant, la diferència entre un i altre és abismal, ja que TV3 aquell dia ha utilitzat zero fonts

expertes i zero testimonis, però Telecinco ha utilitzat dues expertes i 20 testimonis, és a dir, una diferència del 90% entre unes fonts i altres.

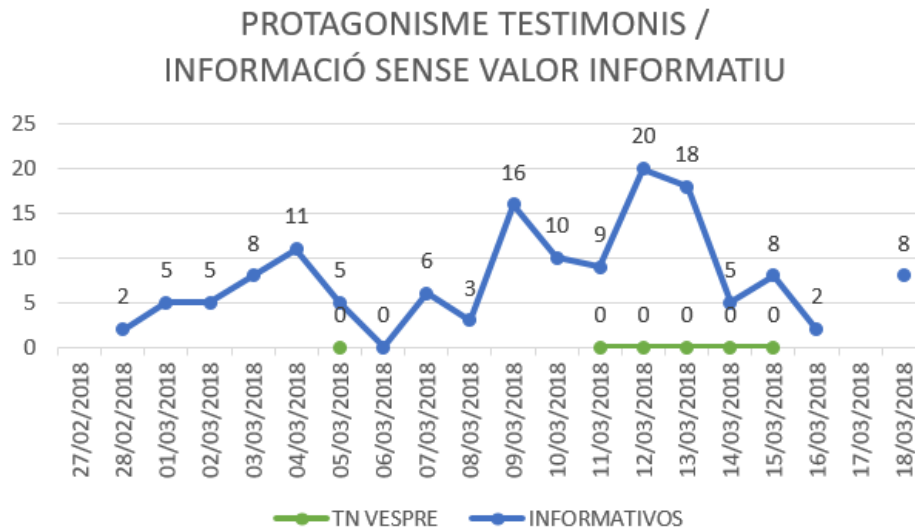


Fig. 6.3. Gràfic comparatiu per dies de l'ús de testimonis als informatius.

Font: Elaboració pròpia.

Sobre el fet de donar protagonisme a testimonis, fonts anònimes o amistats, mirant la gràfica, es poden veure tres pics que salten a la vista: els dies 4, 9 i 12 de març. El dia 12 de març ja ha estat comentat, i té sentit en la mesura que és el dia posterior a la detenció d'Ana Julia Quezada. El pic de 16 punts del dia 9 de març va en relació a la concentració que la família organitza a Almeria en suport de Gabriel, i el del dia 4 de març no tindria relació amb cap situació concreta, ja que la trobada de la samarreta es produeix el dia 5 de març; se suposa que simplement seguia una tendència a l'alça, sense un motiu concret.

Continuant comentant la resta de recomanacions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, arriba el de respectar el dret a la intimitat de l'infant.

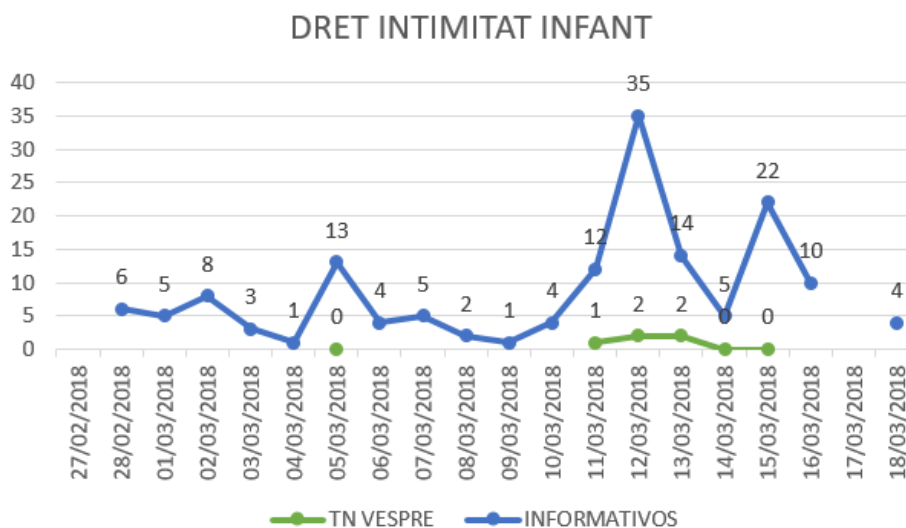


Fig. 6.4. Gràfic comparatiu per dies de l'aparició d'imatges als informatius que vulneren el dret a la intimitat de l'infant.

Font: Elaboració pròpia.

La diferència entre els dos canals continua essent molt significativa. Cal tenir en compte, altre cop, el poc temps dedicat al cas per part de TV3, i la gran quantitat de temps dedicada per part de Telecinco. Tot i això, es pot comprovar com en dies que els dos canals tracten la notícia, *Informativos Telecinco* sempre està per sobre de TV3. Els dies 5, 14 i 15 de març els Telenotícies Vespre no emeten cap imatge del nen que vulneri el dret a la intimitat, en canvi el programa del canal privat sí que ho fa, amb diferències de 13, 5 i 10 punts respectivament. El dia 12 de març, quan ambdós canals dediquen més temps a parlar del cas, Telecinco obté 33 punts més respecte TV3, una diferència preocupant.

Aquesta tendència es manté si es comparen les dades d'espectacularització (figura 6.5).

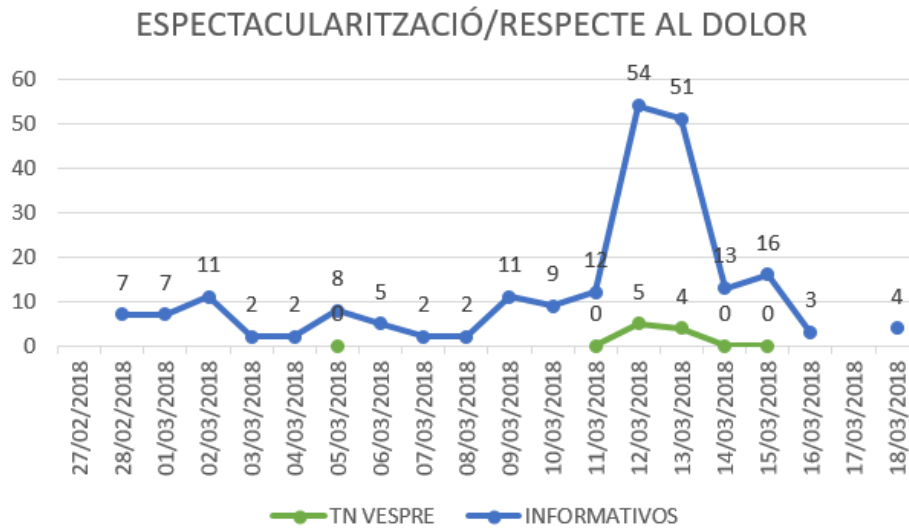


Fig. 6.5. Gràfic comparatiu per dies de l'ús d'efectes espectacularitzadors i de falta de respecte al dolor per part dels informatius.

Font: Elaboració pròpia.

Si bé es pot veure una certa similitud en la forma del gràfic els dies 12, 13 i 14 de març, la diferència és enorme. Ambdós canals obtenen la seva màxima puntuació el dia 12 de març, però TV3 amb 5 efectes espectacularitzadors o de falta de respecte al dolor, i Telecinco amb 54. Aquest còmput de 5 per part del Telenotícies Vespre ve de mostrar diversos cops el fèretre, i de realitzar un *zoom in* estrident a la zona on l'assassina hauria amagat el cos del nen. *Informativos Telecinco*, a més del mencionat, se li ha d'afegir el que ja s'ha comentat anteriorment quan s'analitzaven els resultats individuals del seu programa.

Els altres dos dies destacats de la cronologia del cas també es poden arribar a apreciar en aquest gràfic d'espectacularització, els dies 5 de març amb la troballa de la samarreta del nen, i el dia 9 de març amb l'acte de suport a Almeria.

Per acabar la comparació entre els programes informatius de Televisió de Catalunya i Telecinco, mencionar que l'origen de les imatges en tots dos casos ha estat variada: tots dos canals han utilitzat imatges pròpies, cedides i de vídeo-aficionats en algun moment. Cal dir que en algun cas moltes imatges semblaven les mateixes, pel que fa a dubtar si el conjunt de les categoritzades com a "Pròpies" són realment pròpies, o són d'alguna agència de notícies que les difon. També sobre l'última recomanació del CAC, de no realitzar prejudgments o projeccions de culpabilitat, TV3 no en realitza cap en els sis dies d'emissió en relació al cas, i els informatius de Telecinco, de 18 emissions en relació al cas, en realitza en quatre d'ells.

6.4. Els Matins

Els Matins de TV3 va tractar el cas del nen Gabriel en una setmana d'emissió seguida (5 dies, ja que els caps de setmana no s'emeten). Aquests dies són els que van del dilluns 12 al divendres 16 de març, tot i que el dia 15 de març tan sols es fa una menció del cas mentre es parla de la presó permanent revisable, i s'usa un *chyron* que menciona que el debat coincideix amb el dol per la mort d'en Gabriel, i el dia 16 de març només apareix el tema en un resum final setmanal que realitzen cada divendres al magazín, i on apareix una càpsula de 12 segons d'una periodista de successos comentant el cas. Per la resta de dies, tres, sí que es dedica més temps a parlar del cas.

El programa en què es dedica una proporció més gran del mateix a parlar del cas és el 14 de març, amb un total de 28 minuts i 40 segons, que representa el 17,58% del programa, seguit del dia 12 de març, amb 21 minuts i 5 segons (13,10% del programa). El dia 13 de març tan sols es dediquen 2 minuts i 25 segons del total de més de dues hores quaranta minuts d'emissió.

Sobre el tractament de les fonts que ha realitzat el magazín de TV3, cal destacar-ne diverses característiques. Primerament, en els tres dies que es tracta el cas (no es compten els dos últims dies mencionats anteriorment), no s'utilitzen els pares com a font, ni tampoc a persones anònimes o amistats. Els dos dies que més temps es dedica al cas (12 i 14 de març) intervenen tertulians al magazín.

Mencionar que per l'anàlisi dels magazins s'ha afegit una categorització al tractament de fonts que als informatius no apareixia, la figura del/la "Tertulià/na".

El dia 12 s'han comptabilitzat quatre tertulians, però només tres estan als estudis del programa, l'altre és el President de la Fundació Esportiva Grama, que intervé al programa a través d'una entrevista que se li realitza, i s'ha valorat atribuir-li la condició de tertulià, ja que no es considera ni expert, ni familiar ni amic en relació al cas del nen Gabriel. Quatre són també els tertulians que intervenen el dia 14 de març, aquest cop sí tots des de plató, a la taula de debat.

Els dies 12 i 13 de març s'usen dues fonts oficials, i el 14 de març una d'experta: Mayka Navarro, que se la presenta com a periodista relatora de successos. Aquest 14 de març és

l'únic dia en què no apareix cap mena de font primària en relació amb l'objecte de coneixement, ja que hi participen quatre tertulians i l'experta, però cap d'aquestes persones aporta informació de primera mà, tan sols donen la seva opinió o comenten i interpreten sobre informació que han recollit d'altres fonts primàries. Totes les fonts que apareixen els tres dies són d'atribució directa.

Continuant amb l'apartat de recomanacions del CAC, i en relació a l'anàlisi de les fonts, s'ha considerat que s'usen fonts d'informació experta en tots els tres dies en què es tracta el cas de Gabriel Cruz, concretament dues el dia 12 de març (el ministre de l'Interior i la redactora de societat de TV3, Fàtima Llambrich), una el dia 13 de març (altre cop el ministre de l'Interior, Juan Ignacio Zoido) i una el dia 14 de març (Mayka Navarro).

Sobre donar protagonisme a testimonis i informacions sense valor informatiu, dels tres dies només en un no se'n dona: el 13 de març, però cal tenir en compte que en aquesta emissió es dediquen menys de tres minuts a tractar el cas, no com els altres dos dies, on dediquen en ambdós programes entre 20 i 30 minuts, i en el cas del 12 de març se n'han comptat tres i el 14 de març, quatre.

Durant l'emissió d'Els Matins del dia 12 de març es van comptar fins a dues vegades un ús incorrecte del lèxic emprat. En els dos casos és degut a l'ús de la paraula "menor", una pronunciada i l'altra escrita a un *chyron*.

Un total de nou vegades s'han comptat imatges que vulnereu el dret a la intimitat de l'infant, repartides entre els tres programes: cinc el dia 12 de març, una el dia 13 i tres el dia 14. Sigui mostrar fotografies del nen o els cartells de desaparegut que s'han utilitzat durant els dies de cerca, un cop ja s'ha trobat el cadàver, haurien d'evitar mostrar-se.

Els efectes espectacularitzadors i de falta de respecte al dolor recomptats a Els Matins de TV3 és de 13. El dia que es dedica més temps a la notícia (28:40 minuts), el 14 de març, és quan més se'n troben: fins a 6. El dia 12 de març, que també hi dedica una quantitat de temps elevada, en mostra 4, i el dia 13 de març, on només es dediquen dos minuts i mig al tema, se'n mostren 3; un nombre realment elevat en comparació al temps que es dedica a la notícia.

Per acabar, l'origen de les imatges dels programes sempre han estat pròpies, amb alguna aparició d'un vídeo-aficionat com la gravació de la detenció d'Ana Julia Quezada, i el dia

12 de març amb imatges cedides per GramaTV. En cap dels programes s'han realitzat projeccions de culpabilitat sobre cap membre en relació a la desaparició i mort del nen.

6.5. El Programa de Ana Rosa

Dels 13 dies que s'analitzaven d'*El Programa de Ana Rosa*, 11 són els que s'han dedicat a tractar el cas del nen Gabriel. Aquests dos dies en què no s'ha tractat la notícia són just l'endemà de la desaparició del nen, el 28 de febrer, i el dia 8 de març, dia Internacional de la Dona, on no es va emetre programa per l'adhesió d'Ana Rosa a la vaga feminista del 8M.

El dia que menys temps es dedica al cas és l'últim analitzat: el 16 de març, amb una duració de 59 minuts i 43 segons, representant un 23,72% del programa. La xifra més baixa, doncs, és de gairebé una hora. Cinc altres dies el programa dedica una mitja d'1 hora i 30 minuts a parlar sobre el cas del nen, que suposa entre un 30% i un 40% del programa. El dia que més temps es dedica és el 12 de març, on el programa tracta íntegrament el cas de la desaparició i assassinat d'en Gabriel Cruz, amb un total de 3 hores, 59 minuts i 51 segons, representant el 100% d'aquest. Els dos dies següents a aquesta emissió íntegra tampoc es queden enrere: el dia 13 de març se li dedica un 88,78% del programa (3 hores i 38 minuts) i el 14 de març un 77,27% (3 hores i 5 minuts).

Sobre el format i la manera de fer d'aquest programa cal destacar que disposen de molts enviats especials a diferents punts que consideren d'interès pel cas. Per posar un exemple, el dia 13 de març, dia en què es realitza la cerimònia d'enterrament a la catedral d'Almeria, hi ha fins a 6 dispositius en directe: dos davant la catedral (on hi ha la cerimònia), un a la comandància de la Guàrdia Civil (on es troba la detinguda), un a Rodalquilar (on va estar amagat el cos del nen durant la desaparició), un altre a Vícar (on es va detenir la presumpta assassina) i un últim a Burgos (on fa anys vivia la detinguda).

Començant a analitzar el tractament de les fonts, *El Programa de Ana Rosa* utilitza un ampli ventall de fonts de tota mena: en tres ocasions apareixen tots els tipus de fonts definides en un mateix programa (els dies 2, 12 i 13 de març).

Només hi ha quatre programes on no apareixen fonts anònimes o amistats, només tres on no apareix cap dels pares del Gabriel i en tots els 11 programes, excepte el dia 9 de març, apareix

sempre una font oficial com a mínim. Si es realitza una suma, el dia 12 de març és el dia on intervenen més fonts, un total de 19: 6 anònimes o amistats, 7 tertulians, 2 oficials, 1 dels pares, 1 expert i 2 familiars.

Les úniques fonts considerades primàries segons la relació amb l'objecte de coneixement són la mare o pare del nen i les fonts oficials. Per molt que al programa aparegui un expert o un tertulià amb experiència i estudis, aquest no està oferint informació original ni de primera mà. Totes les fonts que han aparegut són d'atribució directa.

Mencionar que en la majoria dels programes no es retolen els tertulians presents a la taula, la conductora simplement els anomena al principi del programa pel nom i ja està. Només s'han vist retolacions de tertulians en un programa, el dia 13 de març.

Passant a valorar els resultats de l'anàlisi del compliment de les recomanacions del CAC, es començarà pels punts de respecte del dret a la intimitat a l'infant i dels efectes espectacularitzadors i de respecte al dolor, així com del lèxic adient. Per realitzar l'anàlisi d'aquests aspectes al magazín de Telecinco no s'ha seguit la mateixa metodologia que amb la resta de programes analitzats. Això és degut a la llarga extensió del magazín (al voltant de les quatre hores) i perquè quan es va intentar fer el recompte d'imatges (en el cas del dret a la intimitat de l'infant) es va detectar que s'anaven repetint les fotografies en bucles repetits. En aquest sentit, es feia gairebé impossible d'estar comptant fotografies durant la totalitat del programa, i més si es venia de l'anàlisi d'Els Matins de TV3, on s'havien obtingut uns resultats ínfims en comparació als primers minuts del primer programa d'*El Programa d'Ana Rosa*, on ja s'havia superat en nombre el recompte d'imatges del magazín de TV3. És per aquest motiu que l'anàlisi d'aquests apartats ha quedat més rellevada a un segon pla, donant més importància a l'ús de les fonts que ambdós programes realitzen per informar els seus espectadors.

Tot i això, es poden extreure algunes dades en relació a l'anàlisi de les dues recomanacions en qüestió. Dels programes que es divideixen en tres setmanes, la primera d'elles (on s'emeten dos programes) s'ha detectat un bucle constant en la major part del programa de quatre imatges del nen. Cap a la part final del segon programa d'aquesta primera setmana, el bucle de 4 fotografies s'amplia a un bucle de 10 fotografies. Aquest bucle de 10 fotografies es manté durant la segona setmana, on s'emeten 4 programes. El bucle és d'unes 10-11 imatges, que es manté en la major part del programa, mentre no s'estan ensenyant càpsules

de vídeos-cròniques ni connexions en directe amb els enviats especials. Un cop se sap la notícia de la mort d'en Gabriel, a la tercera setmana, es detecta una davallada en l'ús repetit del bucle. No es repeteix tants cops, tot i que en alguns casos encara es poden veure fotografies del nen, inclús algunes de noves que no s'havien emès anteriorment, i a mesura que s'apropa el final de setmana les fotografies que es mostren del nen tendeixen a menys, apareixent de tant en tant en algun vídeo.

Sobre efectes espectacularitzadors es poden destacar algunes accions al llarg de tots els programes que s'han repetit, com el fet de realitzar connexions en directe des del camí on es va perdre en Gabriel, l'ús de mapes i gràfics que recreen la mateixa zona i el camí que havia de realitzar el nen, o el camí que va seguir la presumpta assassina; així com comprovar en cotxe el temps que es triga d'un punt a un altre per intentar deduir si el detingut per l'ordre d'allunyament de la mare podria haver segrestat en Gabriel. També s'utilitza en repetides ocasions l'ús de músiques de fons en vídeos, imatges i gràfics per tal de dramatitzar el que s'està narrant, siguin cançons que evocuen tristesa o tensió. A més, abans de les pauses publicitàries s'emetia una mena d'anunci sobre el cas, amb imatges dels pares i el nen, i amb frases com “*la búsqueda continúa*”, “*la familia sin consuelo*” i un “*a continuación*” per tancar i donar pas a la publicitat, tot acompanyat d'una música de piano de fons.

El màxim de fonts d'informació experta que apareixen en un programa d'*El Programa de Ana Rosa* és de quatre, en tres programes diferents: els dies 1, 2 i 5 de març. La resta de dies, oscil·len entre una i tres les fonts en qüestió, amb especial menció als dies 9 i 12 de març, on no apareix cap font que es pugui considerar que aportí informació experta. Sorpren el cas del dia 12 de març, on es dedica el 100% del programa a parlar sobre el cas, i inclús és el dia amb més participació de fonts (19), però cap compleix tot i haver-hi dues fonts oficials: un Policia Local i l'alcaldeessa de Níjar.

Sobre el protagonisme que s'ha donat a fonts testimonials i que no aporten valor informatiu, el dia 12 de març continua destacant, però en aquest cas igualat amb l'1 i el 5 de març, on tots tres sumen un total de 15 fonts innecessàries. No hi ha cap programa on no apareguin individus que incompleixen aquesta recomanació, ja que en tots ells es compten entre 6 i 10 fonts en qüestió.

En el cas dels prejudgments/projeccions de culpabilitat des d'*El Programa de Ana Rosa*, en sis dels onze programes es transmet una visió dubitativa sobre la presumpció d'innocència

de dues persones. Aquestes dues persones són l'home detingut per violar l'ordre d'allunyament de la mare, i que es va repetir en diverses ocasions que no havia estat detingut per res en relació al cas del nen Gabriel, però tot i això es van continuar emetent vídeos que ho qüestionaven, intentant comprovar la coartada, parlant amb veïns del poble de l'home, mostrant-nos un banc on solia seure a dibuixar, inclús s'han arribat a ensenyar imatges de l'home (amb la cara borrosa, però reconeixible). L'altra persona a qui se li ha qüestionat la presumpció d'innocència és Ana Julia Quezada, abans que ella mateixa confessés el crim.

Per acabar, destacar que *El Programa de Ana Rosa* ha sigut l'únic programa dels analitzats que comptava amb la creació d'una etiqueta especial per comentar a través de les xarxes, que variava segons el dia. Els *hashtags* utilitzats en sis programes diferents han sigut: *#GabrielCruzAR*, *#HastaSiemprePecesitoAR* i *#ConfesiónAsesinaGabrielAR*.

6.6. Comparació entre els magazins

Una vegada analitzades totes les dades per separat dels magazins, es passa a ajuntar-les per tal de buscar-ne semblances i diferències entre elles, i poder comparar el tipus de tractament que s'ha fet del cas del nen Gabriel des d'aquests dos programes diferents.

El primer i potser el més destacat que diferencia aquests dos magazins és el temps dedicat en antena a la notícia. Mentre que el magazín matinal de TV3 no arriba a la mitja hora en cap dels 5 programes en què tracta el cas, el magazín de l'Ana Rosa a Telecinco arriba inclús a dedicar un programa complet al succés, és a dir, gairebé 4 hores.

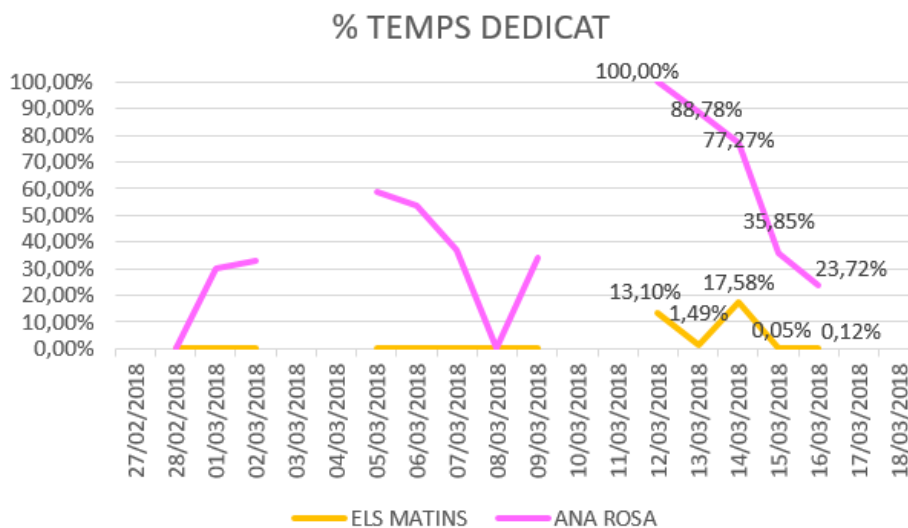


Fig. 6.6. Gràfic comparatiu per dies del temps dedicat al cas entre els dos magazins (en %).

Font: Elaboració pròpia.

Com es pot veure a la figura 6.6, els programes del magazín de Telecinco comencen a parlar sobre la desaparició del nen des del 3r dia (1 de març), mentre que a Els Matins de TV3 no és fins al 12 de març que li dediquen un sol segon, just el dia posterior a la detenció de l'exparella del pare, presumpta assassina del nen. És just a partir d'aquest dia quan es poden comparar els temps dedicats: el mateix dia 12 TV3 dedica un 13,10% del seu programa a parlar d'en Gabriel, mentre que *El Programa de Ana Rosa* es dedica íntegrament al cas. A partir d'aquí, el programa de Telecinco va a la baixa cada dia que passa pel que fa a tant per cent de dedicació (quelcom que no és d'estranyar tenint en compte que es ve de dedicar-li el màxim possible); en canvi, TV3 torna a fer un pic el dia 14 de març, que a més és quan més temps dedica al cas, no com l'Ana Rosa, tot i que amb unes dades molt contrastades (17,58% per part d'Els Matins, 77,27% per part del magazín de Telecinco).

S'entra ara a comparar les recomanacions en relació al tractament de les fonts que han utilitzat ambdós programes. Començant per l'ús de fonts d'informació expertes, es pot veure el següent gràfic comparatiu (figura 6.7).

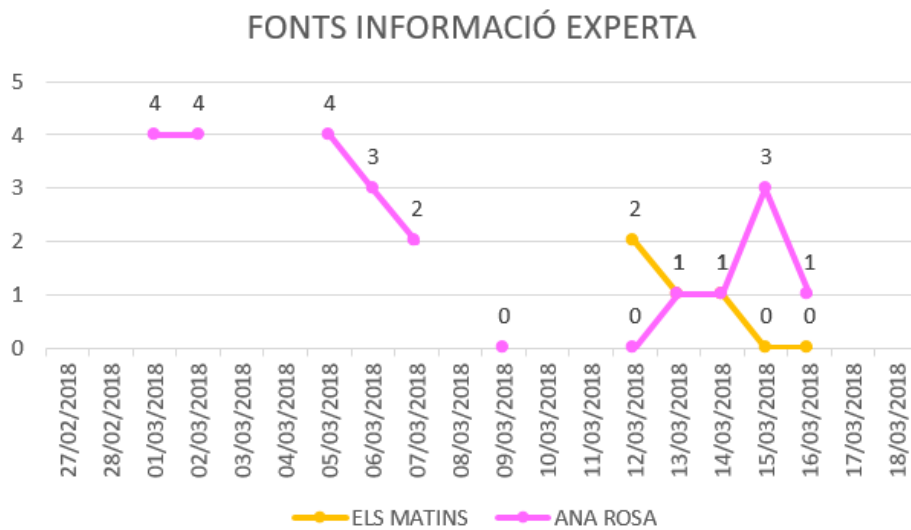


Fig. 6.7. Gràfic comparatiu per dies de l'ús de fonts d'informació experta en cada magazín.

Font: Elaboració pròpia.

El Programa de Ana Rosa és qui més fonts utilitza dels dos programes, amb tres ocasions arribant a un total de 4 fonts expertes, mentre que *Els Matins* es queda a la meitat, a dues, però cal tenir en compte la diferència de temps dedicat a cada programa, que s'ha comentat prèviament. Els dies 13 i 14 de març ambdós usen una única font, coincidint en aquesta mateixa el dia 13: el ministre de l'Interior, Juan Ignacio Zoido. Una altra dada a tenir en compte és que els dos dies en què cada programa emet durant més temps, no coincideix amb el màxim de fonts expertes utilitzades. TV3, el 14 de març, amb una font, i Telecinco, el 12 de març, amb zero.

Sobre el protagonisme que es dona des d'aquests programes a testimonis, es pot comprovar que Telecinco té una tendència a utilitzar sempre testimonis i fonts que no aporten valor informatiu. En cap dels programes no dona protagonisme a testimonis, és més, el mínim al qual arriba és de sis, el dia 7 de març. En canvi, *Els Matins*, en els cinc dies que tracta el cas del nen Gabriel (tot i que, com s'ha comentat, vindrien a ser-ne tres), tan sols utilitza fonts testimonials o que no aporten valor informatiu en dos programes: els dies 12 i 14 de març, amb 3 i 4 fonts respectivament.

En ambdós casos sí que es veu una correlació entre el màxim valor en aquest punt i el programa amb més temps dedicat: el 12 de març, Telecinco és quan més temps dedica i un dels que més punts obté, i TV3 el mateix el dia 14 de març.

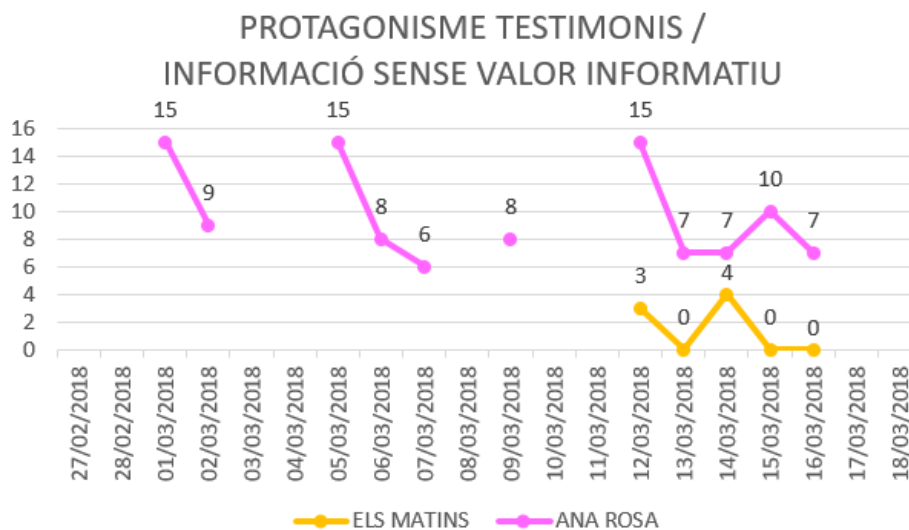


Fig. 6.8. Gràfic comparatiu per dies de l'ús de testimonis als magazins.

Font: Elaboració pròpia.

Pel que fa al format que utilitzen els dos magazins per tractar el mateix cas, cal destacar una principal diferència: l'ús de connexions en directe. *El Programa de Ana Rosa* es podria considerar que s'estructura d'acord amb aquestes connexions, que tenen prioritat sobre qualsevol altra consideració, o almenys així o han fet amb el cas del nen Gabriel. Podien estar els tertulians a la taula rodona debatent, i quan un dels enviats especials tenia alguna novetat, es parava el debat en sec i se li donava entrada. Una altra diferència, també relacionada amb el tema d'enviats especials a la zona, és la possibilitat que es té per realitzar entrevistes als protagonistes del succés, com són els pares, o d'emetre en directe rodes de premsa que realitzen la Guàrdia Urbana, per exemple. A *Els Matins* això no ha passat en cap cas, ja que no han disposat de cap enviat especial a la zona. L'únic cas en què s'ha realitzat una connexió amb l'exterior era al camp de futbol de Santa Coloma de Gramenet, per donar pas a una entrevista amb el president de la Fundació esportiva.

6.7. Reflexions

Ja han sigut analitzats tots els Telenotícies Vespre, tots els informatius de Telecinco, el magazín matinal de TV3 i *El Programa de Ana Rosa*, i s'han realitzat comparacions entre els informatius i comparacions entre els magazins. Però durant aquest procés, han sorgit

diversos debats, qüestions o reflexions que s'han cregut considerables de comentar en aquest apartat.

Sobre el dret a la intimitat de l'infant

És lícit mostrar imatges d'una persona menor d'edat desapareguda per televisió? En quina mesura? I un cop se sap que és mort? Es fa amb caràcter informatiu o morbós?

Totes aquestes són preguntes que han sorgit en la realització d'aquest treball, i preguntes que segurament tindrien una resposta diferent depenent de qui se'ls hi preguntés.

El coordinador d'editors dels informatius del cap de setmana de Telecinco, Xavier Riera, comenta a l'entrevista que se li va realitzar que depèn molt de l'editor. "Cada vegada que ens trobem en un cas d'aquests hi ha un debat que moltes vegades es resol quan l'editor diu *se tapa o no se tapa*. Jo sóc partidari de tapar".

La cap de l'àrea de Continguts del CAC, Mònica Gasol, en ser preguntada sobre el cobriment informatiu que es realitza de la vetlla del nen, on en el mateix lloc hi ha una imatge seva, comenta que "se la poden estalviar. Perquè allò no aporta res. Sempre s'hauria de fer la pregunta d'això què aporta a la informació per qui la rep?" (Annex I, p. 8).

Tot i això, el criteri que s'ha utilitzat en aquest treball sobre les imatges d'en Gabriel, definit a la metodologia, marca un tipus de conclusió sobre aquestes qüestions, ja que no es comptabilitzen les imatges que es mostraven del cartell de "desaparegut" els dies que durava la cerca, però sí si s'ensenyaven una vegada se sabia sobre l'assassinat del nen. Les fotografies on simplement es mostrava la cara del nen, els dies que durava la cerca simplement es comptabilitzaven per poder tenir un registre numèric de l'ús que se'n feia, però totes les dades recollides a partir de l'11 de març (dia en què es deté la llavors parella del pare i es confirma la mort d'en Gabriel) es recullen per poder calcular i denunciar des d'aquí l'ús d'imatges que ja no aporten cap voluntat més enllà d'impactar i evocar emocions a l'espectador (en cas que el nombre d'imatges sigui excessiu).

Passivitat per part de TV3? Sobre atenció mediàtica de Telecinco?

Els resultats obtinguts poden fer creure que Televisió de Catalunya ha realitzat un seguiment del cas molt més minuciós i delicat, i que Telecinco s'ha bolcat completament en cobrir tots i cada un dels detalls del cas, amb hores i hores de dedicació al cas a la graella del canal. Però el poc temps dedicat per part de TV3, en comparació amb Telecinco, és suficient per estar informats degudament? O la constant dedicació per part de Telecinco al tema, ens ajuda realment a informar-nos?

Cal comentar que les intervencions que realitza TV3 sempre van en companyia d'un fet destacat de la investigació, com pot ser la troballa de la samarreta interior del nen (el dia 5 de març) o la detenció d'Ana Julia Quezada (el dia 11 de març), i en canvi Telecinco, amb aquesta gairebé omnipresència, es veu obligada en moltes ocasions a repetir i omplir el temps amb informacions que ja s'han comentat altres dies.

Això es pot veure gràficament a la figura 6.9. on s'han ajuntat tots els valors de temps dedicat per dia de cada programa (en %) a parlar del cas. A més, s'han destacat els quatre dies en què hi ha successos remarcables en el cas de la desaparició d'en Gabriel: el 27 de febrer (desaparició), el 5 de març (troballa de la samarreta), el 9 de març (concentració en suport a Gabriel) i l'11 de març (detenció d'Ana Julia Quezada i descobriment del cadàver d'en Gabriel).

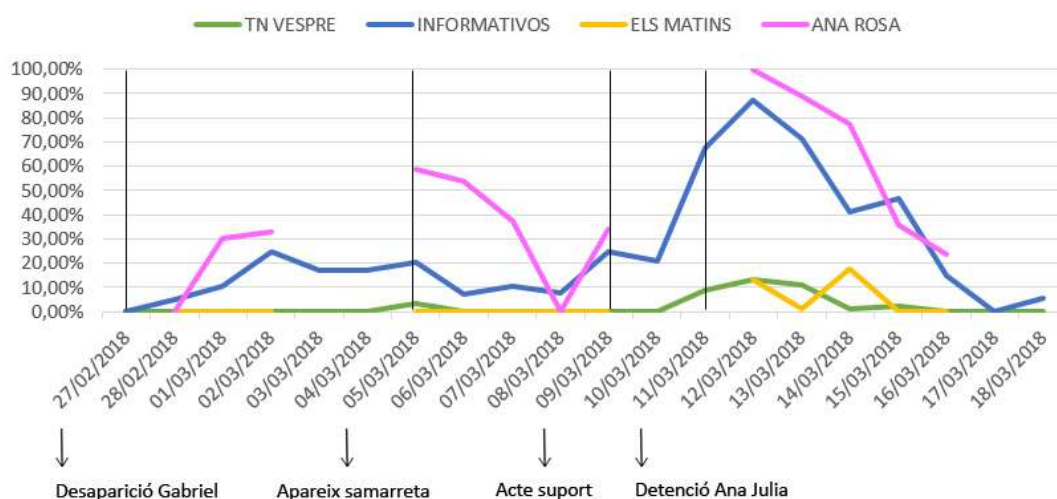


Fig. 6.9. Gràfic del temps dedicat per dia de tots els programes amb els fets destacats del cas.

Font: Elaboració pròpia.

Com es pot veure, des d'un bon inici els informatius de Telecinco ja parlen del cas, seguit del magazín del mateix canal. El següent dia marcat, el 5 de març, coincideix amb tres pics: és el primer cop que el Telenotícies Vespre parla del cas; l'informatiu de Telecinco que semblava que anava a la baixa, torna a pujar mínimament el temps de dedicació, i el magazín de l'Ana Rosa comença amb el màxim de temps que li dedicarà aquella setmana. El dia 9 de març es realitza un acte de suport a Almeria a en Gabriel, i es pot veure com torna a coincidir amb dos pics d'alta dedicació: *El Programa de Ana Rosa* i els informatius de la cadena privada. Per últim es troben els pics del dilluns 12 de març, un dia després de la detenció d'Ana Julia. Aquí els pics de màxim temps dedicat al cas no coincideixen al mateix dia, segurament per ser diumenge i així tenir un dia més per recollir dades i realitzar vídeos pels informatius i magazins. Tanmateix, el mateix dia 11 es pot veure com els dos informatius pugen destacadament el temps dedicat en comparació al dia abans.

Sigui com sigui, està clar que cada canal té les seves prioritats i els seus objectius. Per Telecinco, com bé ha dit anteriorment Xavier Riera, l'objectiu és mantenir l'audiència i generar ingressos, i les audiències demostraven un augment quan es tractava el cas del nen Gabriel. TV3, en ser un canal públic, segurament manté un perfil més d'informador acurat, però igualment la informació que ha donat des dels informatius ha sigut més reduïda que en altres notícies, segurament pel fet de tractar-se d'un canal autonòmic i que aquest fet hagi passat a Almeria, ja que en altres casos, com per exemple el temporal de neu que es va viure a Catalunya durant aquelles dates, és un dels temes que més temps ocupa dels telenotícies, amb enviats especials i connexions en directe, igual que Telecinco.

Els resultats obtinguts són clars, i sobretot en el tema més objectiu possible: el tractament de les fonts de cada programa; de cada canal. Com es pot veure a la figura 6.10, en la gran majoria dels dies les fonts que utilitzen els programes de Telecinco són testimonials, amb una petita franja fonts expertes en comparació.

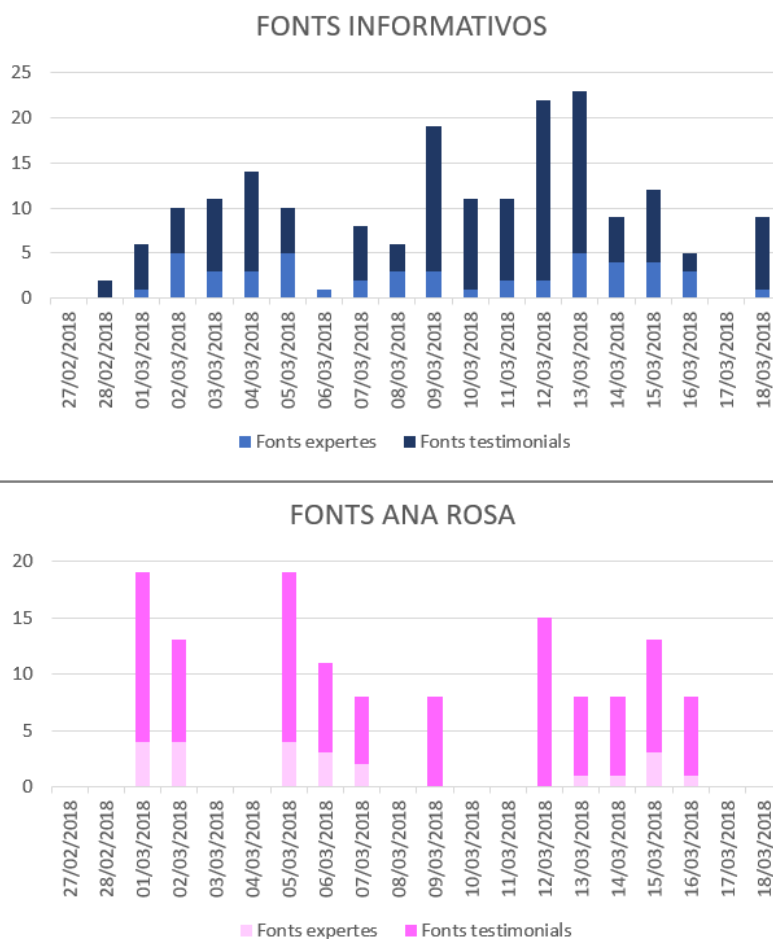


Fig. 6.10. Comparació de les fonts entre programes de Telecinco.

Font: Elaboració pròpia.

Exactament el contrari passa si es realitza la mateixa comparació entre els programes de TV3. A la figura 6.11 es pot veure com, tot i la poca utilització de fonts i els pocs dies dedicats al cas, en el cas del Telenotícies Vespre només s'utilitzen fonts oficials (una en total en ambdós dies, però cap de testimonial), i en el cas del magazín matinal de TV3, un dels tres dies en què s'usen fonts només se n'usa una d'experta. Els altres dos dies n'usen més testimonials, però els nombres totals en comparació a Telecinco continuen sent destacables.

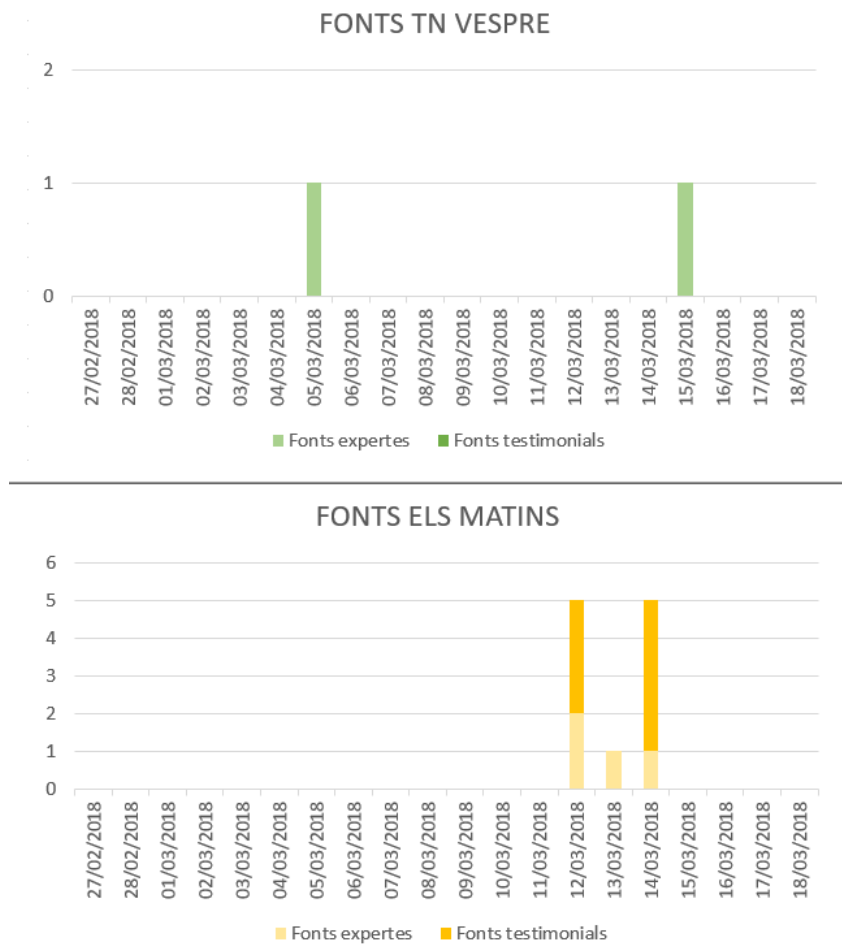


Fig. 6.11. Comparació de les fonts entre programes de TV3.

Font: Elaboració pròpia.

Sembla, per tant, que Telecinco presenta uns indicis de sensacionalisme i incompliment de les recomanacions de bones pràctiques més alts que TV3, i tot prové d'un motiu: l'estratègia de la cadena; el ja mencionat objectiu de generar ingressos per part de les privades *versus* els canals públics i les seves declarades intencions per informar de la manera més acurada, veraç i transparent possible.

7. Conclusions i futures investigacions

Una vegada s'han analitzat i obtingut unes pròpies conclusions dels programes definits a la metodologia i s'ha definit un marc teòric que acompanya aquesta anàlisi, es pot afirmar que s'ha complert la majoria dels objectius plantejats per aquest Treball Final del Grau en Mitjans Audiovisuals.

A continuació es farà menció d'aquests objectius, comentant si s'ha assolit o no segons estava previst i a quines conclusions s'han arribat.

Un dels tres objectius principals d'aquest treball era analitzar el contingut seleccionat sobre el cas del nen Gabriel, concretament d'un canal de televisió públic i d'un de privat. L'objectiu s'ha complert en la seva totalitat, ja que s'ha tingut accés a tots els continguts audiovisuals a través de les respectives pàgines web dels canals, on es disposava de tot el material a la carta.

Aquest primer objectiu va en relació amb el segon, que tractava de comparar aquests resultats obtinguts entre ells per trobar-ne semblances i diferències. La principal conclusió a la qual s'ha arribat és que tant entre informatius com magazines, es troben moltes més diferències que semblances entre els programes de TV3 i Telecinco.

Les més destacades serien, primerament, en relació al temps de dedicació. Mentre que el canal públic català el màxim de temps que dedica en els sis cops que tracta el tema és de poc més de 5 minuts, Telecinco, dels divuit cops, arriba a sobrepassar la més de mitja hora d'un total de 38 minuts de programa en un d'aquests dies. I el mateix succeeix amb els magazines: Els Matins dediquen cinc dies a parlar sobre el cas del nen Gabriel, dedicant-li gairebé mitja hora en un d'aquests. *El Programa de Ana Rosa*, en canvi, arriba a dedicar-li la totalitat d'un programa, el que suposa gairebé quatre hores.

La resta d'anàlisis i comparacions entre programes assoleixen el tercer dels objectius principals: la identificació d'incompliments de les recomanacions ètiques de certs òrgans reguladors. La vulneració és exagerada en uns casos, i subtil en d'altres. La utilització d'efectes espectacularitzadors i d'imatges del nen en els programes analitzats de TV3 s'evidencia en comptades ocasions en comparació als nombres obtinguts dels programes de Telecinco. A més, s'ha de fer especial menció a l'incompliment per part de Telecinco de

salvaguardar la presumpció d'innocència d'un detingut relacionat amb la mare d'en Gabriel, però no amb la seva desaparició. L'afany per part del magazín de l'Ana Rosa per voler posar a prova la seva coartada agafant un cotxe i calculant el temps de trajecte entre el lloc on resideix la persona en qüestió i el lloc de desaparició d'en Gabriel inhabilita la utilització verbal del concepte *presunto*, que sí que utilitzen en diverses ocasions. A més, aquest acte de qüestionar la seva no-culpabilitat (confirmada per fonts oficials) s'acompanyava de recursos de dramatització tals com música trepidant, de tensió.

S'ha de tenir en compte, però, que proporcionalment el temps de dedicació per cada canal de televisió ha sigut molt diferent. Tot i això, no és una excusa per tal de poder incomplir amb més constantment aquest seguit de criteris ètics.

Sobre els objectius secundaris marcats, el primer d'ells fa referència a revisar les influències que hagués pogut tenir el cas en l'*agenda setting* dels dies posteriors a saber-se la mort d'en Gabriel. Aquest objectiu no es consideraria assolit completament, ja que no s'ha dedicat efusivament aquest treball i anàlisi a detectar variacions en les agendes socials i polítiques. Tot i això, sí que s'ha pogut comprovar, casualment, la utilització del cas per donar protagonisme a un debat que estava programat per aquells mateixos dies al Congrés dels Diputats: la presó permanent revisable. Alguns dels congressistes es referien a l'assassinat d'en Gabriel en alguns dels parlaments que es van realitzar a la cambra baixa, i inclús en els informatius i magazins analitzats s'ajuntaven els dos temes (Gabriel i presó permanent revisable), inclús entrevistant als promotors i defensors d'un dels posicionaments possibles d'aquest debat: els pares d'altres casos en què han assassinat els seus fills, essent preguntats tant pel debat polític com pel Gabriel.

Estudiar quina és la forma correcta de tractar aquests successos, en cas que n'hi hagués alguna, era un dels altres objectius secundaris, que es pot considerar assolit. Part del marc teòric d'aquest treball s'ha dedicat a explicar i enumerar detalladament un seguit de recomanacions per part d'òrgans reguladors del sector periodístic i dels mitjans audiovisuals, inclús definint conceptes i formes de posar en pràctica correcta i teòricament la professió periodística.

Una de les diverses característiques per realitzar un bon tractament d'aquests delicats casos és l'ús de fonts oficials i expertes en el tema, així com la recomanació de no donar protagonisme a testimonis i fonts que no aportin contingut informatiu rellevant.

La part d'anàlisi ha permès detectar quins canals i programes complien o incomplien amb aquesta forma correcta de tractament. Algunes d'aquestes s'han mencionat anteriorment quan es parlava del segon objectiu d'aquest treball. Però fent referència a la utilització de fonts oficials o testimonials, es pot comprovar com només un dels quatre programes analitzats compleix amb el que s'estipula: el Telenotícies Vespre de TV3. És l'únic programa que en totes les seves emissions no té cap situació de major nombre de testimonis sense valor informatiu que de fonts oficials, tot i que cal mencionar que en la majoria d'ells no utilitza cap mena de font. La resta de programes (*Informativos Telecinco*, *Els Matins* i *El programa de Ana Rosa*) en la seva majoria d'emissions sempre fan una utilització de fonts testimonials superior a la d'oficials.

I per acabar, es buscava reflexionar sobre el paper dels i les periodistes avui en dia. Aquest objectiu s'ha pogut tractar gràcies a les entrevistes realitzades, en aquest cas al periodista i coordinador d'editors dels informatius de cap de setmana de Telecinco, Xavier Riera. Parla d'un moment de replantejament, en el que junt amb l'aparició de les xarxes socials, els informatius en televisió han perdut el caràcter reflexiu que, diu, hi havia abans. Conclou afirmant que aquest és un paper que la televisió pública hauria de fer i, no sap per què, s'ha deixat de fer.

Com a menció d'algunes futures investigacions, estaria bé poder realitzar-se una anàlisi més exhaustiva i estructurat del temps dedicat en pantalla; veure com es divideix. És a dir, no només calcular el temps de tractament de la notícia, sinó dins d'aquest, quant temps es dedica a realitzar connexions en directe, quant temps es dedica als tertulians (en el cas dels magazins), quant temps són càpsules de vídeos, etcètera. Això permetria fer una comparació i una obtenció de resultats molt més àmplia i acurada del tractament que se'n fa d'aquest cas en concret.

Com a conclusió general, la realització de l'anàlisi de contingut dels programes de televisió confirma que la televisió és actualment una eina d'entreteniment més que d'informació, i que en cas d'haver-hi informació considerada veraç, contrastada i d'interès, aquesta és testimonial. Aquest entreteniment, encobert en gran part pel distintiu de programes informatius o mixtes, ve acompanyat d'una gran dosi de sensacionalisme i espectacularització, i així ho demostren els diferents resultats obtinguts, en especial els programes de Telecinco. Tot i això, és lícit remarcar el fet que si aquest canal emet tants

continguts durant tanta estona i d'aquesta manera, és perquè els espectadors els hi estan demanant en forma de grans quantitats d'audiència en aquests tipus de programes.

El treball ha servit per profunditzar, i molt, en tot l'àmbit relacionat al món del periodisme i de la televisió. Ja sigui per la realització del marc teòric o la possibilitat de realitzar-se entrevistes, es considera que s'ha aconseguit entendre i conèixer millor el paper del periodisme i el que aquest té actualment als mitjans de comunicació.

O, si més no, el que hauria de tenir.

8. Bibliografia

- Arandes, J. A. (2013). El análisis de contenido como herramienta de utilidad para la realización de una investigación descriptiva. *Provincia*, 135-173.
- Becerra, G., & Arreyes, V. (2013). Los medios de comunicación de masas y las noticias como objeto de estudio de la sociología en la perspectiva del constructivismo operativo de Niklas Luhmann. *Revista Mad*, 47-60.
- Berrocoso, M. D. (2017). (Trellall Fi de Grau, Universitat de Valladolid, Castella i Lleó). *Sensacionalismo en los medios de comunicación públicos. El Caso José Brestón en "La Mañana" de TVE*. Recollit de http://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/27972/1/TFG_F_2017_237.pdf
- Bustamante, E. (1999). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, E. (2006). Hacia un servicio público democrático. *Medios de comunicación. Tendencias'06*, 357-362.
- Bustamante, E. (2013). *Historia de la Radio y la Televisión en España*. Barcelona: Editorial GEDISA.
- Carcela, R. M. (2016). La prensa de sucesos en el periodismo español. *Revista internacional de Historia de la Comunicación*, 1(6), 22-44.
- CCMA. (2019). *Llibre d'estil de la CCMA*. Recollit de Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals: <https://www.ccma.cat/lilibredestil/index-guia-editorial>
- Checa, A. (2010). La terminología periodística: sus orígenes y su consolidación. *Cuadernos de Ilustración y Romanticismo*(16), 1-10.
- Coca, C. (1997). Códigos éticos y deontológicos en el periodismo español. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 2(2).
- Col·legi de Periodistes de Catalunya. (05 / 01 / 2019). *Codi deontològic*. Recollit de Col·legi de Periodistes de Catalunya: <https://www.periodistes.cat/codi-deontologic>

- Consell de l'Audiovisual de Catalunya. (2019). *Descripció del CAC*. Recollit de Consell de l'Audiovisual de Catalunya: <https://www.cac.cat/cac/descripcio-del-cac>
- Cornella, A. (2000). *Infonomia*. Recollit de Cómo sobrevivir a la infoxicación: http://www.infonomia.com/img/pdf/sobrevivir_infoxicacion.pdf
- de Aguinaga, E. (2002). El periodista en el umbral del siglo XXI. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 8, 157-170.
- de los Heros, M. A., & Arbocó, J. O. (2012). Impacto de la "televisión basura" en la mente y la conducta de niños y adolescentes. *Avances en psicología*, 20(2), 43-57.
- Dept. Benestar i Família; CAC; CPC;. (2014). *Com informar dels maltractaments infantils. Manual d'estil per a mitjns de comunicació*. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Díaz Arias, R. (2008). Análisis y tratamiento de las fuentes audiovisuales. *Documentación de las Ciencias de la Información*, 161-181.
- Díaz, R. R. (2004). *Teoría de la Agenda-Setting: aplicación a la enseñanza universitaria*. A.F. Alaminos.
- EFE. (28 / abril / 2018). *El Consejo Audiovisual constata el "sensacionalismo extremo" en el tratamiento del 'caso Gabriel'*. Recollit de El Mundo: <https://www.elmundo.es/andalucia/2018/04/28/5ae46674468aebd7728b4573.html>
- eldiario.es. (03 / 15 / 2018). *Los padres de Gabriel, sobre la cobertura en los medios*. Recollit de Vertele - eldiario.es: http://vertele.eldiario.es/noticias/Padres-Gabriel-sobre-cobertura-medios-etic-estar-por-encima-interes-vender_0_1994200566.html
- Elogia Research. (2017). *Estudio anual de medios de comunicación 2017*. Recollit de https://iabspain.es/wp-content/uploads/estudio-medios-de-comunicacin-digitales-2017_vreducida.pdf
- Enciclopèdia Catalana. (2019). *Col·legi de Periodistes de Catalunya*. Recollit de [enciclopedia.cat: https://www.enciclopedia.cat/EC-GEC-0243908.xml](https://www.enciclopedia.cat/EC-GEC-0243908.xml)

- Enguix, S. (05 / 09 / 2017). Periodismo y pornografía sentimental. *La Vanguardia*. Recollit de <https://www.lavanguardia.com/local/valencia/20170905/431036737415/caso-alcasser-miguel-ricart-antonio-angles-periodismo-sensacionalista.html>
- Freidenberg, F., D'Adamo, O., & García Beaudoux, V. (2000). Efectos políticos de los medios de comunicación de masas. Un análisis de la función de "establecimiento de la agenda". *Psicología política*, 20, 47-63.
- Fundació Consell de la Informació de Catalunya. (2019). *Què és el CIC*. Recollit de Fundació CIC: <https://fcic.periodistes.cat/que-es-el-cic/>
- Gargurevich, J. (2002). *La prensa sensacionalista en el Perú*. Lima: Fondo editorial PUCP.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- Guillamet, J. (2003). *Història del periodisme: Notícies, periodistes i mitjans de comunicació*. Bellaterra: Universitat Autònoma de Barcelona. Servei de Publicacions.
- Guillamet, J. (2004). De las gacetas del siglo XVII a la libertad de imprenta del XIX. A C. Barrera, *Historia del Periodismo Universal* (p. 43-76). Barcelona: Ariel.
- Herrán, M. T. (2005). *Ética para periodistas*. Bogotá: Norma.
- Horowitz, M. (2018). *Public Service Media and Information Disorder*. Budapest: Center for Media, Data and Society; School of Public Policy.
- Institut d'Estadística de Catalunya. (2017). *Idescat*. . Recollit de Televisió. Repartiment de l'audiència. Per cadenes.: <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=774>
- Luhmann, N. (2007). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- Marauri, I., Rodríguez, M., & Cantalapiedra, M. (2011). Géneros informativos y estilo periodístico en la cobertura de sucesos en la prensa diaria de información general en España (1977-2000). *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 16(30), 213-227.

- Marcos, N. (27 / maig / 2017). Tras el rastro del ‘caso Asunta’. *El País*. Recollit de https://elpais.com/cultura/2017/05/22/television/1495474791_837336.html
- Marín, C. (2006). *Periodismo audiovisual: Información, entretenimiento y tecnologías multimedias*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Marradi, A., Archenti, N., & Piovani, J. I. (2007). *Metodología de las ciencias sociales*. Buenos Aires: Emecé.
- Martín-Barbero, J. (2001). Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención. A O. Rincón, *Televisión pública: del consumidor al ciudadano* (p. 35-70). Bogotá: Editorial CAB.
- Martini, S. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Buenos Aires: Norma.
- McQuail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- Mercader, J. (2011). La televisió pública, millor pública. *FRC: revista de debat polític*(27), 70-77. Recollit de <http://www.fcampalans.cat/uploads/publicacions/pdf/comunicacio.pdf>
- Morante, F. M. (2014). Análisis del tratamiento informativo en noticias de televisión. Estudio de caso de la huelga de profesores en España y Perú. *Correspondencias & Análisis*, 193-216.
- Muñiz Muriel, C., Igartua Perosanz, J., Otero Parra, J., & Sánchez Hernández, C. (2008). El tratamiento informativo de la inmigración en los medios españoles. Un estudio comparativo de la prensa y televisión. *Perspectivas de la comunicación*, 1(1), 97-112.
- Quesada, M. (2007). *Periodismo de sucesos*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Ramonet, I. (2003). Ser periodista hoy. A I. Ramonet, *La tiranía de la comunicación* (p. 47-68). Barcelona: Debate.
- Real, E. (2017). La profesión periodística ante sus retos éticos: autorregulación profesional y comunicativa frente a regulación. La situación en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 24(1), 341-360.

- Redondo, M. M. (2011). El sensacionalismo y su penetración en el sistema mediático español. *Tesis doctoral*. Valladolid, España: Universidad de Valladolid. Recollit de <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/891>
- Sánchez, J., & López, F. (1998). Tipologías de géneros periodísticos en España. Hacia un nuevo paradigma. *Comunicación y estudios universitarios*, 8, 15-35.
- Santamaria Suárez, L. (1992). Las tertulias radiofónicas y televisivas, manifestaciones atípicas del periodismo de opinión. *Periodística*, 129-134.
- Sunkel, G. (2001). *La prensa sensacionalista y los sectores populares*. Bogotá: Norma.
- Timoteo, J. (2004). Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental. A C. Barrera, *Historia del periodismo universal* (p. 25-40). Barcelona: Ariel.
- Torrío Villanueva, E. R. (2002). El sensacionalismo. Algunos elementos para su comprensión y análisis. *Sala de Prensa*, 2. Recollit de <http://www.saladeprensa.org/art374.htm>
- Toussaint, F. (2009). Historia y políticas de televisión pública. *Redes.com*(5), 217-242.
- Vicente-Mariño, M. (2010). Agendas, encuadres y discursos en los noticiarios televisivos españoles durante la crisis del Prestige. *Athenea Digital*, 19, 249-257.



Centre adscrit a la



Grau en Mitjans Audiovisuals

**SENSACIONALISME ALS MITJANS:
EL CAS DEL NEN GABRIEL**

Estudi de la viabilitat

PAU MINELLA SIVILL

TUTORA: AINA FERNÀNDEZ ARAGONÈS

CURS 2018-19



Índex

Índex de figures	III
1. Pla de treball.....	5
2. Cronograma i desviacions.....	7
2.1. Cronograma	7
2.2. Desviacions	8
3. Viabilitat tècnica i econòmica.....	9
4. Aspectes legals.....	11
5. Bibliografia	13

Índex de figures

Fig. 2.1. Cronograma.....	7
---------------------------	---

1. Pla de treball

Les tasques a realitzar d'aquest treball es poden dividir en sis fases:

1. Investigació i obtenció del material
2. Confecció de la metodologia
3. Anàlisi del material
4. Comparació
5. Redacció i conclusions
6. Revisions

Cada una d'aquestes fases estan implícitament relacionades entre elles, i en l'ordre marcat. Primerament es necessita una bona quantitat d'investigació. Això significa documentar-se per la confecció del marc teòric del treball i també per poder disposar des d'un inici de referents i en general d'informació en relació al tema del treball per tal de poder realitzar les plantilles d'anàlisi que s'utilitzaran per analitzar posteriorment el material. La segona fase, que fa referència a la confecció de la metodologia, és concretament el que s'acaba de mencionar: la creació de la plantilla d'anàlisi dels programes. Sense una base teòrica no se sap què és més important analitzar, i cal escollir bé per no adonar-se que el plantejament no era correcte quan ja es va per la meitat del treball.

Una vegada confeccionada la metodologia, arriba el torn de l'anàlisi de material, la part troncal del treball. És la fase que necessita més dedicació, ja que la quantitat de programes a analitzar no és poca, i cal realitzar aquesta fase amb cura perquè és la que estructura tot el Treball Final de Grau i d'on se n'extrauran unes conclusions. Aquí també s'inclou la realització de les diferents entrevistes.

La següent fase és la de comparació de les anàlisis realitzades i la confecció dels gràfics corresponents per tal d'utilitzar-los a la fase de redacció i conclusions, on es tracta de traspasar tota la informació recollida de forma explicativa, utilitzant elements visuals (els gràfics) i obtenint-ne unes conclusions, que també s'han de redactar. A més, s'han de

transcriure les entrevistes que s'han enregistrat en veu per tal de poder utilitzar-les i citar-les al treball.

L'última fase es dedica a fer una revisió de tot el que s'ha fet per tal de trobar-ne possibles errors, realitzar modificacions o ampliacions si pertocquen i acabar de maquetar tots els documents necessaris.

2. Cronograma i desviacions

2.1. Cronograma



Fig. 2.1. Cronograma.

Font: Elaboració pròpia.

El cronograma que es presenta a l'anterior figura segueix l'estructuració que s'ha plantejat al pla de treball del capítol 1 de l'estudi de viabilitat.

La primera fase (Investigació i obtenció del material) aniria des de primera setmana de desembre de 2018 fins a finals de la segona setmana del mes de gener de 2019. Amb aquest temps s'hauria d'haver obtingut gran part del material necessari per confeccionar la metodologia i part del marc teòric. Igualment, aquesta fase s'allargaria també part dels següents mesos, ja que és possible que es requereixi més informació per l'estudi teòric i per qüestions que vagin sorgint de l'anàlisi de continguts.

La confecció de la metodologia hauria d'estar enllestida a principis de la tercera setmana de gener, per tal de poder ser llavors quan es comenci amb l'anàlisi de material.

L'anàlisi de material s'estructura en 4 programes diferents: el *Telenotícies Vespre*, *Informativos Telecinco*, *Els Matins* i *El Programa de Ana Rosa*. Cada un d'aquests programes s'han d'haver analitzat als volts de la tercera setmana d'abril, per tal de poder començar amb la comparació dels resultats obtinguts.

La comparació d'aquests resultats s'enllestiria a mitjans de maig, i durant aquesta ja s'hauria començat amb la fase de redacció i conclusions, ja que va molt en relació a les comparacions que s'estan realitzant i els resultats que s'han obtingut de les anàlisis.

Tot estaria finalitzat a finals de maig, principis de juny, per tal de poder disposar d'uns dies per realitzar revisions i poder tenir uns dies de marge.

Les dates importants que hi ha senyalades amb una icona d'alerta corresponen a les següents:

- 7 de gener: entrega de l'avantprojecte de TFG.
- 11 de febrer: primera entrega de la memòria a la tutora.
- 24 d'abril: entrega de la memòria intermèdia a la tutora.
- 14 de juny: últim dia per realitzar l'entrega del TFG.

2.2. Desviacions

Les desviacions més remarcables d'aquesta planificació de realització del treball han sigut en l'apartat d'anàlisi de material. El temps que s'ha acabat dedicant a aquesta fase ha estat molt més ampli del que es creia i es preveia. Això ha retardat la resta de fases o ha fet que algunes d'elles s'haguessin de fer en menys temps del previst, i eliminant gairebé per complet els dies de marge finals dels que es volia disposar.

Aquesta desviació ve causada principalment perquè el temps de dedicació al cas del nen Gabriel per part d'alguns programes era molt més extens del que es creia, i això feia que s'hi hagués de dedicar més temps. A més, les transcripcions de les notícies que es realitzaven un primer moment van incidir molt en aquest fet.

Tanmateix, el procés de redacció ha sigut molt més extens del que es pensava en un principi.

3. Viabilitat tècnica i econòmica

La viabilitat tècnica d'aquest treball és assequible tenint en compte que del que cal disposar és d'un ordinador amb connexió a Internet per poder realitzar la cerca d'informació i la visualització i anàlisi dels programes de televisió corresponents. Els programaris que s'utilitzen són el Word i l'Excel; el primer per la mateixa redacció de tot el TFG i l'Excel per tal d'acumular, catalogar i organitzar totes les dades que s'obtinguin de l'anàlisi de contingut. A més, aquest programari permet crear gran varietat de gràfics, pel que permetrà poder seleccionar el gràfic que més convingui depenent de les dades que es disposin.

Quant a la viabilitat econòmica, com que no és un treball aplicat, no ha sigut necessària l'obtenció i lloguer de material audiovisual per a la seva realització.

Si s'intenta pressupostar el cost que podria tenir realitzar-lo, s'haurien de tenir en consideració l'obtenció de l'ordinador i la connexió a Internet, amb els programaris mencionats. A més, caldria la meua pròpia contractació per tal de poder realitzar el treball. Si es posa per cas que això fos en una empresa de premsa diària, segons el conveni col·lectiu publicat al BOE el febrer de 2018, el contracte de treball en pràctiques s'estableix al 70%, durant el primer any, del salari fix d'un treballador que realitzi la mateixa tasca o similar (Ministerio de Empleo y SS, 2018). En aquest, estipulant que les tasques que es realitzarien serien com Ajudat o Auxiliar de Redacció i el salari mínim d'aquests grups està en una mitja de 16.000 €, el 70% suposarien 11.200 € anuals, però com que el treball s'ha realitzat en aproximadament mig any, es convertirien en 5.600 €, en cas que es complissin les regulacions esmentades.

Tanmateix, cal mencionar que com que el material audiovisual analitzat és accessible des de les pàgines web d'ambdós canals de televisió (TV3.cat i Telecinco.es), no és necessària la sol·licitud de còpies, que en el cas de TV3 el preu per còpia en arxiu digital de més d'una hora i mitja és de 33,88 € amb tarifa reduïda aplicada a institucions i centres docents (CCMA, 2019).

4. Aspectes legals

L'estatus legal d'aquest TFG és el *creative commons*.

Els drets que es consideren són:

- Dret a la divulgació, perquè sigui accessible al públic, però amb el reconeixement de l'autor del treball.
- Per aquest motiu, també es demanaria el Dret moral a la paternitat o atribució, perquè es faci referència a l'autoria.
- Dret patrimonial o d'explotació: per si es volgués obtenir còpies, imprimir-lo o escanejar-lo.

5. Bibliografia

CCMA. (2019). *Servei de còpies de TV3 i Catalunya Ràdio*. Recollit de Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals: <https://www.ccma.cat/copies/>

Ministerio de Empleo y SS. (2018). *Boletín Oficial del Estado*. Madrid: BOE.



Centre adscrit a la



Grau en Mitjans Audiovisuals

**SENSACIONALISME ALS MITJANS:
EL CAS DEL NEN GABRIEL**

Annexos

PAU MINELLA SIVILL
TUTORA: AINA FERNÀNDEZ ARAGONÈS
CURS 2018-19



Índex

Annex I.	Entrevista a Mònica Gasol.....	3
Annex II.	Entrevista a Xavier Riera.....	13
Annex III.	Plantilla d'anàlisi Telenotícies Vespre	23
Annex IV.	Plantilla d'anàlisi <i>Informativos Telecinco</i>	25
Annex V.	Plantilla d'anàlisi Els Matins	27
Annex VI.	Plantilla d'anàlisi <i>El Programa de Ana Rosa</i>	29
Annex VII.	Enllaços del material analitzat	31

Annex I. Entrevista a Mònica Gasol

Transcripció de l'entrevista a Mònica Gasol, cap de l'Àrea de Continguts del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Pau: amb quin criteri es decideix qui forma part – qui decideix qui forma part del CAC?

Mònica: això ho decideix el Parlament. La llei et diu que ha de tenir una sèrie de capacitats o experiència i a partir d'aquí els grups polítics proposen uns determinats candidats. Això ho hauries de preguntar als grups parlamentaris, jo això no ho sé respondre. Hi ha gent que són professors universitaris, gent que ve del món del dret amb qüestions audiovisuals, que és vindre del sector, però no té interessos econòmics o d'empresa, però sí que han de tenir experiència provada amb el sector.

P: el paper d'aquestes 6 persones és aprovar o desaprovar el que vosaltres, l'estructura tècnica, proposeu, o com funciona?

M: Bé, aprovar i desaprovar no. Ells marquen les directrius del Pla d'Acció del Consell, que és la seva obligació diguem-ne. I ells aproven i desaproven evidentment els informes tècnics i les conseqüències d'aquests informes. Per exemple, una actuació que fem habitualment. Fem seguiments habituals dels prestadors locals. Els determinen l'ordre, per exemple. L'ordre, no em mal interpretis, l'estratègia d'actuació. És a dir, ara farem el seguiment de les ràdios musicals, per exemple. Després el seguiment de les televisions locals públiques, i després les privades. Això és el pla d'acció, que li toca a ells, i nosaltres executem. I en el sentit contrari: nosaltres determinem que hi ha una cosa que pot ser dubtós de si està dins els límits de la legalitat de la comunicació audiovisual. Nosaltres fem tots els expedients; àrea jurídica pot determinar al final la instrucció d'un procés sancionador. La dimensió de la sanció, li toca al Consell.

P: al web també he vist l'esquema on es veu que està repartit per departaments, àrees... Com a cap de l'Àrea de Continguts, quines són les teves funcions concretament, i a més, com funciona això de "l'anàlisi de continguts"?

M: l'Àrea de Continguts és la més gran de la casa per raons obvies. Dins d'aquesta àrea hi ha dos serveis, el d'atenció a persones i usuaris, els que recullen queixes, i el servei d'anàlisi que és el servei gros de la casa. Al servei d'anàlisi hi ha dues funcions bàsiques; dos tipologies de personal. El personal que visiona, tant TV, ràdio i Internet, i els analistes. El personal de visionat és gent que té una formació de batxillerat, a l'altura d'administratiu. I el personal d'anàlisi és personal de Comunicació i Periodisme. Treballem en dos línies, l'actuació d'ofici (la que fem perquè sí, perquè ens toca), i la que ve a partir de queixes. Dins de l'actuació d'ofici també tenim dos punts d'inici del treball: el que són les qüestions de sistemàtica (seguiment del compliment de la normativa) i altres que són les que el Consell en el moment determinat van a dir "ara prioritzarem ràdios musicals". Quina és la meua feina? La primera: planificar tot aquest muntatge, perquè és molta gent. Què fem d'ofici, de manera sistemàtica? El seguiment del compliment dels pluralismes, la protecció de menors i el control de publicitat. Evidentment no podem abastar totes les hores i tots els dies de tot el que s'emet, doncs és feina meua establir metodologies de seguiment d'aquesta tipologia. Llavors, què fem: pluralisme. Pluralisme ho fem per mostreig. Es visionen una sèrie de notícies amb un criteri de mostreig. Hi ha un manual de procediment (que no et donaré, no cal que el demanis, no el donem a ningú, ni als consellers). Que diu: els de pluralisme què han de fer? Primer pas, quan troben una notícia d'aquestes característiques, es miren quines variables han d'omplir, i amb quins valors de variables. Tot això està *super* establert, perquè no vagi cadascú amb el seu criteri de "a mi em sembla", o "jo crec" o "jo penso d'aquesta manera". Hi ha gent que visiona pluralisme, uns que visionen publicitat, uns de protecció de menors... i cataloguen. Tot això queda en un sistema informàtica i els analistes van al darrera de tot allò, i la segona part del quadern de procediment (que és com interpretaràs tu aquestes dades), fan els informes. Aquests informes s'elevan al ple, i el ple decideix el que consideri oportú. Si ha indicis d'incompliment, en el cas de pluralisme, entren a actuar els de l'àrea jurídica, perquè elaboren els informes jurídics pertinents, i el Consell adopta les decisions que creu oportunes. Això es fa sistemàticament cada dia. Després hi pot haver les queixes que entren sobre temes diversos que s'han d'anar colant per aquí dins, colant vull dir fer-ho

possible d'analitzar, i el Consell doncs pot modificar la directiva i dir, ara anem a començar a treballar amb Internet.

P: em vàreu fer arribar un document d'una queixa que va entrar sobre el cas del nen Gabriel, i la meua pregunta ara era com es detectava que s'estava incomplint el reglament. Si és necessària una denúncia prèvia abans o no; ja m'has respost dient que hi ha unes rutines en tres àmbits sobretot, però amb temes de maltractament infantil o tragèdies personals, llavors només es revisa quan hi ha unes denúncies, o quin criteri es segueix?

M: amb el tema de tragèdies es revisa quan hi ha tragèdies, però qualsevol cosa d'aquestes que és una tragèdia i presta pels mitjans a fer sang i fetge, quan hi ha una situació d'aquestes es fa un informe específic. S'activa d'ofici un sistema d'alerta que això porta a un informe específic. Ara, altrament ja fem uns controls, però és impossible abastar-ho tot, per tant les queixes ajuden a detectar coses que se't poden haver passat, perquè treballem amb mostres, no fem el 100% de totes les emissions. Però per exemple en aquest cas és un comentari específic en un programa específic, doncs si aquell dia no t'entrava al teu control doncs és quan no tens un radar a la carretera.

P: entenc llavors que quan va sorgir aquest cas, a banda de respondre a la queixa, es va fer algun tipus d'informe?

M: hi ha vegades que la vigilància no deriva en informes, perquè per exemple la gent que fa informatius, fa informatius per pluralisme, perquè l'informe final el que ha de sortir és pluralisme, però com estan mirant notícies, tenen un sistema d'alertes que eleven als coordinadors pertinents de "alerta que ha sortit un menor", "alerta que estan emetent imatges sense avisar que són especialment dures", i aquest sistema d'alerta a vegades no acaba en cap informe, sinó que es comenta al Consell que hi ha hagut unes certes incidències aquí, per exemple amb la Corporació, que és el públic gros, doncs es recopilen i quan té l'obligació de comparèixer davant del regulador, doncs li diu mira tal dia tals coses que vas fer doncs no anaves gaire fi, no necessàriament ha d'acabar amb un informe, perquè a més sabíem que el Consell andalús l'estava fent.

P: aquí anava a anar, que el CAA va fer un comunicat on denunciava i constatava el “sensacionalismo extremo y quiebra de derechos por parte de algunas televisiones en el tratamiento del Caso Gabriel”.

M: eren les privades estatals, hi ha una certa tendència a l'espectacularització.

P: en cap moment el CAC va plantejar-se actuar davant el que estava passant amb el cas aquest? Per què ja sabíeu que ho estava fent el CAA, o perquè (que ja sé que no, perquè ho posa a la web) no aplica que controleu aquestes televisions d'àmbit estatal?

M: exactament que els andalusos en aquest cas.

P: en canvi els andalusos van fer un informe

M: bé, perquè ells van considerar oportú fer un informe aquesta vegada. Hi ha hagut d'altres vegades que nosaltres fem informes i ells no... no aplica... sí que aplica, sempre aplica. Això és una discussió que hi ha a vegades. Els reguladors, tant el català com el d'Andalusia, tenen competències per sancionar els prestadors que estan al seu territori, però per supervisar, tenen competències per supervisar tot el que es veu aquí. No els podràs sancionar, llavors en lloc de sancionar-los has d'anar a la Comisión Nacional i dir-lis “ei, Comisión, mira què fan aquests; si vols, sanciona'ls. Si no, no”. Però la competència és aquesta, la mateixa pels dos. A vegades un regulador veu convenient prioritzar una actuació davant d'una altra, i en aquest cas tu no pots sancionar-los.

P: hi ha el consell de Catalunya, el d'Andalusia i...

M: i prou. A la Comunitat Valenciana legalment ho tenen constituït, però no està nomenat. I Balears també l'estava treballant. Navarra havia tingut una cosa petita, però no. Igual que la Comunitat de Madrid, però l'Esperanza Aguirre la van tancar. I la Comisión Nacional actua com a regulador, però no té l'estructura d'un regulador igual que els altres.

P: anava a dir, això de la Comissió Nacional de Mercats i Competència no ve a ser un Consell Audiovisual d'Espanya... no?

M: exacte. El Consell Audiovisual d'Espanya estava previst per llei a l'època Zapatero, però no es va acabar constituint mai. Llavors en comptes de crear aquell es va crear la CNMC que és com un mix, dins del qual hi ha els de *Comunicaciones y Audiovisuales*.

P: però no fan una regulació ètica del que s'emet, així com feu vosaltres. O sí?

M: podrien, però bé, es dediquen a altres coses. Ells controlen més el tema de publicitat, per exemple.

P: seria un no, llavors

M: bé, habitualment no s'hi posen. Diguem-ho així. Si és que no has d'entrar amb temes penals, que a vegades amb menors entres amb temes penals.

[...] No podem sancionar, però sí que podem fer informes. Per exemple quan s'analitzen tragèdies, que a més hi ha una diferència molt clara en la utilització d'elements d'espectacularització a les privades estates de la pública estatal o les televisions d'aquí, tu no dius "està malament això", però dius "els magazins de Telecinco tenen uns nivells d'espectacularització que arriben al 80% dels programes", no li faràs res, però ja ho has dit.

P: llavors, podeu sancionar als d'aquí, doncs la pregunta és quines són les conseqüències (quines sancions hi ha) pel fet de no seguir aquestes recomanacions, quines venen a ser aquetes sancions? Econòmiques?

M: no, les recomanacions no són sancionables, és sancionable la llei. Les recomanacions és com un codi de bones pràctiques, i tu li estàs dient que compleix o no compleix un codi de bones pràctiques, però si no està la norma, i no està tipificat dins la norma quina és la sanció que has d'aplicar en allò no pots aplicar una sanció.

P: en cas que, per exemple TV3, no complís cap recomanació, vosaltres simplement diríeu, ei, CCMA, això no està bé, i ja està?

M: Bueno, si moltes vegades li dius que no està bé... si al final tres vegades li has de dir que no ho fa bé, està incomplint servei públic, i servei públic sí, no és una recomanació. Suposant, que no és el cas, precisament perquè la Corporació no espectacularitza, o ho fa poc diguem-ne, si tu consecutivament li estàs dient que aquell tractament l'esta fent malament, sí que el pots agafar perquè hi ha incompliments de servei públic, i això està molt regulat.

P: sobre el tema de recomanacions, centrats en els de tipus de maltractament d'infants i tragèdies personals, que ve a ser com un mix, podríem dir, perquè em vaig llegir les recomanacions d'infants i sí que algunes tenien a veure, però parlen sobretot de maltractament de quan l'infant encara es viu, però en tema d'assassinat, s'ha d'agafar una mica de la part de tragèdia. Llavors, quines serien les més importants, les més intocables... les que sempre s'haurien de complir, tot i que sempre s'haguessin de complir totes?

M: jo creure no ho sé, però jo diria que hi ha dos vies importants: la de l'espectacularització: tractar la informació amb rigor, ja que espectacularitzar suposa qualsevol cosa menys rigorositat, i aquest tipus de qüestions, doncs tenen implicació de sentiments, d'impacte... totes aquelles recomanacions que insisteixen en la rigorositat informativa són molt importants. I l'altre, especialment important, és la de la privacitat de les persones, i jugar amb el fer espectacle del dol de les persones. Jo crec que aquests dos punts que es tracten a gairebé totes les recomanacions, són especialment essencials.

P: podríem dir que s'està violant aquest dret a la intimitat de la persona quan s'està ensenyant la foto del nen per televisió?

M: amb els menors s'ha de ser especialment curós, perquè pots entrar en qüestions penals, i s'ha de ser especialment curós. El que passa és que a vegades entrem en contradiccions, necessàries. Per exemple estant un menor desaparegut, i ensenyen la imatge. Clar, si no ensenyen la imatge no la trobarem, però si l'ensenyen estàs potenciant una sèrie de possibilitats que a partir d'allí, una vegada aquella imatge és pública, és igual lo que passi al darrera perquè passarà de tot amb aquella imatge. I hauríem d'aconseguir trobar un equilibri entre aquestes coses. Aquella imatge... no entràriem en una discussió penal amb aquella imatge, però potser te la podries estalviar.

P: perquè si s'està cobrint la cerimònia a l'església o a la vetlla, i allà hi ha una imatge del nen. Llavors se suposa que es podria ensenyar el que està passant allà, però potser no faria falta enfocar a la imatge?

M: exacte, se la poden estalviar. Perquè allò no aporta res. Sempre s'hauria de fer la pregunta de "això què aporta a la informació per qui la rep?"

P: rellevància

M: si no aporta res és que te la podries estalviar, exacte.

P: Televisió de Catalunya sol complir les recomanacions, entenc

M: en general sí. I això no ho dic jo, és constatable.

P: sí, sí, em crec el que diu, és la cap de l'àrea de Continguts...

M: no, però, els informes que estan... n'hi ha uns que estan molt regulats que són els de violència masclista, que hi entra molt l'element d'espectacularització, i si tu mires l'evolució de tots els informes és evident quin té menys elements negatius a la informació diguem-ne.

P: han sigut mai sancionats?

M: sí, per espectacularització no, però han sigut sancionats moltes vegades pel regulador.

P: algun exemple?

M: han sigut sancionats per emetre, en el passat, perquè ara ja ho han après, continguts perjudicials per menors en horari protegit; per emetre emplaçaments de productes en programes que no toquen. Pel tema que tractes tu en concret no. I amb multes considerables econòmicament, el que passa és que això la gent no ho explica perquè no els de interessar.

P: creu que és suficient el que hi ha actualment per tal de garantir les bones pràctiques periodístiques i regular el contingut audiovisual? És a dir, els organismes que hi ha actualment a Catalunya i l'Estat espanyol, són suficients per garantir unes bones pràctiques?

M: a Catalunya ja és suficient, perquè amb una ja n'hi ha prou, el que és cert és que l'organisme que hi ha a nivell estatal no és equiparable als reguladors habituals amb matèria d'Audiovisuals. Si això és suficient o no? No, entenc que no deu ser suficient perquè la resta d'Estats no estan tancant els que tenen. I a més era un principi europeu que els estats havien de tenir organismes reguladors, diríem, jo crec, que és insuficient a nivell estatal.

P: m'ha dit abans que estava pensat fer-ne un amb el Zapatero però...

M: no és que estigués pensat, és que estava la llei feta.

P: és a dir, hauria d'estar ara mateix

M: hauria d'haver estat, però enlloc de constituir aquell organisme van refer-lo amb la Comissió actual que hi ha.

P: llavors, si vosaltres bàsicament feu les recomanacions per aquí, i com a molt podríeu enviar-les als canals de fora per si els hi interessa, com se'ls pot regular d'alguna manera si no ho feu vosaltres i no hi ha un altre *ente* que ho reguli?

M: bé, una altra "ente" sí que hi és. La Comisión Nacional.

P: però es centren amb temes de publicitats, no?

M: sí, però podria fer-ho. Poder fer-ho, podria fer-ho. Què prioritzin és un altre tema.

P: la solució llavors, perquè preguntava quina seria la solució per poder regular tota la resta de canals, seria que la Comissió, a part de regular el que és la publicitat i la competència entre canals, també valorés aquesta part més ètica, de pluralisme, de masclisme...?

M: de fet, la llei que nosaltres apliquem quan mirem estatals, que és la llei 7/2010, que és la llei estatal, és la mateixa que fan anar ells, per tant les competències són totes les que diu la llei.

P: clar, així com hi ha el Consell Audiovisual de Catalunya, el Consell Audiovisual d'Andalusia, però no hi ha un Consell Audiovisual Peninsular, o Estatal o...

M: no, no hi és. L'administració de l'Estat no té un Consell Audiovisual, té la Comissió Nacional que dins d'aquesta hi ha una part que es dedica (abans ho feia el Ministeri) a fer algunes funcions de regulador audiovisual. Poques vegades entra en l'actuació sobre continguts emesos. Però de fet, podria.

P: podrien, però en cas que no es fes, podrien crear un organisme propi de control...

M: seria lo més semblant als organismes europeus. Portugal en té un, Itàlia en té un, França en té un, Regne Unit en té un... tothom en té. Alemanya té les estatals i les federals... Primer es va crear la de Catalunya, al 2000, amb reflexes molt del consell francès, després la de Navarra i la de Madrid, que ja no està, i després la d'Andalusia. Després d'aquests es va programar la creació de l'estatal, que després va desaparèixer, i de tot això ha quedat Catalunya i Andalusia.

Annex II. Entrevista a Xavier Riera

Transcripció de l'entrevista a Xavier Riera, periodista i coordinador d'editors dels informatius de cap de setmana de Telecinco.

Pau: què significa ser “coordinador d'editors” (en aquest cas, dels informatius de cap de setmana de T5)? Quines són les teves funcions?

Xavier: normalment les televisions públiques, el cas de Televisió Espanyola, que és on jo vaig començar a treballar, hi ha una persona que no surt en pantalla que és l'editor, i després el presentador es limita a llegir uns textos que li han preparat els editors. En el cas de Telecinco, que és el que ens interessa, des del seu origen la televisió privada en aquest cas li va donar tota la competència al presentador. És a dir, és una cadena on el presentador normalment és l'editor, per donar-li la seva pròpia mirada, el seu propi segell. Llavors, l'editor de l'informatiu de Telecinco en aquest cas el cap de setmana és José Ribagorda, “Pepe” Ribagorda. Llavors ell té una companya presentadora que en aquell moment era coeditora. El que seria l'estructura, hi ha l'equip d'edició i en aquest equip, juntament amb aquests dos presentadors (editor i coeditor) hi ha la figura del coordinador, que és la que jo desenvolupo. La feina del coordinador és coordinar, ja ho diu el nom, totes les tasques que van al voltant de l'escaleta. L'escaleta la decideix l'editor. En el meu cas, a més, faig funcions de coeditor pel fet de transcriure aquesta escaleta, l'ajudo, li dono els meus punts de vista... perquè jo tinc el control també de la plantilla de redactors que tenim tant a la redacció central de Madrid com en les delegacions i corresponalsies a l'estranger. Llavors, la feina seria coordinar els destijos de l'editor amb els equips de personal que té. I a partir d'aquí, fer els corresponents vídeos, el que diem cues i les connexions en directe.

P: és l'editor llavors qui decideix què s'explica o no s'explica en un informatiu o quant temps se li dedica?

X: evidentment, l'editor és el que decideix això. Els coeditors li podem suggerir, però en tot cas l'última paraula la tindrà ell.

P: des que arriba una notícia fins que surt a pantalla, quin és el procediment que es segueix?

X: en el nostre cas es fan dos informatius, un a les 15h i un a les 21h. Es fa una reunió. Parlem per exemple del cas del matí, es fa una reunió, i el primer que es fa quan s'arriba a les 9 del matí és mirar una mica, antigament eren teletips, ara mirem Twitter sobretot, mirem premsa escrita (encara es mira), parlem amb els nostres corresponents, de fet una de les primeres coses que fa el coordinador és trucar a totes les delegacions (Andalusia, Catalunya, Galicia...). Hi ha una feina prèvia que s'ha fet el divendres, sobretot a Madrid que és on estem nosaltres, de previsions i coses que hi puguin haver. A partir d'aquí, d'aquesta mini-reunió que es fa cap a les 10 del matí, es passa a l'editor tots els temes, el coordinador s'encarrega d'oferir-li una safata de temes a l'editor-presentador. Llavors aquest fa el seu esquema i a partir d'aquest esborrany de guió serà el que el coordinador passarà a l'ordinador. Això ens dóna la base del que serà l'informatiu. A partir d'aquí, al llarg del matí, qualsevol notícia que apareix se li comunica al coordinador, i aquest li fa arribar a l'editor, i llavors valora si això interessa o no interessa, i si interessa quin paper li dóna: si ho resol amb un directe, si ho resol amb un directe amb vídeo, amb unes cues, amb una entradeta...

P: ara que menciones aquests termes, volia preguntar-te: els vídeos que es van posant que expliquen la situació, en diem cròniques o com les anomenau?

X: nosaltres li diem vídeos, VTRs... simplement. El que passa és que depèn, a vegades es fan vídeos de recolzament, en el cas de la història del Gabriel hi havia el vídeo dedicat a la presumpta assassina, el vídeo de *background* que explica les coses com van anar abans...

P: se'ls hi diu vídeos, llavors

X: sí, se'ls hi diu vídeos. Hi ha alguns que normalment ja es preparen, per exemple, quan ja tens una previsió que això passarà (i en aquest cas la vam tenir) doncs hi havia uns vídeos que des de primera hora del matí s'estaven esperant perquè estàvem segurs que hi hauria un desenvolupament a curt terme.

P: disposa Telecinco d'alguna normativa, o llibre de recomanacions, o d'estil... o disposa d'alguna directriu per quan hi ha notícies de caire més delicats, com per exemple el cas del nen Gabriel?

X: nosaltres, com a llibre d'estil, no en tenim. També et diria que no hi ha cap norma més enllà del sentit comú. Sí que és cert que allà tothom té molt clar que és una de les banderes, dels símbols, dels informatius de la casa. És a dir, l'aposta de la casa des de fa anys, per no dir des dels inicis, és aquest tipus de, no tant el succés, sinó tot el que tingui a veure amb temes de societat. La nostra aposta forta, tot i que tenim corresponsals, no és internacional, no és lo nostre. La política internacional no... la política nacional es tracta però tampoc pensem que sigui el perfil del nostre públic, on fem la nostra aposta és aquí. I a partir d'aquí, el que dic, el sentit comú de cada editor. En aquest sentit a vegades el fet de tenir coeditors et pot ajudar a fer un contrapès per frenar o per *apretar* en els temes.

P: el que és la redacció de les notícies, els escrits el fa el mateix editor, o l'editor diu "vull tractar aquestes notícies" i llavors hi ha un equip que ho redacta tot?

X: el presentador s'escriu els textos. Però comentava això dels redactors perquè sí que a vegades li demana al redactor ajuda o sí que directament a vegades li demana que li escrigui. Això sí, en temes d'internacional i de política, coses més complicades com el procés o coses així, doncs ho poden fer els redactors o jo mateix, en el cas de ser català doncs en el tema procés els hi dono un cop de mà, però normalment s'ho fan ells.

P: tornant al fet que no disposeu d'un llibre d'estil o cap norma, creus que hauria d'existir algun òrgan que regulés l'ètica periodística que es fa des de T5 o el que s'ensenya als canals de televisió? Generalistes, en aquest cas, ja que per exemple a Catalunya hi ha el CAC, a Andalusia el CAA... en canvi a nivell estatal no n'hi ha cap.

X: bé, quan Zapatero va fer la seva reforma, la idea era fer una a nivell estatal

P: sí, hi ha una idea feta però no ha pres forma

X: la idea era fer-ho, el que passa és que quan va arribar Rajoy i van començar les retallades, tot això es va parar. Em consta que quan va arribar Sánchez fa un any i estava allà Rosa María Mateos, va tornar a parlar-se del tema. Jo no sé si ara després de les eleccions generals això es reprendrà; vull pensar que es reprendrà. Però bé, seria interessant. Jo crec com a

professional del tema, que no es poden establir normes, no es pot obligar a ningú a que compleixi determinades coses, però sí crec que sempre és bo que hi hagi algú que ens recordi certes coses, com està passant a Catalunya.

P: més que res perquè el CAA va emetre un comunicat que constata el sensacionalisme usat en el cas del tractament del nen Gabriel en varis canals com T5

X: jo sí que puc dir, en el cas de T5, no ho he dit abans i porto 25 anys allà, que és complicat. Una cosa és els informatius, i una altra els programes de la casa. A vegades els programes de la casa fan coses que els d'informatius no fem ni farem mai, el que passa és que moltes vegades ens posen al mateix *pack*. El fet de portar la mateixa carxofa, el micròfon amb el *logo* de la cadena... llavors, evidentment jo en sóc part i parlo per la part que em toca, però jo crec que des d'informatius sempre intentem ser, en aquest sentit, més "professionals" i intentar ser, no sé si la paraula seria objectius, però intentem posar uns límits. Però sí que te n'adones que quan veus altres programes de la casa, van molt *a saco*. Em ve al cap el cas del Julen, en el programa de l'Ana Rosa o altres programes de la casa tenien tot el dia una finestra enfocant el forat, per mantenir l'atenció i mantenir l'audiència. Això en un informatiu és impensable.

P: perquè bàsicament el que és una televisió privada, l'objectiu és tenir audiència perquè es puguin obtenir uns beneficis?

X: clar, l'objectiu principal d'una cadena privada és guanyar diners. Els mitjans de comunicació de masses estan fets per guanyar diners, i el primer objectiu és aquest. En el cas de Telecinco els empresaris són italians, són de Mediaset, i és Berlusconi, que ja té ara mateix més del 50% de les accions. Diguem que és una cadena que des del seu origen ha donat beneficis. De fet, es parla que fins i tot ajuda econòmicament a les cadenes de Berlusconi a Itàlia, i després és de les cadenes europees més rentables. És una mentalitat empresarial 100%.

P: parlant ja més centrats amb el cas del nen Gabriel; és un cas delicat, ja que s'està parlant d'un menor. Com creu que periodísticament s'haurien de tractar aquests casos? Fins on creus que un informatiu hauria d'explicar o hauria de posar un límit, si es que n'hauria de posar?

X: és complicat. D'entrada tots són persones: nens, dones... tot sempre s'ha de tractar bé. És cert que el nen arriba més i tal, però bé, això s'ha d'explicar. A més hi ha el precedent del pare que va matar als seus dos fills i els va cremar, que també va ser una història molt forta, i a més aquí, com en el cas del Gabriel, es tenia clar que hi havia un culpable, i tots els mitjans es van abocar en contra d'aquella persona. Posar límits és molt difícil, la veritat que jo no m'atreveixo a dir-ho. Jo crec que des del respecte es pot tractar tot, i el que no podem obviar és el que està passant. També hem de ser conscients que hi ha hagut una revolució, que en aquest cas jo també he viscut, que és la de les xarxes i les noves tecnologies. Temes que fins el 2004-2005 en un moment donat els mitjans de comunicació de masses podíem evitar, ara és impensable, perquè si tu no ho dones ho donaran els demes. Que jo tingui una ètica portada a l'extrem en un cas com aquell quan la resta de mitjans o a les xarxes sortirà, no té sentit. I ho dic perquè el gran primer precedent va ser lo de l'elefant i el Rei. Va ser un tema que des de primer des dels mitjans grans es va voler frenar però allò era imparable.

P: tothom n'estava parlant

X: no només parlant, és que hi havia fotos a les xarxes. I per tant, negar l'evidència... és complicat.

P: abans he usat la paraula "posar límits" perquè en el cas de Telecinco, van estar parlant del nen Gabriel des del dia 28 de febrer fins el dia 18 de març. Excepte un dia entre mig, tots aquests dies es va estar parlant del tema, tenint en compte que els 12 primers dies estava desaparegut. A partir del dia 11 de març és quan ja es deté una persona que finalment acaba confessant el crim. Per tant, es van estar 12 dies únicament parlant de que havia desaparegut, i que hi havia voluntaris que anaven a ajudar, i que s'havia trobat una samarreta. Per això parlava de posar límits. Creus que va ser una cobertura proporcionada?

X: d'entrada parlar de límits no m'agrada, ja et dic, potser perquè començo a ser gran i tinc un records... posar límits a les coses no m'agrada. Personalment, crec que sí que va ser

exagerat. Però també entenc que com a estratègia de cadena i si em poso a la pell de l'editor o del presentador, part de l'estratègia és mantenir l'atenció. Encara que no hi hagi notícies, en un moment aquestes notícies es produiran, llavors d'alguna manera el que vols és tenir a la gent enganxada, atrapada, de manera que quan el fet es produeixi, que tard o d'hora es produirà (o potser no, en el cas de la McCann, mai ha aparegut el cos), però tenir la gent previnguda, preparada, per en aquell moment que es produeix la notícia, com es veu per exemple en les notícies, tot allò surti. Està latent. Llavors jo entenc que com a estratègia de l'editor...

P: ja saps que ho estàs fent en aquest canal de televisió i que l'objectiu és l'audiència, no?

X: l'audiència en aquest cas és això. Si veus les audiències, en aquest cas s'explica.

P: jo he estat analitzant, calculant quant temps se li dedicava al cas... i per exemple hi ha un dia, el dia després que es trobi el cadàver del nen, que de 36 minuts que dura l'informatiu, 31 i mig és dedicat a això. Llavors, tornant a la paraula límits que ja veig que no agrada, però en tot aquell dia és com que només passava això. S'està posant per sobre un cas en concret, deixant-ne de banda d'altres.

X: ara t'entenc. Jo quan parlava de límits em referia a límits de la informació, si el que et referies és el temps és una altra història. Va haver-hi un canvi, just en el pas del segle, cap al 2001-2002, que es va començar a tenir uns editors (i en aquella època les xarxes no eren el que són ara), on es va començar a fer aquestes grans apostes. Jo també personalment no en sóc partidari, potser perquè la meva formació ve de la pública, jo crec que sí, evidentment s'ha de parlar i s'ha d'explicar, però no per això s'ha de deixar de parlar d'altres coses. Aquest és el meu punt de vista. Però sí que és cert que en aquell moment que t'he comentat es van començar a tenir uns editors que van dir hem d'anar *a muerte* que diuen allà, *a por este tema* i anar *a tope*. I anar *a tope* és fer un monogràfic. Doncs per exemple el cas de Diana Quer, quan va aparèixer, vam fer un monogràfic. Per què fan això? No ho he dit abans, i t'ho comento també, els editors reben molta pressió de l'empresa, i el que parlava abans: l'objectiu és guanyar diners i ser la cadena més vista. Llavors aquests editors tenen molta pressió, i jo crec que la filosofia de dedicar tot aquest temps és que si tu deixes de parlar i els altres et continuen parlant, s'aniran a les altres cadenes. Llavors, si jo deixo de parlar...

P: l'audiència es mou per la morbositat?

X: Bé, morbositat ja no entro, nosaltres allà en diem *estirar el chicle*. A vegades és dir: ho puc explicar en un vídeo, però si ho puc fer en quatre millor que en un, perquè així no canvien de canal. Tenen raó. Si veus les audiències i tu deixes de parlar d'això i Antena 3 continua, canviaran de cadena i s'aniran a l'altra. I això fa que ho allarguis fins als esports.

P: tot acaba justificant-se en el fet que voleu l'audiència i perquè hi ha rivals que fan la mateixa aposta.

X: aquí la idea és una guerra. I no pots deixar que el teu competir guanyi.

P: encara que a vegades s'hagi de passar per sobre l'ètica?

X: evidentment. Tot i que insisteixo: informatius no és programes. Però clar, també està en darrer terme l'ètica de cada editor.

P: en un programa com el de l'Ana Rosa, que també analitzo, potser allà es permet donar opinió i tertulians; en un informatiu s'entén que no. Però com s'està informant d'això i en quina mesura?

X: clar, nosaltres la opinió en tot cas d'haver-hi opinió estaria en el sumari o en l'entradeta del primer vídeo. Aquí és on potser el presentador-editor deixa anar el seu punt de vista. La resta en teoria no, però és cert com acabes de dir que el fet de dedicar-li més temps a un vídeo, el temps d'enfocar-ho d'una manera o una altra, doncs evidentment li dóna un biaix.

P: a TV3 hi van dedicar sis dies, dels quals el dia que més temps van dedicar-li no passava els cinc minuts, i un era per quan es va trobar la samarreta del nen i els altres cinc dies de quan ja es va detenir Ana Julia Quezada. També és cert que dediquen més temps a altres temes, sobretot a Catalunya, però creus que això és perquè ells estan més controlats i regulats?

X: a mi em sembla correcta. Jo crec que des d'una televisió pública ja està bé que li dediquin aquest temps. Amb 5 minuts es pot explicar, no cal més. Però sí que et faig veure un petit detall, que això potser amb els anys que portem amb el procés... en el cas de Telecinco, el mercat al que ens dirigim és un mercat nacional, espanyol, i hi ha aquest sentiment de col·lectivitat, és com allò de "Julen somos todos", "España llora".

P: el mateix amb el Gabriel, sí

X: vull dir, el sentit de comunitat. I aquest sentit de comunitat portat al cas de Catalunya doncs és TV3. Dic això perquè també plantejo la reflexió que si el cas aquest no fos de, no ho tinc clar eh, ho deixo obert, però si passés a Catalunya igual en lloc de 5 minuts li donaven 10; que no li donarien els 30 que li donen a T5, però jo crec que el fet geogràfic, regional, també influeix. No sé Televisió Espanyola quant temps li va dedicar.

P: també va rebre crítiques per part del Consell Audiovisual d'Andalusia

X: però jo crec que el rètol "España llora", amb el titular, al sumari... resumeix molt bé aquesta idea d'empatia, transmetre el dolor, aquest sentiment col·lectiu...

P: tema imatges del nen. Es podria entrar en debat sobre si mentre està desaparegut, es poden ensenyar les imatges del nen, per si algú el localitza. Però un cop se sap que és mort, creus que és ètic continuar ensenyant aquesta imatge? Perquè el dia que es troba el cos del nen, que es dediquen 26 minuts, es van ensenyar 12 cops imatges seves, però el dia després (que és aquell que ocupa tant temps) la imatge del nen s'ensenyava fins a 35 cops.

X: el dilluns. I sense tapar-li la cara ni res? Jo personalment, com deïem abans, d'entrada nosaltres no tenim llibre d'estil, i cada vegada que ens trobem en un cas d'aquests hi ha un debat que moltes vegades es resol quan l'editor diu *se tapa o no se tapa*. Jo sóc partidari de tapar, i de fet hi ha hagut moments que ens han arribat denúncies. Llavors, normalment el que s'intenta és consultar, al menys a informatius. Però... insisteixo, és tot molt ambigu. Jo m'he trobat, per exemple, de diumenge *se tapa*, i arribar dilluns, posar la tele i destapat. Ens va passar fa 15 dies.

P: com has dit abans, el més important és que els espectadors es quedin "amb tu" i això es fa parlant del cas. Però això es podria fer amb gent experta, donant informació més contrastada. Però el dilluns aquest en què es dediquen tants minuts al tema, es dóna protagonisme a 20 persones anònimes, més que a gent oficial o experta, que tan sols n'apareixen dues. Com a periodista, què en penses?

X: a veure, a mi no m'agrada. Una cosa és la opinió personal i una altra cosa és la realitat. La realitat és: el diumenge es produeix la notícia, tens més material, més material de primera,

i un equip reduït de gent que és la gent del cap de setmana. Què passa? Que arriba el dilluns, arriba un equip que triplica el del cap de setmana, tens una potencialitat que no tenies, arriben frescos, i tens els editors potents de la casa, en aquest cas el Pedro Piqueras. I llavors què passa, i això és habitual també en molts informatius d'altres cadenes, d'alguna manera el dilluns és una mena de refregit de coses que han passat el cap de setmana però amb una disponibilitat de mitjans que tu no tens el cap de setmana. I el que fan, com et deia abans, no tenen cap problema en agafar i repetir el que s'ha emès el diumenge i si poden allargar-ho afegint més vídeos de gent, com dius tu, que no està directament implicada en el cas, no els hi importa. D'alguna manera és retenir aquella gent que ja se t'havia enganxat el diumenge, i com a mínim aguantar uns dies, ni que sigui el moment de l'enterro o dies que hi hagin més notícies. Seran després les audiències les que ens aniran dient en quin moment hem de deixar el tema.

P: i com a última pregunta, com a periodista, com creus que està la situació del periodisme actualment?

X: jo porto 30 anys treballant, i jo crec que estem vivint... no sé com dir-ho. Jo parlo de crisi, o de moment de replantejament. Per un costat tenim el tema de les xarxes, que això ja és conegut i d'alguna manera se sap que això està suplantant les televisions generals, els mitjans de comunicació convencionals; d'això ja se n'ha parlat molt. Però sí que em voldria fixar com a persona que porta molt temps en televisió, i tinc una certa enyorança, que els informatius abans eren molt més reflexius. Jo crec que abans aportaven. Sóc molt fidel a la premsa escrita i per tant per mi és el lloc de referència, on trobo les reflexions i puc aprofundir en els temes. Però abans la televisió era un lloc on podies assabentar-te de les coses i veure imatges. En canvi, la televisió que estem fent ara, i això ja és una crítica al que faig, és una continua... un *carrusel d'impactes*. Ja no informem. No sé si comparar-ho amb Twitter, però ja més que explicar coses, que és el que a mi m'agradava i es feia, al que ens dediquem és al "ve a esto, ve a lo otro"... llavors és casi com un Twitter en directe, una televisió generalista que et dona imatges del *niño chino que se ha quedado atrapado en una pared, el camión que arde en la tal...* i amb aquesta idea que hem parlat durant tota l'entrevista, de tenir la gent enganxada. Llavors en aquest sentit et trobes que els vídeos cada vegada són més curts, no es fan ràfegues, no es fan moviments de càmera... per què? Perquè també la cultura visual ha tendit cap aquí, i l'atenció de la gent cada vegada és més limitada. Jo el futur de la televisió convencional el veig complicat, perquè fins i tot les informacions

s'estan quedant en això, amb impactes visuals que no son notícies. Jo crec que aquí hi ha un servei que la televisió pública hauria de fer, i que pel que sigui ha deixat de fer.

Annex IV. Plantilla d'anàlisi Informativos Telecinco

DADES GENERALS				TRACTAMENT DE LES FONTS				TRACTAMENT DE LA IMATGE I RECOMANACIONS DEL CAC						
Data	Durada total	Temps dedicat	% sobre el total	Quantitat de fonts	Càrrec	Relació	Atribució	Origen imatges	Dret inimitat infant	Efectes espectaculars / respecte dolor	Fons d'informació experta	No protag. testimonis / info. sense valor informatiu	Lèxic adient	Prejutjaments / projeccions de culpabilitat
27/02/2018	30:05	00:00	0,00%	1 Mare/Pare 2 Familiar		Primària Secundària	Directa Directa	Pròpies Cedides	6	7	0	2	1	0
28/02/2018	34:22	01:50	5,33%	2 Mare/Pare 4 Anònim/a - Amistat 1 Familiar 1 Oficial		Primària Secundària Secundària Primària	Directa Directa Directa Directa	Pròpies	5	7	1	5	4	0
01/03/2018	34:25	03:38	10,56%	2 Mare/Pare 1 Familiar 5 Oficial 5 Anònim/a - Amistat 2 Expert/a		Primària Secundària Primària Secundària Secundària	Directa Directa Directa Directa Directa	Pròpies Cedides						
02/03/2018	36:36	09:10	25,05%	2 Mare/Pare 8 Anònim/a - Amistat 1 Oficial		Primària Secundària Primària	Directa Directa Directa	Pròpies Cedides	8	11	5	5	8	1
03/03/2018	41:33	07:05	17,05%	2 Mare/Pare 11 Anònim/a - Amistat 1 Oficial 1 Familiar		Primària Secundària Primària Secundària	Directa Directa Directa Directa	Pròpies Cedides	3	2	3	8	2	1
04/03/2018	40:24	06:53	17,04%	2 Mare/Pare 5 Oficial 5 Anònim/a - Amistat		Primària Secundària Primària	Directa Directa Directa	Pròpies Cedides	1	2	3	11	3	0
05/03/2018	35:09	07:07	20,25%	2 Mare/Pare 1 Expert/a 2 Anònim/a - Amistat		Primària Secundària Primària	Directa Directa Directa	Pròpies Cedides	13	8	5	5	2	1
06/03/2018	38:52	02:54	7,46%	2 Mare/Pare 2 Oficial 6 Anònim/a - Amistat		Primària Secundària Primària	Directa Directa Directa	Pròpies Cedides	4	5	1	0	1	0
07/03/2018	33:54	03:30	10,32%	1 Mare/Pare 2 Oficial 3 Anònim/a - Amistat		Primària Secundària Primària	Directa Directa Directa	Pròpies	5	2	2	6	2	0
08/03/2018	33:07	02:52	7,65%	1 Mare/Pare 2 Oficial 3 Anònim/a - Amistat		Primària Secundària Primària	Directa Directa Directa	Vídeo-afficionats Pròpies	2	2	3	3	0	0

DADES GENERALS				TRACTAMENT DE LES FONTS				TRACTAMENT DE LA IMATGE I RECOMANACIONS DEL CAC						
Data	Durada total	Temps dedicat	% sobre el total	Quantitat de fonts	Càrrec	Relació	Atribució	Origen imatges	Dret intimitat infant	Efectes espectaculars respecte dolor	Fons d'informació experta	No protag. testimonis / info. sense valor informatiu	Lèxic adient	Prejutjaments / projeccions de culpabilitat
09/03/2018	34:13	08:32	24,94%	2 Mare/Pare 16 Anònim/a - Amistat 3 Oficial		Primària Secundària Primària	Directa Directa Directa	Cedides Propies Vídeo-aficionats	1	11	3	16	5	0
10/03/2018	39:37	08:19	20,99%	1 Mare/Pare 1 Oficial 10 Anònim/a - Amistat		Primària Primària Secundària	Directa Directa Directa	Propies Vídeoaficionats	4	9	1	10	5	0
11/03/2018	38:40	26:05	67,46%	2 Mare/Pare 1 Oficial 1 Expert/a 2 Familiar 7 Anònim/a - Amistat		Primària Primària Secundària Secundària Secundària	Directa Directa Directa Directa Directa	Propies Cedides Vídeo-aficionats	12	12	2	9	7	0
12/03/2018	36:04	31:26	87,15%	2 Mare/Pare 20 Anònim/a - Amistat 1 Oficial 1 Expert/a		Primària Secundària Primària Secundària	Directa Directa Directa Directa	Propies Vídeo-aficionats	35	54	2	20	4	1
13/03/2018	38:28	27:29	71,45%	2 Mare/Pare 18 Anònim/a - Amistat 3 Familiar 4 Expert/a 2 Oficial		Primària Secundària Secundària Secundària Primària	Directa Directa Directa Directa Directa	Propies Vídeo-aficionats	14	51	5	18	8	0
14/03/2018	33:07	13:35	41,02%	4 Anònim/a - Amistat 1 Oficial 3 Expert/a 1 Familiar		Secundària Primària Secundària Secundària	Directa Directa Directa Directa	Propies Vídeo-aficionats	5	13	4	5	3	0
15/03/2018	35:02	16:20	46,62%	1 Mare/Pare 1 Expert/a 4 Oficial 7 Anònim/a - Amistat 2 Familiar		Primària Secundària Primària Secundària Secundària	Directa Directa Directa Directa Directa	Propies Vídeo-aficionats	22	16	4	8	3	0
16/03/2018	34:30	05:07	14,83%	2 Expert/a 2 Anònim/a - Amistat 1 Oficial		Secundària Secundària Primària	Directa Directa Directa	Propies	10	3	3	2	0	0
17/03/2018	41:00	00:00	0,00%											
18/03/2018	41:34	02:25	5,81%	8 Anònim/a - Amistat 1 Familiar		Secundària Primària	Directa Directa	Propies	4	4	1	8	0	0

Annex VII. Enllaços del material analitzat

A continuació s'adjunten els enllaços a tots els vídeos que han sigut analitzats de cada programa (només aquells en què es tracta el cas del nen Gabriel).

Telenotícies Vespre:

05/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alcanta/telenoticies/telenoticies-vespre-05032018/video/5743344/>

11/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alcanta/telenoticies/telenoticies-cap-de-setmana-vespre-11032018/video/5747364/>

12/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alcanta/telenoticies/telenoticies-vespre-12032018/video/5748244/>

13/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alcanta/telenoticies/telenoticies-vespre-13032018/video/5748952/>

14/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alcanta/telenoticies/telenoticies-vespre-14032018/video/5750004/>

15/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alcanta/telenoticies/telenoticies-vespre-15032018/video/5750758/>

Informativos Telecinco:

28/02/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2523180263.html

01/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2523705258.html

02/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2524230272.html

03/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativos_fin_de_semana/Informativo-Telecinco-Fin-Semana_2_2524755127.html

04/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativos_fin_de_semana/Informativo-Fin-Semana_2_2525280152.html

05/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2525805275.html

06/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2526330239.html

07/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2526855221.html

08/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2527380206.html

09/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2527905267.html

10/03/2018 -
https://www.telecinco.es/informativos/informativos_fin_de_semana/Informativos-Telecinco-Fin-Semana-Jose-Ribagorda_2_2528430113.html

11/03/2018 -
https://www.telecinco.es/informativos/informativos_fin_de_semana/Informativo-Fin-Semana_2_2528955143.html

12/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2529480280.html

13/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2530005255.html

14/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2530530236.html

15/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-pedro-piqueras_2_2531055272.html

16/03/2018 - https://www.telecinco.es/informativos/informativo_21_h/informativo-noche-angeles-blanco_2_2531580272.html

18/03/2018 -
https://www.telecinco.es/informativos/informativos_fin_de_semana/Informativo-Fin-Semana_2_2532630137.html

Els Matins:

12/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alcarta/els-matins/els-matins-12032018/video/5747644/>

13/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alcarta/els-matins/els-matins-13032018/video/5748457/>

14/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alcarta/els-matins/els-matins-14032018/video/5749424/>

15/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/els-matins/els-matins-15032018/video/5750324/>

16/03/2018 - <https://www.ccma.cat/tv3/alacarta/els-matins/els-matins-16032018/video/5751133/>

El Programa de Ana Rosa:

01/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5a97f2f64bec799d838b4579/player>

02/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5a995679b95c9b65358b458a/player>

05/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5a9d4453b95c9b75358b45d2/player>

06/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5a9e8ae35910638fda8b45f2/player>

07/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5a9fd91db95c9b76358b45fb/player>

09/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5aa2881f4bec79a2838b4623/player>

12/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5aa6738c8bd4e5b6d08b468b/player>

13/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5aa7c2dcb95c9b6e358b4684/player>

14/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5aa9164e4bec7999838b46bc/player>

15/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5aaa6816b95c9b75358b46e3/player>

16/03/2018 - <https://www.mitele.es/programas-tv/el-programa-de-ana-rosa/5aabc44d4bec79a1838b46e3/player>