

## La construcció de les notícies: un intent d'atreure l'atenció del lector

JORDI GRAU I RAMIÓ

Subdirector del diari *El Punt*

73

### 1. INTRODUCCIÓ

Les notícies es construeixen. És una metàfora, però s'aproxima molt a la realitat. Un fet, quan passa, és només això, un fet. I no es converteix en notícia fins que no transcendeix, fins que no se'n parla més enllà del cercle d'afectats directes. Això, en el món occidental d'avui dia, vol dir que no es converteix en notícia fins que no és tractat per un mitjà de comunicació. I és més notícia com més gran és el mitjà o el nombre de mitjans que la reproduïxen, perquè arriba a més receptors. Abans, cal que algun periodista que sàpiga que aquell fet ha passat comenci el procés de construcció de la notícia.

Explicar aquest procés és complex. Ho és fins i tot per a qui fa vint-i-cinc anys que treballa en mitjans de comunicació, la majoria dels quals en informació local i comarcal, i molts en temes relacionats amb la feina de la policia i dels jutges: allò que tradicionalment es coneix com la crònica de successos.

La dificultat principal que presenta, doncs, l'intent de descriure aquest procés és en el mateix concepte de notícia. Costa posar-se d'acord sobre què és notícia i què no ho és. Per a un lector, una notícia és el que troba publicat en un diari, el que sent a la ràdio o el que veu als noticiaris de la televisió. Un periodista, en canvi, ha de decidir si una cosa és notícia abans que ho publiqui ningú. Per això, durant vint-i-cinc anys de vida professional, una de les frases que més he sentit és aquesta: «Això, creus que és notícia? A qui pot interessar?». I aquesta pregunta no m'ha arribat només de persones interessades a evitar que un fet es fes públic. La majoria de vegades han estat periodistes amb qui treballava els que m'ho han demanat davant d'una notícia proposada per un altre company.

Un dels millors periodistes amb qui he treballat em va discutir fins al darrer moment que una carta enviada a l'Ajuntament de Banyoles per un metge haitià veí de Cambrils fos un fet noticiable, que valgués la pena ser publicat. En la carta, el doctor Alphonse Arcelin demanava la retirada del boiximà dissecat exposat al

Museu Darder de Banyoles. Després va resultar que aquella notícia dubtosament interessant es va convertir en un dels temes estrella durant els Jocs Olímpics de 1992, en què Banyoles era subseu. Va ser, i és encara —al cap de set anys, el conflicte encara no s'ha tancat i qualsevol nou moviment (una resolució judicial, declaracions d'Arcelin, una recollida de signatures) publicat als diaris locals és reproduït després als nacionals— el cas del «negre de Banyoles». N'hem parlat durant set anys i, en determinats moments, no només ho han fet els diaris de les comarques gironines, sinó els d'abast català, estatal i els de tot el món. El cas va provocar un augment de visites al Museu Darder i ha fet que es diguessin autèntiques besties sobre el museu, sobre Francesc Darder i, sobretot, sobre la ciutat de Banyoles. Algunes d'aquestes ximpleries han arribat —pel desconeixement i la imprecisió amb què es tracten sovint els casos que et són llunyans i que ha afectat, en aquest cas, la premsa de fora de Catalunya— fins a un informe de la Unesco i d'altres han estat pronunciades pel secretari general de l'ONU.

Arran d'aquesta experiència, en què les conseqüències de la publicació d'un fet que al principi no semblava interessant per a alguns periodistes de solvència contrastada, ens hem de preguntar: què és, doncs, una notícia? Qui decideix què és o no notícia? La definició més suggeridora l'he trobada a *Contra Periodistes*, un recull de frases de Màrius Carol en què aquest atribueix al nord-americà Arthur MacEven: «Notícia és qualsevol cosa que un director es decideix a publicar». No tots els mitjans, afortunadament, són iguals, i el que un pot considerar una notícia per obrir una pàgina, o fins i tot la portada, l'altre pot no publicar-la.

Això gairebé només significa que la predicció sobre l'interès que pot generar un fet ha estat diferent en un director que en un altre, perquè el que sí pretenen tots els mitjans de comunicació és atreure l'atenció del lector, l'oient o el televident. No només perquè comprin el diari, sinó també perquè llegeixin el que hem escrit. De totes maneres, en el moment de decidir quines notícies aconseguiran això no hi juga només la capacitat de predicció sobre quanta gent es pot interessar pel tema, sinó que també es té en compte a quin tipus de públic ens adrecem i, per tant, el model de diari que fem.

## 2. ELS MODELS

Bàsicament, hi ha tres models de diaris.

### 2.1 El diari de referència

És el mitjà de comunicació amb voluntat d'interpretació de la notícia. A l'Estat espanyol, els exemples són *El País* o *La Vanguardia*. A la resta del món, *Le Monde* o *The Washington Post*. En aquests diaris allò que es diu és més important que com es diu; volen influir en els líders d'opinió i convertir-se ells mateixos en líders d'opinió. No abusen de grans titulars ni dels elements gràfics i solen dedicar blocs importants a la política, la societat, la cultura i l'economia.

## 2.2 El diari popular o de masses

Sense renunciar al rigor, juga amb titulars més arriscats i contundents. Dóna una gran importància a la imatge (la fotografia) i a la informació gràfica. El color és un element imprescindible en aquests diaris i s'hi utilitza un llenguatge accessible per a tothom. Els textos són força més curts en aquestes publicacions que en els diaris de referència. Dediquen molt espai als temes de societat, espectacles i esports, així com a les notícies que en diuen d'interès humà: successos, drames humans, situacions insòlites. *El Periódico* i, fora de l'Estat espanyol, *l'Usa Today* en són els exemples més clars.

## 2.3 El diari sensacionalista

Sovint quan diem que un diari és sensacionalista és perquè hem trobat en un diari popular (o de masses) una notícia que ens sembla sensacionalista, *groga*. Però, en realitat, aquell diari no és sensacionalista.

Una publicació sensacionalista és una altra cosa; de fet, a l'Estat espanyol no ha reeixit mai, malgrat alguns intents com *El Dia de Catalunya*, *Las Noticias* o *Claro*. En canvi, aquesta premsa té una gran tradició a la Gran Bretanya (*The Sun*) i a Alemanya (*Bild*). Són diaris molt ben fets per a l'objectiu que persegueixen, que és tenir tirades milionàries: en realitat, més que donar notícies les construeixen en funció del titular que han decidit donar. Solen destapar escàndols (sobre la vida privada de famosos, governants i monarques) i donar informacions difícils de creure (mares que han parit quinze fills o fenòmens similars). El groc és un dels colors que més utilitzen per escriure els titulars i d'aquí prové l'expressió «notícia groga».

A l'Estat espanyol, aquestes publicacions no tenen èxit perquè el públic al qual anirien adreçades no llegeix res de res o, com a màxim, revistes del cor o diaris esportius.

Així, doncs, tots els diaris del país tenen la voluntat de ser de referència o populars, o bé, com en el cas d'*El Punt*, un híbrid: un diari de referència pel que fa a la informació de proximitat, però amb components de diari popular.

## 3. LES FONTS

Un cop establerts els models de diari i, per tant, els criteris que poden regir cada publicació, examinem el procés que segueix un fet fins que es converteix en una notícia publicada. El periodista és el segon esglaó d'una cadena que comença en la persona que l'informa, el que s'anomena la font. Contràriament del que pensa molta gent, els periodistes no s'inventen mai cap notícia: poden equivocar-se, donar per certa una cosa que els han explicat i no ho és, explicar malament un fet que sí que existeix, entendre malament una cosa que els expliquen i relatar-la a l'inrevés del que és, o, al contrari, contrastar-la (buscar altres fonts que li donin dades complementàries) i explicar-la millor. Aquest últim cas seria el desitjable sempre; però aleshores surt molt diferent de com voldria la primera font, és a dir

qui l'ha filtrat, que sol ser part implicada i que per això acusa el periodista d'haver manipulat la notícia, però en realitat el que ha fet (si ho ha fet bé) és elaborar-la. Però un periodista mai no s'inventa una notícia: no tenim prou capacitat per fer-ho.

A més, el periodista que parla amb la seva font ha de traspasar, després, moltes barreres fins que veu la informació publicada. En primer lloc, n'ha de parlar amb el cap de secció —que ha de decidir si la hi compra—, amb qui discuteix com s'ha de plantejar (quin és l'element més interessant del fet, amb el qual s'iniciarà la notícia i que es destacarà en el titular, perquè un fet té diverses cares i se n'ha de triar una), quant espai ha d'ocupar i en quina part de la secció i de la plana: no és el mateix la primera plana de la secció que la quarta, i no és el mateix la part superior de la plana que la inferior, i ni tan sols és el mateix una plana senar (a la dreta del diari) que parell (a l'esquerra), perquè el lector té tendència a mirar primer cap a la dreta i a la part de dalt.

Un cop el redactor ha parlat amb el cap de secció, el cap de secció li pregunta unes quantes vegades si ha contrastat la notícia, si cal fer-ho amb més gent, com s'ha d'il·lustrar gràficament, si cal oferir els antecedents del cas (el *background*). Després, el cap de secció encara ha de parlar amb el redactor en cap (en els casos més importants, no discuteixen cada *breu*, entre d'altres coses perquè tot aquest procés, a més, s'ha de fer en poques hores i, en el cas de la ràdio o la televisió, pot tractar-se de minuts), i el redactor en cap i els caps de secció encara han de passar per un altre filtre: reunions amb subdirectors o directors, els consells de redacció, on es decideix quines notícies van a la portada i com.

Molt poques vegades, doncs, allò que arriba al lector (i a la font convertida en lector) és fruit només de la persona que signa la notícia i que haurà de donar la cara a les parts afectades si no els ha agradat el tractament informatiu.

Com que no es pot tenir en compte els interessos particulars de cada font, caldrà conservar-les, doncs, amb un altre sistema, perquè el que és evident és que les fonts s'han de conservar i ampliar.

Una font és una persona o una institució que ens proporciona dades substancials o complementàries sobre un fet perquè ha estat testimoni directe o indirecte del que ha passat. Perquè molt poques vegades el periodista és testimoni directe del fet. Per això cal refiar-se dels que sí ho han estat. I això no passa només amb les matances de Sierra Leone o Rwanda, sinó fins i tot amb un fet succeït a pocs minuts de la redacció.

A l'hora de seleccionar les fonts, d'escoltar-les i utilitzar-les, cal anar molt en compte. La majoria de vegades, les fonts són una part interessada. Poden ser una persona, un grup de persones, una institució, una empresa, un ajuntament, un conseller, un club esportiu... I cal diferenciar les que et posen sobre la pista d'algun fet interessant per xafardia (perquè tenen vocació de periodistes encara que no n'exerceixin) de les que volen vendre el paquet tancat com a ells els interessa. N'hi ha d'altres que et posen davant d'un rumor, i d'altres que aporten documents per donar força a allò que els interessa que es publiqui.

Una bona font és una garantia per al periodista, però aquest ha d'anar molt en compte i evitar les intoxicacions i els intoxicadors, gent interessada a donar una visió determinada d'un fet. Per això, malgrat que una font fiable et serveixi una

notícia, sempre cal contrastar-la. Un bon periodista ha de qüestionar les seves fonts, s'ha de crear dubtes i polir la informació que li ha arribat fins a convertir-la en titular. Els dos reporters que van descobrir el cas Watergate deien que un fet, per ser publicable, ha de ser confirmat per dues fonts independents.

El periodista també ha d'evitar considerar només com a font una de les parts. Si només s'hagués fet cas dels informadors oficials, no hi hauria hagut cas Nani o no s'hauria descobert la màfia policial que organitzava atracaments per quedar-se els diners i rebre medalles per haver liquidat els atracadors després d'enxampar-los in fraganti. Això comporta també que un excés de familiaritat entre les fonts i els periodistes pot ser mal interpretada per alguna de les dues parts. Davant d'una notícia, cap amariat no ha de prevaldre i la notícia serà publicada. Un prestigiós diari català va decidir no publicar res del cas Filesa quan en tenia la primícia. Res no va impedir, però, que n'hagués de parlar quan un altre diari ho va destapar. Quant a les fonts bones i dolentes, uns periodistes del *Diario 16* es van jugar les fonts que tenien a la Guàrdia Civil quan van destapar el cas Roldán.

#### 4. TIPUS DE FONTS

Un periodista treballa amb quatre tipus de fonts.

##### 4.1 Les fonts pròpies

Són les que ha aconseguit el periodista o bé són fonts del diari perquè coneixen el director o algun cap de secció. Són les més interessants. Durant els anys que vaig fer de redactor de successos, vaig ser acusat per la competència de tenir fonts privilegiades, perquè tot el que passava en ambients policials m'arribava. Deien que estava venut a la Guàrdia Civil, a la Policia Nacional, a policies municipals, al Govern Civil i, fins i tot, quan només tenien competències sobre menors, als Mossos d'Esquadra. M'acusaven d'estar al servei de determinats advocats, de ser amic d'algun fiscal i d'algun jutge i jutgessa. El que passava era que treballava més hores i me'n passava moltes cuidant les fonts. I mai no vaig traïr cap font, tot i tenir la certesa que la majoria el que volien era utilitzar-me. I a mi m'interessava que ho volguessin fer: la meua feina era destriar el gra de la palla. Si et mous i trepitges els llocs on passen les coses tens més possibilitats d'assabentar-te del que passa. I si coneixes gent i no els traïeixes, sempre els podràs demanar una determinada dada que uns altres no tindran.

##### 4.2 Les fonts institucionals

Procedeixen del poder financer, polític, religiós o social. Governos, ajuntaments, bancs i caixes, partits polítics, empreses, etc., es gasten molts diners en gabinets de comunicació i fan arribar tones de paper als mitjans. I aquest és un dels grans perills. Una redacció rep molta informació i no té temps de processar-la i comprovar-la. Els gabinets de premsa s'afarten de difondre notícies i encara que

pretenen que estan servint informació, en realitat la seva feina és controlar-la. La majoria de comunicats que envien tenen poc valor informatiu, però els periodistes moltes vegades no comproven aquesta informació i la fan pública. Aquests gabinets s'esforcen per fer arribar notícies positives.

Com a fonts institucionals també s'han d'incloure, en certa manera, les agències de notícies, o almenys algunes. L'agència Efe serveix una mitjana de mil cinc-centes notícies diàries i no hem d'oblidar que Efe és una agència de l'Estat. Això vol dir que algunes informacions arriben distorsionades. El que arriba, per exemple, del País Basc, és tot en clau espanyola. Això passava mentre governava el PSOE i passa ara, amb el PP. Aquesta distorsió és més fàcil d'apreciar quan alguna d'aquestes coses passa en el teu territori. Per exemple, les detencions dels independentistes catalans abans dels Jocs Olímpics de 1992. *El Punt* es va quedar sol denunciant que aquella operació era injusta i indiscriminada per a gent que mai no havia practicat cap tipus de violència. El silenci o la manipulació que van utilitzar els mitjans catalans i espanyols van ser clamorosos.

#### 4.3 Les fonts espontànies

Són interessants perquè procedeixen de ciutadans o associacions en conflicte amb determinats poders fàctics. Poden ser gent afectada, per exemple, per la construcció d'una autopista o per una línia d'alta tensió. Són ciutadans que tenen dificultats per arribar als periodistes, però si ho fan i els demostres que no els traïx, solen convertir-se en fonts fiables.

#### 4.4 Les fonts anònimes

En diaris petits com els comarcals són més freqüents. És gent que truca per alertar d'un tema, però que no vol veure-s'hi embolicat i té por de deixar un telèfon o un nom. La majoria de vegades no tornen a trucar. D'aquí han sortit grans temes, perquè et serveixen per posar-te sobre la pista. Però generalment queden en no res o es refeïxen a petits incidents que ja coneixes o que arriben igualment per fonts oficials.

Davant de totes aquestes fonts i del volum d'informacions que arriben a la redacció, una de les feines prioritàries del periodista és la selecció de notícies, és a dir: enviar directament a la paperera el 80 % del que t'arriba. Després cal fer el segon pas: la jerarquització de les notícies: quines cal potenciar i treballar i a quines se'ls dona valor de *breu*.

Però, mentre els caps de secció, redactors en cap, subdirectors i directors decideixen tot això, el redactor té una altra feina: aconseguir totes les dades que ha de contenir una notícia i titular-la. Són dos objectius difícils, especialment en la informació policial. En el cas del titular, perquè és necessàriament reduït i no hi poden aparèixer els matisos que després trobarem en el text, la resta de la notícia. Polícies, jutges, advocats i fiscals (a banda dels protagonistes, els detinguts, que hi surten inevitablement amb el paper de dolents de la pel·lícula, encara que hi posem la paraula *presumpte* al davant) troben cridaners els titulars i es queixen

que no reflecteixen la globalitat de la notícia. Ells la titularien d'una altra manera (una prova en són els títols amb què presenten les notes de premsa que fan de tant en tant els cossos policials: no s'assemblen gens als que surten publicats el dia següent als diaris), però és que és fonamental entendre dues coses: que un títol té la funció de cridar l'atenció (això no vol dir que hagi de mentir, però sí que el lector haurà de fer un esforç i llegir la notícia sencera) i que la font o el protagonista de la notícia (la policia, per exemple) tenen interessos contraposats o, com a mínim, diferents.

Tot plegat complica molt l'objectiu de reunir totes les dades necessàries per a una notícia, les anomenades cinc *w*: què (*what*), qui (*who*), quan (*when*), on (*where*) i, el més important, per què (*why*) ha passat el que ha passat.

Com a lector, un policia reclamarà totes aquestes dades al diari que llegeix. Com a policia, ha d'impedir que el periodista les aconsegueixi, almenys algunes (el *qui* és la més protegida). Però el periodista no pot renunciar a aconseguir-les i ha de buscar fonts alternatives que no li donaran dades oficials. En funció de la credibilitat que el redactor doni a aquestes fonts, publicarà o no les dades, ja que, en temes policials, la font s'ha de protegir i no serveix el recurs de citar-la per cobrir-se les espatlles i salvar-se d'una part de la responsabilitat d'un possible error.

L'obsessió per aconseguir aquestes dades no és cap caprici, sinó que forma part de la responsabilitat de l'ofici, l'objectiu del qual és garantir el dret a la informació, independentment de si hi ha o no secret de sumari, o que un determinat procés judicial estigui encara obert, estigui *sub iudice*. Si fos per això, si s'hagués d'esperar que hi hagués sentència per informar sobre els temes judicials, encara no s'hauria publicat res sobre Ruiz Mateos o Mario Conde, i el ciutadà té dret a saber que aquests casos existeixen. Això no vol dir que s'hagin de fer judicis paral·lels, com tant s'ha dit arran de determinats programes de televisió i del peculiar seguiment que han fet de casos com el del pub Army.

Doncs bé, quan el periodista publica les dades que té o les que ha pogut obtenir sobre un determinat tema policial, jutges, fiscals, advocats i policies —que coneixen el cas de primera mà— es queixen que és inexacta, que no està contrastada i mil coses més. Però s'ha de tenir en compte que aquella notícia s'ha construït malgrat tots els entrebancs: al jutjat no es posen al telèfon, a comissaria no t'informen i algun contacte que tens t'engega a dida.

Malgrat tot, el periodista està obligat a escoltar totes les queixes i a tenir-les en compte i, sobretot, a reconèixer els seus errors, encara que no hagin estat comesos per una negligència seva, sinó per la dificultat de la informació. El periodista ha de ser conscient que tot el que fa públic té un efecte, i no ha de tenir por ni tampoc un excés d'orgull i redactar la fe d'errades que calgui.

## 5. LES NOTÍCIES S'ENCOMANEN

A tots els elements descrits, que són factors que influeixen en la construcció d'una notícia, cal afegir-hi dos fenòmens més: la gran estafa del periodisme d'investigació i el fet que les notícies s'encomanin. Totes dues coses tenen a veure amb la competència entre els diferents mitjans de comunicació.

Si som rotunds, podem afirmar que a l'Estat espanyol el periodisme d'investigació no existeix. No es practica. No hi ha tradició, tret d'una tímida aproximació que va fer l'*Interviú* en una època en què tot s'havia de fer. Ara per ara, el que hi ha és una gran circulació de dossiers que, depèn de qui els filtri, van a parar a un diari o a un altre, però tots els que s'hi troben hi juguen: si no, ho farà un altre.

L'altra conseqüència de la competència entre mitjans és el mimetisme. Si un mitjà publica una notícia que no publiquen els altres —cosa que lamentablement passa poc, perquè tots els mitjans segueixen les mateixes previsions, la mateixa agenda—, la resta s'afanyen a reproduir-la, i com més reproduïda és, més real sembla. Això condueix a casos en què —malgrat que havíem quedat que els periodistes no s'inventen les notícies, cosa que mantinc— un fet cert és publicat per un mitjà de manera tan deformada que deixa de ser cert, però, tot i així, els altres mitjans el copien. De res no serveixen els desmentiments oficials.

Això va passar fa uns mesos amb una notícia sobre l'interès d'un jutge de Santa Coloma de Farners per uns mossos d'esquadra. *El Punt* va publicar que el jutge s'havia assignat de forma permanent uns agents determinats, cosa que no es pot fer segons la legislació espanyola, de manera que l'Audiència Provincial va obrir una investigació interna. Però, el mateix dia, *El Mundo* publicava que un mossos d'esquadra havia denunciat el jutge per assetjament sexual. Els mossos d'esquadra es van afartar de desmentir amb rotunditat que no hi havia cap denúncia i que no havia existit l'assetjament, però les emissores de ràdio ja explicaven la notícia com *El Mundo* i els diaris també la van reproduir així el dia següent. *El Punt* va mantenir la seva versió inicial, que coincidia amb l'oficial, però perquè tenia altres fonts que indicaven que era la bona. El cert és que la denúncia per assetjament sexual no ha aparegut enlloc i que la sala de govern del Tribunal Superior de Justícia de Catalunya va desestimar el cas i no va formar expedient al jutge, que ara treballa normalment. I el tema s'ha mort. Es va morir en quinze dies.

Aquest cas ens ha de conduir a una reflexió compartida entre responsables dels mossos d'esquadra (o de qualsevol altra institució) i periodistes: els mitjans han d'evitar el mimetisme que fa que reproduïxin notícies sense haver-les comprovat o que havent fet una comprovació els desmunta el titular i, per això, es deixa de banda. Però les institucions s'haurien de plantejar per què les versions oficials, especialment quan es tracta de desmentir alguna cosa, no se les creu ningú.