

## **El info-espectáculo**

Alejandro Cortés González-Báez

En el libro "Medios de comunicación. Información, espectáculo y manipulación" el editor recoge trabajos de varios periodistas en una crítica ética sobre ese industrioso gigante articulado por los medios informativos. De entre sus páginas me llamó especialmente la atención el trabajo de Vicente Romero titulado "Sufrimiento y espectáculo".

Citando a su vez a Bernard Kouchner, afirma: "sin imágenes no hay indignación; sin imágenes la desgracia sólo golpea a los desdichados". En algún momento Romero dice: Es cierto que la difusión masiva de imágenes de las tragedias actuales —o sea la información inmediata y viva sobre ellas— es lo único que parece capaz de golpear eficazmente nuestras conciencias y obliga a intervenir a nuestros políticos.

El mercado internacional de la información está controlado por grandes empresas de comunicación penetradas por las principales corporaciones económicas mundiales —cuando no propiedad de algunas de ellas— las cuales ejercen un implacable poder de decisión sobre los temas informativos que se ponen en circulación, o se silencian, así como sobre sus contenidos.

Además, se da un silencio informativo de carácter fragmentario, y sacado de su lugar en relación con el todo, en la mayor parte de las noticias que nos llegan sobre muchos de los conflictos internacionales. La manipulación de imágenes de grandes tragedias produce una perversión mayor: Lo que los semiólogos norteamericanos denominan 'infortainment', que se podría traducir como info-espectáculo en el que se presenta la información como un medio de diversión.

En otro orden de ideas, me parece reprochable publicar todos los detalles del parto de una actriz, así como un reportaje detallado sobre el embarazo de una chiquilla de 12 años, o hacer propaganda a negocios como los "tabledances" y similares —con todo lo que esto supone en la degradación de mujeres— por citar algunos ejemplos. Todos sabemos que la industria de los medios se maneja por motivos económicos bajo la premisa de: Al cliente hay que darle lo que pida.

Sin embargo, aquí cabe preguntarnos si son los lectores los que piden ese tipo de información, o son los medios los que están

creando y fomentando el morbo de sus lectores. Mi opinión se inclina definitivamente a esto último.

Por esto coincido con Romero cuando afirma que el principal desafío con que nos enfrentamos los periodistas no es el de adaptar nuestros métodos de trabajo a las actuales posibilidades de producir y difundir información, sino que es de carácter ético.

En los últimos años, de cara a la opinión pública, se ha manejado que los medios se auto-censuren, pues ningún organismo oficial o particular tiene derecho a reclamarles que lo que publican daña la moral pública. Pero lo cierto es que dicha moral ha sido asesinada por quienes la ética no tiene normas. Lo realmente importante es vender contenidos dentro de un ambiente de un relativismo moral absoluto y muy lucrativo.

Concluyo que la contaminación que daña al ser humano en nuestra época va más allá de lo físico.

Nota: La semiología es el estudio de los síntomas en la medicina y, también, en la vida social.

[www.padrealejandro.com](http://www.padrealejandro.com)