

ANÁLISIS DEL DISCURSO DE LA PRENSA ESPAÑOLA SOBRE LA VIOLENCIA A FAMOSOS. UN ESTUDIO DE CASO

Antonio Lavado España¹

Resumen

La violencia en los medios de comunicación siempre ha despertado bastante interés, y mucho más cuando en la agresión o acto violento está implicado algún famoso.

Si hay un medio de comunicación al que le interesa todo lo relacionado con la violencia, hablamos de la televisión. Pero, ¿qué ocurre cuando alguien, que está estrechamente relacionado con el mundo de la televisión, salta, casualmente, a ocupar los titulares de los informativos?

El objetivo de este estudio es analizar el discurso de la prensa española sobre la violencia a famosos a través del caso de agresión que sufrió el conocido productor español de televisión y espectáculos José Luis Moreno. Y cómo los mensajes de los periódicos, de la víctima y de otros, acentúan el tema de la violencia para ilustrar el suceso desarrollando, al mismo tiempo, estrategias empresariales, mediáticas y políticas.

Palabras clave

Violencia, famosos, prensa, discurso, José Luis Moreno

Abstract

Violence in the media has always aroused considerable interest, and much more when the assault or violent act is involved a celebrity.

If there is a media that it is interested in everything related to violence, we are talking about television. But what happens when someone who is closely related to the television world, jump, casually, in the headlines of the news?

The aim of this study is to analyze the Spanish press discourse on violence to celebrities through the case of the famous assault on Spanish producer of television and shows José Luis Moreno. And how messages from newspapers, the victim and others emphasize the theme of violence to illustrate this event and develop business, media and politics strategies at the same time.

Keywords

Violence, celebrities, press, discourse, José Luis Moreno

1. Introducción

La violencia en los medios de comunicación es un tema bastante estudiado, y es conocido por todos que éstos recurren a la violencia porque el público demanda violencia, y no sólo por su espectacularidad, sino también por la afición a la “mirada morbosa” de las imágenes o relatos “reales” que ofrecen los medios: escenas bélicas, agresiones, cadáveres y muertes en directo (Penalva, 2002: 398).

Fernández, Domínguez y Revilla (2007: 31) aseguran que igual que hay un discurso que pretende acabar con la violencia, también existe una necesidad de mostrarla en todos los niveles sociales en que tiene lugar. Los actos de violencia provocan sentimientos y emociones cuando se hacen o sufren, cuando se ayuda en ellos o cuando se presencian. Está claro que al público la violencia le produce un efecto especialmente significativo.

En este contexto, los temas violentos tienen una lógica demanda social, con lo cual se entra en una espiral de superabundancia de información relacionada con este asunto, que en muchas ocasiones termina por distorsionar la realidad. La población demanda este tipo de noticias y los medios potencian su necesidad. No es necesario acaparar los medios con información sobre violencia; “es suficiente un buen titular en un lugar destacado” (Carrión, 2008).

Todo conflicto, de cualquier género, siempre va acompañado de cuestiones violentas. Franco y Sánchez (2006: 193) nos hacen una pequeña introducción de cuándo y por qué un conflicto es noticia. Ambas autoras señalan que algo puede ser considerado como conflicto cuando los hechos trascienden y tienen interés para la opinión pública y, por tanto, los medios de comunicación recaban información sobre el asunto para difundirlo. También indican que “lo que determina la publicación de los conflictos no es la importancia objetiva del hecho que lo ha generado sino los rasgos que lo hacen atractivo o interesante para la audiencia a la que se dirige el medio”.

Por ello, cuando en la agresión o acto violento está implicado algún famoso, automáticamente este hecho, por su naturaleza, se convierte en algo atractivo para dedicar páginas a informar. En este caso, el protagonista gozará de una cobertura mediática importante y sus discursos serán interpretados de diferente manera a cómo se haría si se tratase de una persona anónima. Lamuedra (2005: 5) nos advierte que “existe

una estrecha relación entre famosos y sociedad, y en este sentido, un estudio de los cambios en el concepto de fama y tipos de famosos puede arrojar luz sobre cambios sociales históricos, y al mismo tiempo aportar indicadores acerca de tendencias sociales”.

En este sentido, también debemos tener presente lo que Penalva (2002: 400) señala sobre el uso que hacen los medios del discurso informativo para difundir, junto a la noticia, pautas de comportamiento, actitudes y modelos de vida que son asumidos por los individuos. Según el autor: “los medios de comunicación, al transmitir información, otorgan estatus, dotan de prestigio y legitiman a personas e instituciones. Su discurso no es, en absoluto, inocente, aún cuando pueda ser éticamente correcto”.

Por consiguiente, si mezclamos violencia con famoso, puede ocurrir que la prensa, y los demás medios de comunicación, generen lo que Imbert (1992: 61) denomina “efecto boomerang” en el que el espectáculo de la violencia también puede ser una forma de violencia, es decir, “la violencia de la violencia (del espectáculo de la violencia y del medio que la espectaculariza)”.

En cuanto a los discursos sobre la violencia que desarrolla la prensa, y demás medios, Imbert (1992) nos explica cómo éstos crean una realidad representada, es decir, producen unos *escenarios*:

Estos escenarios reflejan, pues, el discurso producido por los medios acerca de la violencia: discurso sobre la violencia (discurso referencial que produce hechos) y discurso *performativo* (que produce noticias, más o menos sensacionalistas), que instaura una realidad propia de cada medio, con un grado de *visibilidad* que varía en función del *enunciador*. Una semiótica figurativa, de los modos de representación social: de la visibilidad de los objetos y sujetos en el discurso público. (...) Los medios de comunicación ofrecen representaciones teatralizadas de la violencia que contribuyen a integrar ésta a un *relato*, revela la presencia de una instancia narradora y produce efectos de dramatización más o menos acentuados según el medio (su tipología) pero claramente orientados hacia una celebración ritual de los hechos violentos. (p. 67)

Sobre la violencia y cómo debe informarse, se han escrito numerosos libros y artículos. Entre ellos, encontramos el libro titulado *Cómo informar sobre infancia y violencia*,

publicado por Fernández y Noblejas (2007); en éste se recopilan diversos casos de violencia relacionados con los niños, y plantean propuestas sobre cómo deben ser los discursos a la hora de informar. En este libro se destaca el papel de la televisión a la hora de abordar este tema. No podemos olvidar casos importantes de violencia que fueron tratados en infinidad de informativos y programas de televisión, con los que se lograron grandes espectáculos. Todos recordamos el caso de las niñas de Alcásser (Bou, 2007: 42-46), el de José Rabadán “el asesino de la catana” (Raga, 2007: 55-60), la desaparición de la niña Madeleine (Noblejas, 2007: 46-52), o el de “el asesino de la baraja”; de este último se hicieron innumerables reportajes, y se dieron noticias en la prensa diaria que confundían y asustaban a la población, llegando a ser el argumento de una película para televisión: *Carta Mortal*².

A la televisión siempre le ha interesado estos temas, creando programas donde abordan, exclusivamente, la violencia al más puro estilo de aquel famoso periódico *El Caso* al que recuerdan. Programas como *Blanco y Negro* (Tele 5), *Caso Abierto* (Libertad Digital) o *El rastro del crimen* (Antena 3); por mencionar algunos. La mayoría de los casos que tratan estos formatos son de personas anónimas que, por sus circunstancias, saltan al panorama público gracias al interés “informativo” de los medios de comunicación.

Pero, ¿qué ocurre cuando alguien, que está estrechamente relacionado con el mundo de la televisión, salta, casualmente, a ocupar los titulares de los informativos? ¿Los medios de comunicación desarrollan la misma cobertura periodística? ¿Cuál es el tratamiento informativo que lleva a cabo la prensa?

Actualmente, no hay estudios sobre el tratamiento de la prensa española en los casos de violencia a famosos y, por tanto, no sabemos si en éstos se ha dado la misma cobertura informativa.

Por ello, el tema de esta investigación se centra en un caso de violencia hacia una persona muy conocida en España, el productor José Luis Moreno, que el 20 de diciembre de 2007 sufrió una agresión en su casa tras ser asaltado por unos delincuentes; del cual, a fecha de hoy, no se ha publicado nada sobre el discurso ni el tratamiento informativo del mismo, siendo un asunto que despertó interés en su día ya

que, por un lado, se trata de un tema de violencia y, por el otro, la víctima pertenece al mundo del espectáculo y la televisión.

2. Hipótesis y objetivo

Para llevar a cabo este estudio, se parte de la hipótesis de que la prensa y la víctima establecieron una negociación o consenso, no pactado, para informar de lo ocurrido, y donde ambas partes se beneficiarían. La prensa sabía que se trataba de un tema de violencia, y que la violencia por sí misma vende, y más cuando la víctima es muy conocida por el público. También sabían que el accidentado conoce perfectamente las estrategias comunicativas y que tiene estrechos contactos empresariales con algunos medios y, por ello, el tratamiento debía ser “diferente”. Por otra parte, la víctima sabía que su imagen pública atraería a los medios y, por tanto, llevó a cabo unos procesos de comunicación para que sus mensajes pudiesen, por un lado, presionar a las autoridades para que investigaran su incidente y, por otro, seguir fomentando su imagen pública, su popularidad y, por supuesto, su actividad empresarial.

El objetivo de este estudio es analizar el discurso de la prensa sobre la violencia a famosos a través del caso del productor José Luis Moreno. Y cómo los mensajes de los periódicos, de la víctima y de otros acentúan el tema de la violencia para ilustrar el evento desarrollando, al mismo tiempo, estrategias empresariales, mediáticas y políticas.

Se comprobará si en este suceso se da un proceso similar al que destaca Aguirre (1999: 218) en relación a los conflictos humanitarios, que denomina: “«Triángulo de la crisis»³ formado por los *gobiernos*, los *medios* y las *organizaciones humanitarias*”. En nuestro caso sustituimos las *organizaciones humanitarias* por la *víctima-famoso-empresario*, para explorar lo que Aguirre señala: “Las tres partes tratan de influirse entre sí; las tres se dirigen a la sociedad del país para impactar sobre ella y obtener respectivamente legitimación política, beneficios económicos y mayor audiencia, y apoyo moral y económico”.

Acercándonos a la metodología de análisis que realiza Imbert (1992), se interpretará el discurso sobre la violencia en un nivel simbólico, dando un enfoque de tipo socio-semántico.

Para ello, se analizaran aquellas noticias cuyos textos recurren a la violencia para provocar una demanda de información, así como aquellos mensajes (palabras textuales) que lanza la víctima y otros que intentan despertar interés, sentimientos y emociones en los lectores.

3. Metodología

Para realizar este estudio se ha recurrido a la edición digital de los diarios de ámbito nacional que tienen mayor número de usuarios en España⁴: *El Mundo*, *El País* y *ABC*. Y el periodo analizado ha sido desde el 20 de diciembre de 2007 (cuando se publica lo sucedido) hasta el 22 de noviembre de 2008 (cuando se publica el agradecimiento de la víctima al Ministro de Interior por la detención de sus agresores).

El primer paso fue la recopilación del material. Para ello, se hizo una búsqueda en las hemerotecas digitales de estos periódicos. Surgieron 47 noticias del diario *ABC*, 17 de *El País* y 16 de *El Mundo*. La mayoría de estas noticias aportaban datos nuevos sobre los hechos y las investigaciones de las autoridades, iban acompañadas de fotografías de la víctima donde se mostraba los golpes de la agresión y concluían haciendo un breve resumen recordatorio de lo sucedido. Otras eran meros pretextos para indicar otra agresión o robo.

En segundo lugar, se seleccionó el material. Se descartaron aquellas noticias que recordaban este caso para introducir o comparar otra agresión o robo, y las que resultaban ser breves notas recordatorias de lo sucedido; con lo cual, se obtuvieron 21 noticias y 2 editoriales de *ABC*, 12 noticias de *El Mundo* y 10 noticias de *El País*. Tras ordenarlas cronológicamente, se procedió al análisis de las mismas, haciendo hincapié en aquellas en las que los titulares, los textos y los mensajes de la víctima destacaban momentos importantes de la agresión e investigación del caso y que, además, contenían elementos que hacían referencia a cuestiones violentas.

También señalar que se ha recurrido a la edición impresa de estos periódicos, los siguientes días: 21, 22 y 27 de diciembre de 2007, y 4 de enero y 22 de noviembre de 2008. Días en los que algunos de estos rotativos sacaron en primera página un titular.

4. Discurso de la prensa

El día 21 de diciembre de 2007, en las portadas, tanto digitales como impresas, de *ABC*, *El País* y *El Mundo* aparecía la noticia de que el productor José Luis Moreno había sido asaltado por unos atracadores en su casa.

ABC publicó en un lateral de la portada de su edición impresa: “Una banda de kosovares hiere a José Luis Moreno en su mansión” (Título). “Se resistió a abrir las tres cajas fuertes y fue agredido en la cabeza con un hacha o una palanqueta” (Subtítulo). En la edición impresa de *El País* el título era: “Unos atracadores atacan a José Luis Moreno para desvalijar su casa”. Y en *El Mundo* (edición impresa): “Una banda de kosovares tortura a José Luis Moreno para robar su chalé”, y debajo del título destacaba un pequeño sumario: “4 asaltantes anularon la alarma, entraron y redujeron a 2 escoltas y a 6 personas del servicio / Le golpearon en el cráneo con un hacha y le clavaron un destornillador junto al ojo para lograr la combinación de 3 cajas fuertes / Les dio una, la saquearon y le pegaron otra paliza”. Como se puede comprobar los periódicos comenzaron su espectáculo con titulares que pretendían atraer la atención del lector. *El Mundo* este día fue el más provocador destacando palabras violentas como “tortura”, “clavaron”, “pegaron”, “golpearon” y “paliza”.

Obviamente, en las ediciones digitales del mismo día, el procedimiento fue idéntico. Los mensajes aludían a la violencia constantemente, e incluso con la intención de despertar la alarma social. *El Mundo*, en su noticia, señalaba: “El suceso se produce en un mes particularmente violento en la región de Madrid. En menos de 19 días han ocurrido seis muertes, una cada tres días”⁵. *El País*, que un principio parecía que se limitaba a informar, también recurrió a frases como: “...los ladrones emplearon en todo momento gran violencia” o “Los ladrones le dieron un fuerte golpe en la cabeza con la parte roma de una especie de hacha”⁶. *ABC*, que comenzó a redactar los hechos de una forma más benevolente, al final no pudo resistirse a no hacer alusión a las palabras “violencia” o “sangre” para describir lo sucedido⁷.

Al día siguiente (22 de diciembre) *ABC* fue el único noticiero que mencionó en su portada de la edición impresa la evolución de la víctima, ya que dedicaba el editorial de ese día al suceso, que titulaba: “Alarma social ante la inseguridad”. El editorial comienza destacando que “el asalto a la vivienda del productor y artista José Luis

Moreno, en Boadilla del Monte (Madrid), ha causado una fuerte conmoción en la opinión pública”; pretexto que utiliza el medio para atacar al Gobierno con frases como: “La inseguridad ciudadana se suma a otros problemas sociales que el Gobierno tiene que afrontar en este traumático final de legislatura” o “...la marginalidad y el descontrol son un foco natural de delincuencia, que no se remedia con retórica «buenista», sino con eficacia policial y firme aplicación de la ley”. El hecho que destaque el lugar del suceso (Boadilla del Monte, un municipio privilegiado de Madrid) no es casualidad, sino que pretende dar un grado más a la información; el editorial no tendría la misma importancia si la víctima hubiera sido agredida en una zona marginal.

Leyendo este editorial se puede percibir la funcionalidad del mismo y la importancia de la figura del famoso, de acuerdo a lo que nos comenta Carrión (2008) sobre la intención de los medios de enfatizar la violencia sobre la seguridad “en la línea de exaltación de la delincuencia más violenta y en la «espectacularización» de la noticia, con lo cual se «sobrerrepresenta» la realidad”. Con ello, según Carrión, se produce una mayor demanda de información y se impone un discurso explícito. Además, el autor nos indica que “las noticias negativas (violencia) tienen más presencia que las positivas (políticas) y, dentro de ellas, los medios de comunicación difunden principalmente los delitos que tienen un grado de violencia mayor o que representan una masa más significativa de eventos”.

En los días posteriores, hasta que la víctima concedió una rueda prensa, los periódicos no olvidaron el tema y, casi a diario como *ABC*, destacaban noticias sobre la recuperación del famoso productor, al mismo tiempo que se recordaba la trayectoria profesional del mismo: “Neurocirujano, cantante de ópera, ventrílocuo, productor televisivo, empresario teatral, actor improvisado, escritor (tiene una treintena de libros en su haber), políglota (dice hablar 13 idiomas)...”⁸. Tampoco faltaron publicaciones cercanas a la prensa del *cotilleo* (Imbert, 1992: 120), donde se destacaban el poder adquisitivo de Moreno y la decoración de su casa: “tiene más de 5.000 metros cuadrados construidos, y goza de todo tipo de lujos y comodidades: dos piscinas -una de verano y otra climatizada-, gimnasio, sauna, pista de tenis, sala de reuniones, sala de proyecciones -donde comenzó la agresión- vestidores, tres despachos, varias cocinas, baños, tres cajas fuertes, además de disponer de servicio debidamente uniformado”⁹. Mezclar violencia y dinero parece ser una fórmula recurrente de la prensa para ilustrar

el acontecimiento al más puro estilo novelesco, como se hizo en una ocasión para finalizar una noticia: “Con una trayectoria intensa, en la que ha conseguido mantenerse en la cúspide de la popularidad -aunque no del prestigio- hoy por hoy Moreno es la víctima de una realidad -una brutal agresión- sobre la que planea la sombra de una venganza personal, pese a que la hipótesis más plausible es la de un empleado infiel”¹⁰.

De una forma similar, recogieron los periódicos el final de la investigación. El 22 de noviembre de 2008, en la portada de la edición impresa de *El Mundo* aparecía un pequeño titular: “El ‘show’ de Moreno se rueda en Interior”; en la edición digital, el contenido de la noticia se limitaba a informar. En cambio, *ABC*¹¹ y *El País*¹² utilizaron en sus textos frases idénticas:

En las escalinatas del Ministerio del Interior ante medio centenar de periodistas y una veintena de cámaras de televisión, Moreno ha reconocido que ha pasado los diez peores meses de su vida, aunque ha podido dormir gracias al trabajo incansable de la Policía y la Guardia Civil (abc.es).

ABC aquel día también abordó el acontecimiento en su editorial, titulado: “Final feliz para una sucesión” (abc.es). El objetivo del editorial era aprovechar el evento para volver a remarcar la inseguridad ciudadana provocada por la mala gestión de las administraciones:

... no es oro todo lo que reluce si nos atenemos a los antecedentes de esta operación policial y al cúmulo de despropósitos judiciales y administrativos que han permitido a esta banda cometer un buen número de asaltos antes de poner fin a sus criminales andanzas. Según ha podido saber *ABC*, el jefe de la violenta banda fue detenido hasta en tres ocasiones y siempre quedó en libertad (abc.es).

En definitiva, la finalidad de la prensa en estos casos de violencia es, como apunta Imbert (1992: 144) “cumplir la función catárquica como en la tragedia clásica: una manera de exorcizar el miedo colectivo ante el peligro que acecha al orden social”

5. Discurso de la víctima

La prensa en España tiene gran maestría en abordar un tema y elevarlo a la máxima categoría sin precedentes. La prensa ha demostrado que domina la técnica y sabe la importancia y repercusión que puede tener un acontecimiento en relación al tratamiento que ellos consideren. En el suceso que estamos analizando, la víctima protagonista demostró su talento y experiencia para hacer llegar los distintos mensajes que fue lanzando durante la investigación y final de la “trama”. Algunos periódicos fueron fieles a sus discursos y otros intentaron darle un tono más sarcástico. En definitiva, las muestras de poder de la víctima hicieron que los informadores fueran benevolentes con su tema; teniendo en cuenta que Moreno es un empresario que en épocas de crisis da trabajo a más de mil personas, abarcando todas las categorías profesionales. Recordemos que la víctima no solamente domina negocios relacionados con el mundo del espectáculo, sino también en otras ramas; y esto los redactores lo tienen presente a la hora de publicar.

Por tanto, nuestro famoso desde su ingreso en el hospital se percató que la prensa necesitaba rellenar sus páginas, y que su discurso podía acaparar notable presencia.

Las primeras declaraciones de la víctima se produjeron el mismo día que abandonó el hospital tras su recuperación. En las portadas de la edición impresa de los periódicos comprobamos que el evento era esperado por todos. El día 27 de diciembre de 2007, las tres cabeceras publicaron el acontecimiento con fotografías incluidas donde se apreciaban las marcas de la agresión. *El País* fue el único que utilizó palabras textuales del productor para titular su noticia: “Seguían pegándome pese a estar casi inconsciente”. Las palabras de Moreno ya comenzaban a despertar el “lado sensible” del lector.

Al día siguiente (28 de diciembre) en la sección “Nacional” de la edición digital de *ABC*, también titularon un recorte con palabras del empresario: “Me dieron con una palanca y con un hacha en la cabeza; llovían puñetazos”. En dicha noticia se recogen numerosas palabras textuales de la entrevista que ofreció la noche anterior en Telecinco, como: “no se puede vivir con miedo”; “no pensar en que es alguien próximo, porque es terrible”; “Eso se lo dejo a los investigadores, que están realizando un sensacional trabajo”; “por mi casa pasa mucha gente”; “Aquí también (refiriéndose a Telecinco) se

trabaja, se graban cosas, se realizan muchas reformas..., pero no quiero pensar en ello”; “por como están trabajando las fuerzas de seguridad, que son de las mejores de Europa, los asaltantes serán capturados muy pronto”. Y, casi concluyendo, el noticiero destaca: “Agradezco a todo el mundo el apoyo recibido. Ha sido mi mejor medicina”. De todas estas frases se puede deducir la dimensión y el poder mediático del famoso. Como se puede leer, *ABC* transcribe casi toda la entrevista que el empresario cedió a Telecinco, donde se potencia la imagen del productor como afectado, víctima de unos malhechores, cumpliendo con lo que podemos llamar “*responsabilidad social*”, dando las gracias a las fuerzas de seguridad, a los médicos y al resto de ciudadanos. En esta noticia se puede apreciar el entramado empresarial que existía entre las partes que intervinieron para informar, lo que nos acerca a nuestra hipótesis: *ABC* pertenece al grupo empresarial Vocento, y éste tenía acciones en Telecinco¹³, que a su vez, es propietaria de un 15 % de una de las empresas de Moreno¹⁴.

Donde realmente se puede comprobar el control mediático del famoso es cuando días después de salir del hospital concede una rueda de prensa en su mansión. El día 4 de enero de 2008, la edición impresa de *El Mundo* fue el único noticiero que publicó en su primera página el evento que tituló: “La Guardia Civil busca a los asaltantes de José Luis Moreno en su círculo íntimo”.

En las ediciones digitales del día anterior (3 de enero) se recogían las declaraciones de Moreno en los diferentes periódicos. Las palabras de la víctima fueron siempre encaminadas a resaltar su imagen pública. *El Mundo*¹⁵ recogía la contestación a la pregunta “¿pudo tratarse en verdad de una venganza personal?” de la siguiente manera: “Me costaría mucho creerlo. Soy un hombre de éxito, ahora mismo trabajo con 1.700 personas y es imposible que todos estén felices. Pero si fuera un enemigo, creo que ya estaría identificado”. A la pregunta “¿de verdad no sospecha de nadie de su entorno?”, Moreno contestó:

Pues no. Es muy difícil llevar una agenda de enemigos. Esta casa es la sede de mi empresa, por aquí pasan cientos de personas y no es imposible que alguno, en plena desesperación... Hay quien se puede molestar de que uno tenga tanto éxito, pero el peligro de entrar en una casa... Otra cosa es que uno de todos estos pudiera perder la cabeza, volverse loco, y que sea alguien que esté en el ambiente de la noche y alguien le diga: ‘Pues con este tío podemos hacer esto’ (elmundo.es).

Aparte de la descripción que hizo de los hechos, que parecía el relato de una serie televisiva, el productor no reparó en dar detalles acerca de su fortuna: “Aquí tengo cuatro despachos, incluso a veces rodamos aquí”; “Además, es un laberinto: hay quien, incluso la tercera vez que viene, se equivoca y en vez de ir al baño acaba en mi despacho”.

Ese mismo día (3 de enero), tanto *ABC* como *El País* recogían las palabras del productor. *El País* señalaba: "Me enfrenté a los atracadores en un ataque de miedo. Me siento muy violado porque entran en tu intimidad"¹⁶. Basándonos en la metodología de análisis de Imbert (1992), de estas palabras se puede hacer una interpretación semiótica: el empresario concedió una entrevista en su propia casa compareciendo ante los medios, con casi un centenar de periodistas y fotógrafos y una pantalla gigante en la que aparecían imágenes de las heridas sufridas. La puesta en escena fue en el lugar donde se produjo la agresión. Por tanto, cuando la víctima reprocha que los asaltantes violaran su intimidad, se puede interpretar que los medios y los lectores también están introduciéndose en su intimidad. El empresario abre las puertas de su casa, de su ámbito privado. Además, nos describe con todo lujo de detalles, reforzándolos con imágenes proyectadas en un televisor, su dolor, sus heridas y su valentía como héroe ante unos malhechores.

El 21 de noviembre de 2008, “José Luis Moreno agradece a Rubalcaba el trabajo de las Fuerzas de Seguridad” (título, elpaís.com). *ABC* titulaba: “José Luis Moreno reivindica ante Rubalcaba una subida salarial para la Policía y la Guardia Civil” (abc.es). En cambio, *El Mundo*: “Temía que llegasen las Navidades por si los atracadores volvían a por mí” (título, elmundo.es). En el desarrollo de estas noticias, Moreno intenta llegar al lector, haciendo uso, nuevamente, de su “*responsabilidad social*”. Después de alardear de su éxito y riqueza durante días, finalmente, da muestras de sensatez y humildad al agradecer y reconocer el esfuerzo y el trabajo de otros: "Yo cuando oigo que quieren cobrar más, desde aquí lo digo: que cobren más, que cobren todo lo que sea necesario porque dan la vida sin esperar prácticamente nada. Son anónimos y nos dan una seguridad tremenda". Frase que recogieron todos los diarios. También añadieron: “Es un orgullo y una tranquilidad que se haya conseguido detener a esta banda y que no vuelva a cometer este tipo de cosas”.

Como se puede comprobar, los mensajes de la víctima estaban perfectamente medidos y expuestos con gran acierto. Si a todos estos mensajes se les aplicasen las herramientas del “análisis del discurso” del estudio de Dijk (1983) sobre las noticias de prensa, probablemente este estudio podría dar pie a una investigación de otro estilo.

6. Discursos de otros

En este suceso no sólo la prensa y la víctima se limitaron a dar sus discursos, sino también otros, como familiares y amigos. *El País*¹⁷ recogió las palabras de David Venancio Muro, uno de los actores de las producciones televisivas del accidentado, que aludía a parentescos narratológicos: "Ha sido milagroso que haya salido de una agresión tan brutal, que parece sacado de una película de Tarantino", comentó el actor. "Tiene un carácter muy fuerte y ya ha pedido que le traigan trabajo al hospital. Es de los que se pregunta por qué no está con su pluma y su cuaderno", añadió (elpaís.com).

Otros también aprovecharon para dar su opinión sobre el suceso. La colaboradora de *ABC*, Laura Campmany, trató el tema de José Luis Moreno en su artículo de opinión titulado: “A sangre fría”¹⁸; en él refleja su miedo por el grado de violencia de las bandas del Este y por los continuos asaltos que se están produciendo en España. El periodista Carlos Herrera también aprovechó su espacio en *ABC* para dedicar un artículo al accidente del productor: “El verdadero show de Moreno”¹⁹. Herrera no se centra en lo sucedido sino en la víctima dando su punto de vista sobre cómo el productor ha abordado lo ocurrido con la prensa: “... ha concedido entrevistas y ha ofrecido una rueda de prensa en la que ha sabido, inteligentemente, combinar todas las dosis debidas de realismo y sinceridad escénica. No sé si todos hubiéramos tenido el mismo sentido del interés público” (abc.es). También realiza un recorrido sobre la carrera profesional del artista y termina con la siguiente frase: “Hasta la fecha, todo lo que ha tocado Moreno lo ha convertido en éxito. Irónicamente, hasta incluso salvar su propia vida” (abc.es).

Quienes también vieron un filón en este caso fueron los políticos que aprovecharon el momento para realzar su notoriedad y lanzar sus propios mensajes; algunos de ellos para reflejar las alteraciones del orden social (Penalva, 2002: 402). *ABC*²⁰ (22 de enero de 2008) reprodujo las palabras de Esperanza Aguirre, presidenta de la Comunidad de Madrid: “Es una vergüenza que las plantillas de la Guardia Civil no estén cubiertas, que los ciudadanos estén desprotegidos y que las mafias internacionales estén haciendo que

poblaciones enteras estén atemorizadas”; “el caso de José Luis Moreno está ocurriendo todos los días”; “delinquir en España es muy barato” (abc.es). También *ABC* (27 de diciembre de 2007), publicó una noticia donde el alcalde del municipio en el que se produjo el asalto, Arturo González Panero, intentaba dar confianza y restablecer el orden calificando el ataque como "hecho aislado", pero aprovechó, como todos los políticos, para destacar su buena gestión y desacreditar la de otros: "Estamos en uno de los municipios más seguros de la Comunidad de Madrid, pero por el trabajo de la Policía Local, porque aquí faltan guardias civiles"; "Mientras nosotros hemos pasado de 20 a 80 policías, la Guardia Civil no ha aumentado prácticamente su número de efectivos, cuando tiene más personalidades que proteger", mantuvo el alcalde²¹.

En este sentido, Imbert (1992: 145) considera que el orden político-informativo necesita esta violencia para expulsar otra violencia: “la violencia contra la política y la violencia contra los abusos de la información”.

Según Penalva (2002: 402), el predominio de noticias sobre acontecimientos negativos, independientemente del grado de violencia representada, se debe a un conjunto de argumentos de carácter sociológico y político. Además añade el autor:

La información sobre alteraciones del orden social permite conformar consensos en lo referente a las normas y valores de una sociedad y en consecuencia tiene incidencia en el grado de cohesión de la misma. También se afirma que los medios de comunicación tienden a exagerar el verdadero peligro que determinadas clases o grupos (delincuentes, terroristas) tienen para la sociedad. La consecuencia es que se generan motivos de preocupación que conducen a buscar la protección del poder establecido. (p. 402).

Por ello, el 21 de noviembre de 2008, el Ministro de Interior concedió una rápida cita a Moreno. *El Mundo* resaltaba las palabras de Rubalcaba: "José Luis Moreno pidió verme para agradecerme el trabajo de la Policía y la Guardia Civil y me pareció oportuno resaltar ese trabajo. Es de justicia que se haga público el fantástico trabajo de nuestros agentes"²². También este periódico, como los demás, destacaron el mensaje de confianza del político: "Quienes piensen venir a España para robar deben saber que acabarán en la cárcel. Nuestra policía es mucho mejor que ellos". *ABC*, además de las

frases anteriores añadió: “Si creen que en España van a poder robar están absolutamente equivocados”²³.

La actuación del Ministro de Interior es un claro ejemplo de las actuaciones de los políticos en caso de conflictos. Sus acciones están siempre orientadas a instaurar el orden social perturbado.

7. Conclusiones

Durante el periodo de esta sucesión cada diario ha jugado su papel. Además de informar, han sabido crear una demanda y expectación entorno a un famoso que ha sabido dar detalles e información en el momento y forma adecuados.

De los tres diarios analizados, *El País* ha sido, quizás, el periódico que menos ha usado palabras y expresiones relacionadas con la violencia. En cuanto al tratamiento se puede decir que se ha limitado a informar sin dar opiniones ni exponer sospechas.

En cambio, *El Mundo* ha informado recurriendo constantemente a palabras y expresiones violentas, resaltando todos los detalles con tendencias sensacionalistas. Desde el principio abordó el accidente como un verdadero espectáculo, calificándolo en numerosas ocasiones de “show”.

ABC, que tampoco se resistió a utilizar palabras y expresiones violentas, fue el periódico de referencia del suceso y el que más cobertura le dio por diversos motivos. Por un lado, tenía el deber de ofrecer un servicio a un empresario que tenía ciertos lazos empresariales con el grupo de comunicación al que pertenece el periódico. Y por otro, aprovechó el acaecimiento para crear cierta alarma social y atacar al Gobierno como el causante de la inseguridad. También se hizo eco de las opiniones de los políticos que extrapolaron un incidente local y puntual, a un nivel nacional y constante.

De este estudio deducimos que el famoso, a raíz de este acontecimiento aumentó su imagen y popularidad. Pero la cobertura no hubiese sido igual, indiferentemente de que se tratase de un famoso o no, si la víctima desconociese los mecanismos periodísticos de este país. Esta claro que el accidentado supo tratar con la prensa y controló en todo momento sus mensajes. Quizás su táctica pueda utilizarse en otros asuntos o por otras

personas, o simplemente este hecho se dio en el momento preciso al que la prensa le interesó. Pero, desgraciadamente, como señalamos al principio de estas páginas: la violencia, vende.

En este suceso se desarrollan algunos rasgos contextuales que destaca Iborra (2007: 27) sobre los efectos de la violencia en los medios. Rasgos que hicieron que el caso indujera mayor atracción:

- La naturaleza de la víctima: el público reacciona más ante víctimas que se perciben como agradables o atractivas. José Luis Moreno es conocido por sus trabajos como ventrílocuo y por ser el creador de series de éxito y de humor.

- La justificación de la violencia: el famoso declaró que fue agredido porque se negaba a dar las claves de sus cajas fuertes. Se resistió y se enfrentó a los agresores. Fue valiente.

- La presencia de armas induce al público más violencia: Le amenazaron con una pistola y fue agredido con la parte roma de un hacha y con una barra de hierro.

- La extensión y carácter gráfico de la violencia: El famoso instaló un televisor en su casa para mostrar, a los medios, las fotografías de los golpes y moratones que cubrían su cuerpo y cabeza.

- El grado de realismo de la violencia: Las representaciones realistas de la violencia le resultan más peligrosas al público. Moreno describió lo sucedido tal y como ocurrió.

- Las consecuencias de la violencia: El público considera más seria una escena violenta que contenga muestras de dolor y daño. El famoso describió que estaba en el suelo casi inconsciente y le seguían pegando. Además estuvo seis días ingresado en un hospital a consecuencia de la agresión.

Todos estos rasgos contextuales fueron reforzados con los mensajes de la víctima y el buen trato que tuvo con la prensa. Recordemos que éste concedió una rueda

de prensa en su propia casa, se mostró simpático en todo momento y respondió a todas las preguntas. En sus repuestas pretendía satisfacer a los diferentes medios utilizando el lenguaje habitual que emplean los periodistas para informar sobre temas de violencia. Para aquellos que realizaban otro tipo de periodismo, completó sus declaraciones describiendo su mansión, sus joyas y otros detalles del hogar. Y siempre que pudo, habló de sus trabajos y de sus éxitos.

Si a todos estos mensajes, les sumamos su lado de *responsabilidad política*, dando las gracias al Ministro, y, sobre todo, su *responsabilidad social*, valorando el trabajo de las fuerzas de seguridad y, como no, solicitando un aumento de sueldo para éstos; el famoso consiguió fomentar su imagen pública, su popularidad y, por supuesto, su actividad empresarial.

Referencias bibliográficas.

Aguirre, Mariano (1999): «Los medios periodísticos y el espectáculo humanitario» en Unidad de Estudios Humanitarios *Los desafíos de la acción humanitaria*, Barcelona, Icaria, p. 203-226.

Bou, Amparo (2007), “Niños víctimas de violencia en la sociedad. El caso de las niñas de Alcázar”. En *Cómo informar sobre infancia y violencia*. Centro Reina Sofía, pp. 42-46.

Carrión, Fernando (2008), “Violencia y medios de comunicación: populismo mediático”. *Urvio*, Revista Latinoamericana de Seguridad Ciudadana. No. 5, Quito, Septiembre, pp. 7-12. FLACSO Sede Ecuador, ISSN: 1390-3691

Fernández, Concepción, Domínguez, Roberto y Revilla, Juan Carlos (2007), “Legitimación de la violencia en la televisión y en la vida social”, en *Violencia en los medios de comunicación*. Madrid: Hacer, p. 31.

Fernández, Javier y Noblejas Myriam (2007), *Cómo informar sobre infancia y violencia*. Centro Reina Sofía.

Franco Álvarez, María Guillermina y Sánchez Calero María Luisa (2006), “Representación y discurso en la crisis informativa del 11-S y 11-M”. *Cobertura informativa del 11-M* / coord. por Alfonso Vara Miguel, pp. 193-206.

Iborra Isabel. (2007), “Efectos de la violencia en los medios”. En *Cómo informar sobre infancia y violencia*. Centro Reina Sofía, p. 27.

Imbert, Gérard (1992), *Los escenarios de la violencia*, Barcelona: Icaria.

Imbert, Gérard (2004), *Tentación de suicidio*, Madrid: Ed. Tecnos.

Lamuedra, María (2005), “Base teórica para la reflexión sobre el significado social de la presencia de los famosos y famosillos en televisión”. *Comunicar*, número 025. Disponible en: <http://www.revistacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-094> [fecha de consulta: 04-02-10]

Noblejas, Myriam (2007), “Casos sin resolver: Madeleine” En *Cómo informar sobre infancia y violencia*. Centro Reina Sofía, pp. 46-52.

Penalva, Clemente (2002), “El tratamiento de la violencia en los medios de comunicación” en *Cuadernos de Trabajo Social*, pp. 395-412.

Raga, Concepción (2007), “Menores que agreden en la familia. El caso de José Rabadán, «el asesino de la catana»” En *Cómo informar sobre infancia y violencia*. Centro Reina Sofía, pp. 55-60.

Dijk, Teun A. van (1983): “Estructuras textuales de las noticias de prensa”, en *Discurso en Sociedad*: Disponible en: <http://www.discursos.org/oldarticles/Estructuras%20textuales%20de%20las%20noticias%20de%20prensa.pdf> [fecha de consulta: 07-02-10].

¹ Doctorando. Universidad Carlos III de Madrid. España. Email: antoniolaes@hotmail.com

² *Carta mortal: As de espadas* (2003) [TV movie]. Director: Eduard Cortés. Antena 3 TV, 9 de diciembre de 2003, 22:00 horas.

³ Concepto que destaca Aguirre (1999) en relación a la investigación publicada en: Minear, L., Scott, C. y Weiss, T. G. (1996), *The News Media, Civil War & Humanitarian Action*, Lynne Rienner Publishers, Boulder, p. 42.

⁴ Alexa The Web Information Company (2010), *Top Sites in Spain*. [En línea] Disponible en <http://www.alexa.com/topsites/countries/ES> [Fecha de consulta: 8 de febrero de 2010].

⁵ *Elmundo.es* (2007, 21 de diciembre): “José Luis Moreno, herido y hospitalizado tras un asalto a su chalé”. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/12/20/madrid/1198153575.html> [Fecha de consulta: 8 de febrero de 2010]

⁶ *Elpaís.com* (2007, 21 de diciembre): “Una banda asalta la casa de José Luis Moreno”. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/espana/banda/asalta/casa/Jose/Luis/Moreno/elpepiesp/20071221elpepinac_19/Tes [Fecha de consulta: 10 de febrero de 2010]

⁷ *Abc.es* (2007, 21 de diciembre): “José Luis Moreno, herido grave en el brutal asalto de una banda del Este a su mansión”. Disponible en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-21-12-2007/abc/Nacional/jose-luis-moreno-herido-grave-en-el-brutal-asalto-de-una-banda-del-este-a-su-mansion_1641507723682.html [Fecha de consulta: 10 de febrero de 2010]

⁸ *Abc.es* (2007, 30 de diciembre): “Moreno de «Monchito» a poderoso «Rockefeller»”, Disponible en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-30-12-2007/abc/Nacional/moreno-de-monchito-a-poderoso-rockefeller_1641524714864.html [Fecha de consulta: 12 de febrero de 2010]

⁹ *Abc.es* (2007, 29 de diciembre): “De una casa de vecinos a una mansión de 5000 metros”. Disponible en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-30-12-2007/abc/Nacional/de-una-casa-de-vecinos-a-una-mansion-de-5000-metros_1641524693317.html [Fecha de consulta: 10 de febrero de 2010]

¹⁰ *Abc.es* (2007, 30 de diciembre): *op. cit.*

¹¹ *Abc.es* (2008, 21 de noviembre): “José Luis Moreno reivindica ante Rubalcaba una subida salarial para la Policía y la Guardia Civil”. Disponible en: <http://www.abc.es/hemeroteca/historico-21-11-2008/abc/>

Nacional/jose-luis-moreno-reivindica-ante-rubalcaba-una-subida-salarial-para-la-policia-y-la-guardia-civil_911408655686.html html [Fecha de consulta: 2 de marzo de 2010].

¹² *Elpais.com* (2008, 21 de noviembre): “José Luis Moreno agradece a Rubalcaba el trabajo de las Fuerzas de Seguridad”. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/espana/Jose/Luis/Moreno/agradece/Rubalcaba/trabajo/Fuerzas/Seguridad/elpepuesp/20081121elpepunac_4/Tes [Fecha de consulta: 2 de marzo de 2010].

¹³ *Elpais.com* (2009, 31 de julio), “Vocento vende su participación accionarial en Telecinco”. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/sociedad/Vocento/vende/participacion/accionarial/Telecinco/elpepusoc/20090731elpepusoc_9/Tes [Fecha de consulta: 18 de enero de 2010]

¹⁴ *El mundo.es* (2006, 3 de junio), “Telecinco compra el 15% de la productora de 'Aquí no hay quien viva' y deja a A3 sin su serie estrella”. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2006/06/02/comunicacion/1149262300.html> [Fecha de consulta: 7 de marzo de 2010]

¹⁵ *El mundo.es* (2008, 3 de enero): “Moreno: si fuera una venganza ya habrían identificado a los agresores”. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2008/01/03/madrid/1199362695.html> [Fecha de consulta: 18 de enero de 2010]

¹⁶ *Elpais.com* (2008, 3 de enero): “Moreno: «Me enfrenté a los ladrones en un ataque de miedo»” http://www.elpais.com/articulo/espana/Moreno/enfrente/ladrones/ataque/miedo/elpepuesp/20080103elpepunac_14/Tes [Fecha de consulta: 18 de enero de 2010]

¹⁷ *Elpais.com* (2007, 26 de diciembre): “José Luis Moreno apenas aporta datos sobre sus atacantes”. Disponible en: http://www.elpais.com/articulo/madrid/Jose/Luis/Moreno/apenas/aporta/datos/atacantes/elpepuespmad/20071226elpmad_2/Tes [Fecha de consulta: 26 de enero de 2010].

¹⁸ CAMPANY, Laura (2007): “A sangre fría” En *Abc.es*, 22 de diciembre. Artículo de opinión. Disponible en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-22-12-2007/abc/Opinion/a-sangre-fria_1641509624261.html [Fecha de consulta: 20 de enero de 2010].

¹⁹ HERRERA, Carlos (2007): “El verdadero show de Moreno”. En *Abc.es*, 4 de enero. Artículo de opinión. Disponible en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-04-01-2008/sevilla/Opinion/el-verdadero-show-de-moreno_1641533578489.html [Fecha de consulta: 20 de enero de 2010].

²⁰ *Abc.es* (2008, 22 de enero), “Aguirre cree que el caso de José Luis Moreno «ocurre todos los días» en la región” Disponible en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-22-01-2008/abc/Madrid/aguirre-cree-que-el-caso-de-jose-luis-moreno-ocurre-todos-los-dias-en-la-region_1641577623193.html [Fecha de consulta: 22 de enero de 2010].

²¹ *Abc.es* (2007, 27 de diciembre): “El alcalde de Boadilla cree que el ataque a Moreno es algo aislado y que los autores son del entorno”. Disponible en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-27-12-2007/abc/Nacional/el-alcalde-de-boadilla-cree-que-el-ataque-a-moreno-es-algo-aislado-y-que-los-autores-son-del-entorno_1641520988117.html [Fecha de consulta: 22 de enero de 2010].

²² *Elmundo.es* (2008, 21 de noviembre): “Moreno: «Temía que llegasen las Navidades por si los atracadores volvían a por mí»”. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2008/11/21/madrid/1227275761.html> [Fecha de consulta: 22 de enero de 2010].

²³ *Abc.es* (2008, 21 de noviembre): *op. cit.*