

La mirada

Toni Vall



tvallka@hotmail.com

Fusion Proglide

Fa un parell de dies els parlava de l'anunci dels iogurts Activia i la mania que els he agafat per culpa de la reiteració compulsiva dels seus mis-satges publicitaris. Doncs l'altre dia estava mirant les notícies de Cuatro i, una vegada més, quasi se m'indigesta l'amanida. No puc evitar-ho; cada vegada que veig que, dins del programa mateix, el presentador d'un informatiu participa en la promoció publicitària d'un producte, m'agafa una mala llet colossal. Els dos presentadors d'esports del canal de Mediaset van fer una parada en la narració de les notícies de la seva secció per parlar-nos de les virtuts de la màquina d'afaitar Fusion Proglide, un producte que em sembla que mai consumiré de tant com m'han esgotat els seus anuncis. Primer va ser un Manu Carreño excitadíssim qui ens la va fer avor-

Trobo que hi ha algunes coses que cauen pel seu propi pes

rir; després, no sé quins esportistes d'elit, i en acabat són els presentadors d'un informatiu els que ens incrusten la promoció dels nassos. No em cansaré de repetir-ho: si convertim un informatiu en un hipermercat en què tot s'hi val per arreplegar quatre calerons, el periodisme se'n va pel pedregar a la velocitat del llamp. No voldria sembla un predicador en el desert, ni tampoc el presumptuós guardià de les essències del bon periodisme, però trobo que hi ha algunes coses que cauen pel seu propi pes i que afirmar-les és una pura evidència. Llàstima, doncs, que per a segons qui aquestes línies vermelles –una expressió bastant de moda últimament– no signifiquin un valor a tenir en compte.