

Periodisme digne, ciutadania lliure

Disposar de mitjans de comunicació independents dels poders és imprescindible per desenvolupar un pensament crític que vagi més enllà de dogmes i imposicions de tota mena, i que fomenti una societat veritablement democràtica que respecti els drets col·lectius i individuals de les persones.

«Periodisme digne, ciutadania lliure» és el lema d'un acte que diverses organitzacions de periodistes vam celebrar la primavera passada amb motiu de l'1 i el 3 de Maig –Dia Internacional del Treball i Dia Mundial de la Llibertat de Premsa respectivament–, dates que els periodistes celebrem conjuntament al considerar-les les dues cares d'una mateixa moneda. És un lema que crec que s'ajusta al que m'ha demanat la Fundació Ferrer i Guàrdia per a l'Anuari sobre la Laïcitat, una reflexió sobre el paper dels mitjans de comunicació en les dificultats per promoure «la raó crítica, el pensament lliure, i per deslliurar-se de les visions monolítiques i dogmàtiques de qualsevol mena».

Fa anys, el company Manu Mediavilla –actual president del Sindicat de Periodistes de Madrid (SPM)– va fer fortuna encunyant el terme «*periodigne*», que cada cop s'utilitza més a la professió. Amb l'# al davant s'ha convertit en un dels hashtags habituals a les xarxes socials. Ja haureu vist que es tracta d'ajuntar els conceptes «periodisme» i «dignitat». També és seu –el Manu és home hàbil en aquests jocs de paraules– el terme *precariodisme*, que ja no cal que expliqui la seva arrel.

Aquest petit preàmbul em serveix per argumentar que només un *periodigne* crític i independent dels poders podrà bastir una societat justa, lliure i democràtica. Disposem d'un sistema informatiu que compleixi aquests requisits? A Catalunya i a l'Estat espanyol, no. En altres llocs? Va per barris. Ja comentarem algun cas significatiu al llarg d'aquest article.

Cal recordar que diverses investigacions revelen que a escala europea –com les que fa la Universitat d'Oxford–, els mitjans de comunicació espanyols són els que generen pitjors cotes de credibilitat per part de la seva ciutadania en relació a altres països. I encara més: els resultats d'aquestes enquestes periòdiques empitjoren any rere any. Molts mitjans de comunicació han oblidat que la informació és un bé públic que pertany a les persones. No és propietat ni dels periodistes, ni de les empreses de comunicació, ni tampoc dels governs. Han segrestat la informació i l'utilitzen com a mecanisme de control en favor dels poders dels quals depenen o als quals s'han entregat.

Vaig ser escollit president del Sindicat de Periodistes de Catalunya / *Sindicat de Professionals de la Comunicació* (SPC) en el congrés que vam celebrar el 14 d'abril passat, però ja fa temps que estic vinculat a la direcció del sindicat. Al llarg d'aquests anys he parlat amb molts companys i companyes, tant afiliats a l'SPC com no. I alguns d'ells i elles em diuen, per exemple, que al seu mitjà «no surt res que no vulguin els bancs». I això val per a la resta d'àmbits informatius: la política, l'economia, el medi ambient... Als mitjans públics també convindria afegir-hi els governs, tot i que no a tot arreu és igual.

Tothom té els seus mitjans de comunicació preferits. Però si un consulta aquells que més detesta, hi trobarà cada dia treballs periodístics excel·lents: reportatges, entrevistes... Perquè als mitjans hi ha molta gent fent bona feina. El problema sorgeix quan cal tractar

“els grans temes”, els grans afers. Aquí, a molts mitjans, masses, tothom treu a passejar el seu *Sant Cristo Gros*, que fins i tot és el mateix en molts casos. Les visions que ofereixen llavors són monolítiques, sense espai per a les dissidències.

Periodisme de trinxera

Estem vivint una època de periodisme de trinxera, amb algunes escasses i dignes excepcions. I si algú, des de la seva pròpia, gosa sortir del guió establert, és atacat sense dilació per altres membres de la trinxera, aplicant els vells axiomes de «si no estàs amb mi, estàs contra mi» i «no podem donar arguments a l'enemic». Això ha estat força evident en allò que està en relació amb *El Procés*, però no només, també en altres àmbits de la vida pública que capten l'interès públic.

La necessitat d'un periodisme crític, rigorós és més urgent que mai. La realitat no és blanca ni negra. Hi ha molts matisos pel mig i els mitjans de comunicació els haurien de recollir. Hem d'allunyar-nos del «si no estàs amb mi, estàs contra mi». Hem de fugir de «l'això és donar ales a l'enemic». Tampoc s'ha d'aplicar allò de «s'ha de criticar tothom. Si tu no saps per què, ells sí que ho saben». És a dir, la crítica ha de ser raonada, amb dades, amb arguments sòlids i treballats. Als mitjans, en general, falten mirades allunyades de les trinxeres, allunyades dels interessos dels diferents poders que hi ha a la societat. I també en general, es fa poc periodisme d'investigació: costa diners i pot incordiar algú amb qui els mitjans no volen (o no poden) tenir problemes. I és més fàcil despatxar els i les professionals que els farien.

Però per poder fer aquest tipus de periodisme calen eines. En primer lloc, empreses o entitats fortes els recursos de les quals depenguin bàsicament dels seus seguidors. Que els mitjans es financin bàsicament per les aportacions dels seus usuaris farà que no depenguin d'altres tipus d'interessos més intrusius. Dependran que el seu públic estigui satisfet amb la qualitat de la informació que rep. Si a més són transparents i faciliten informació clara sobre els seus comptes, oli en un llum.

Basar la viabilitat econòmica en la publicitat és una política cada cop més equivocada i amb menys futur. Ho diuen diversos experts. És el cas, per exemple, de l'economista francesa Julia Cagé, que ha investigat amb profunditat l'evolució de la publicitat, tot i que preferent a França i els Estats Units. El 2015 va publicar *Sauver les médias. Capitalisme, financement participatif et démocratie* (traduït al castellà), en el qual aporta dades del retrocés generalitzat de la publicitat en els ingressos de les empreses periodístiques. I proposa alternatives a partir de considerar-les com «empreses d'utilitat pública».

Les grans plataformes digitals (Google, Facebook...) són les que s'enduen el tall més gran del pastís. La resta de la publicitat està cada cop més atomitzada i cada cop més barata. Un anunci de pàgina en un dels grans diaris catalans costa ara aproximadament la quarta part del que s'havia de pagar no fa sis o vuit anys i, a més, et regalen més d'una inserció. Les subvencions són també un capítol important en el finançament dels mitjans, amb les servituds o les renúncies que això pot suposar. Això no vol dir que el sistema informatiu no s'hagi de beneficiar dels diners públics. És clar que hi ha d'haver recursos públics en aquest àmbit, com en qualsevol altre servei públic, i els suficients perquè aquest servei sigui de qualitat.

En aquests temps en què cada cop és més majoritària la informació a través d'Internet, s'ha introduït una pràctica que està resultant molt nociva: L'obsessió pel *click*. Els mitjans, per justificar la seva audiència, necessiten aportar dades sobre el volum de visites a les seves pàgines web i a les seves notícies. Això ha fet que molts mitjans apostin abans que

per la informació rigorosa, amb un bon titular, per notícies cridaneres, amb un tractament exagerat, per incitar el *click* fàcil de l'usuari. Això promou una allau de notícies efímeres, de dubtosa credibilitat, elaborades de manera precipitada perquè els mitjans van migrats de plantilles i s'han convertit en una fàbrica de continguts més que una redacció que elabora productes periodístics. Hi surt perdent, en canvi, el periodisme seriós, rigorós, treballat, amb dades. Això empobreix la informació i la qualitat del periodisme que rep la societat.

Regular un dret humà essencial

En segon lloc cal un marc normatiu que estableixi els drets i els deures dels periodistes per garantir el dret a la informació de la ciutadania. Vivim temps en què es diu que hi ha massa lleis, que no en calen més. En el món de la informació vivim les conseqüències d'una frase que va deixar anar un dels personatges més nefastos de la història del periodisme a Espanya, que és Juan Luís Cebrián. El fundador d'El País –i també un dels principals responsables de l'enfonsament de Prisa després– va dir als inicis de la transició que *«la mejor ley de prensa es la que no existe»*. Veníem de la *Llei Fraga*, del franquisme, i molts, malauradament, s'ho van creure. Pocs van dir llavors –i els que ho van dir van ser silenciats– que *«la mejor ley de prensa es la que sirve a la ciudadanía»*.

S'ha defensat l'alternativa de l'autoregulació dels periodistes com a millor manera de fer funcionar el periodisme. Finalment l'autoregulació s'ha demostrat com una fal·làcia i una broma de mal gust que el desprestigi social que té actualment el periodisme ha deixat en evidència. A més, si la informació pertany a la ciutadania, qui són els periodistes per regular-se un dret que no els pertany? Qui els ha demanat o els ha dit que ho facin? Com s'ha fet amb la sanitat o l'educació, la regulació d'un dret fonamental es fa on es fa als països realment democràtics: als parlaments, que són la representació democràtica de la ciutadania.

Que potser els mestres i professors o els metges fan les lleis educatives o sanitàries? No, es fan als parlaments. Òbviament que uns i altres han de ser escoltats i tinguts en compte quan es legisla sobre aquestes qüestions, com també ho hauran de ser en el seu moment els professionals de la informació, les empreses, el món acadèmic...

Què ha de tenir una llei reguladora del dret a la informació i la comunicació de la ciutadania? Fixar els drets i deures dels periodistes i dels mitjans per als quals treballen. A Catalunya hi ha l'article 52 de l'Estatut que estableix què ha de fer la Generalitat per garantir aquest dret humà essencial. Tot i els requeriments què des de l'SPC i altres entitats del sector hem fet des de la vigència de l'Estatut, fins ara no han fructificat en una regulació com la que tenen en un grapat de països d'Europa i d'arreu del món. Cada cop estem més a prop de tenir-ho però encara som prou lluny. A escala estatal, coses molt similars es poden dir a partir de l'article 20 de la Constitució i la manca de regulació del Dret a la Informació.

Però també cal que la llei digui què passa quan s'incompleix. Els accidents de trànsit han disminuït quan hi ha hagut una normativa que estableix clarament què passa quan algú circula begut, drogat, amb excés de velocitat o comet segons quines infraccions. En l'àmbit de la informació ha de ser exactament igual, perquè si no queda clar què passa quan no respectes aquest dret humà, la llei no serveix per a res. A molts països això comporta l'existència d'un consell regulador amb capacitat sancionadora. Això sí, aquests organismes han d'estar constituïts per persones nomenades sense quotes partidistes, si no des del món ciutadà, professional, acadèmic... Lluny del model que hem vist ja al Consell General del Poder Judicial i, sense anar més lluny, al Consell de Govern de la

Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (CCMA). El dia que legislin sobre la matèria, qui ho faci convindria que estudiés com s'ha fet això a l'Uruguai, durant la presidència de Pepe Mújica.

La Comissió Leveson

L'experiència del Regne Unit –un país, per cert, amb poca tradició reguladora– també és digne de tenir en compte. A partir de l'escàndol per l'espionatge dels mitjans de Grup Murdoch a diverses personalitats de rellevància social és una referència més que interessant. Una comissió presidida pel jutge Brian Leveson va elaborar una llei per evitar abusos i mals comportaments dels mitjans. Preveu un consell regulador del qual no poden formar part ni polítics, ni directors de mitjans, ni empresaris del sector. La protesta ciutadana per aquest cas –entre les víctimes de les escoltes il·legals hi ha, per exemple, l'actor Hugh Grant o l'escriptora J. K. Rowling– va estar canalitzada per l'associació [HackedOff \(https://hackinginquiry.org/\)](https://hackinginquiry.org/), que va aconseguir que 175.000 ciutadans britànics donessin suport i reclamessin una regulació que posés fi als abusos d'aquests mitjans de comunicació i prevenir-ne de nous en el futur.

La llei es va acabar aprovant amb una forta oposició del Partit Conservador i del llavors seu líder i *Premier* britànic, David Cameron. L'oposició i la forta pressió ciutadana van fer que el projecte prosperés forçant el Govern britànic a arribar a un acord amb els afectats per l'espionatge. Els mitjans del Grup Murdoch també van fer una dura campanya contra la proposta legislativa que, en canvi, va obtenir el suport de diaris com The Guardian, Financial Times o The Independent. Tot aquest procés va tenir la col·laboració entusiasta del sindicat de periodistes, el National Union of Journalists (NUJ).

I què cal perquè això acabi passant? De l'exemple britànic que acabo d'explicar es desprèn que és més necessària que mai una aliança entre la ciutadania i el periodisme. Hem de ser aliats en aquesta lluita perquè el poder legislador faci la seva feina i la informació torni a on ha d'estar, en mans de la ciutadania. Als que defensem la necessitat d'una regulació del dret a la informació els responsables dels mitjans i els seus professionals més addictes ens acusen que volem imposar lleis per censurar i controlar la premsa. Res més lluny de la realitat. El que volem és que no ho faci qui ara ho fa en detriment dels interessos de la ciutadania. Són els mitjans i els periodistes qui han d'estar al servei de la societat, no a la inversa.

També és necessària molta més transparència sobre la propietat dels mitjans de comunicació. Això ajudaria a veure millor quins són els seus interessos reals. En diverses legislacions fetes a l'Amèrica Llatina es prohibeix explícitament que les empreses de sectors econòmics essencials en aquests països puguin ser accionistes de mitjans de comunicació. Veure qui són els propietaris de les empreses periodístiques ens ajudaria a comprovar com aquestes estan cada cop en menys mans. Les grans corporacions mediàtiques, cada cop ho són més de grans. I això qui ho paga és el pluralisme. Cada cop hi ha menys veus diferents, cada cop la informació que arriba és més monolítica, sense arestes, especialment sobre *les grans qüestions*. Una altra cosa, doncs, que aquesta regulació democràtica de la informació hauria de tenir: mesures antimonopoli que impedeixin el pensament únic i afavoreixin la diversitat d'idees i el debat públic lliure i obert.

Un bé públic, no una mercaderia

La informació no és una mercaderia. És un dels grans axiomes del periodisme. És un bé públic, com l'aigua, per exemple. I hi ha tot de normatives que diuen en quines condicions s'ha de distribuir l'aigua perquè sigui òptima per a la salut pública. Enlloc es diu si ho ha

de fer un operador públic, privat o una ONG. Cadascú pot tenir les seves preferències i les administracions competents busquen la que creuen que és la millor manera. Tothom sap, però, com ho ha de fer perquè l'aigua que surt per l'aixeta, o que es ven embotellada, o que baixa pels rius, ho faci de manera que ningú s'intoxiqui ni prengui mal. I si algú incompleix la norma, se sap on es pot anar a reclamar.

En el cas de la informació no hi ha res d'això i cada dia veiem com molta gent surt *intoxicada* després de consumir informació servida en males condicions. La ciutadania no té on anar a reclamar perquè no hi ha cap norma que digui com s'ha de donar la informació perquè ningú prengui mal. És cert, hi ha codis deontològics. Molts. Un expert un dia els va comptar i va arribar a identificar-ne més de 400 arreu del món. A Espanya, el problema és que com no són d'obligat compliment són simplement un brindis al sol. Les televisions privades espanyoles van signar un codi deontològic sobre els continguts de la seva programació en horari infantil. Són les mateixes que des del mateix dia de la firma han incomplert el seu articulat sencer sovint. I no ho dic jo, ho diu la Comissió Nacional del Mercat de la Competència (CNMC), que les ha sancionat en més d'una ocasió. Per això serveix l'autoregulació, va bé per fer bonic el dia que la presentes i després, quan s'ha de posar en pràctica, les bones intencions queden en un no res, en un *si te he visto, no me acuerdo*.

Alfred Harmsworth, Lord Northcliffe, d'origen irlandès, va ser un magnat de la premsa britànica. Entre les seves iniciatives destaca el *Daily Mail*, que va aparèixer per primera vegada el 1896. A principis del segle XX va dir que «Periodisme és difondre allò que algú no vol que se sàpiga; la resta és propaganda. La seva funció és posar a la vista el que està ocult, donar-ne testimoni i, per tant, molestar». Llàstima que després se n'oblidés i es passés al periodisme sensacionalista, que li va reportar grans beneficis. Però la frase ha quedat per a la història i molts que volen fer #periodigne de veritat la reivindiquen. Són impulsors de nous mitjans de comunicació, que no volen caure en els errors i paranyes dels mitjans que podríem dir-ne *tradicionals*.

Són projectes periodístics basats en fer menys continguts diaris però més ben treballats. No cal ser el primer en publicar una notícia a la pàgina web, en deixar-se endur pel primer imput del twitter, sense comprovar-ne la veracitat. Però que quan es faci, sigui un article el més impecable possible. Les noves tecnologies han permès democratitzar el sistema informatiu. Ara, impulsar un nou mitjà és més senzill i requereix menys inversió. No és fàcil ni barat fer periodisme rigorós, de qualitat, que investigui, que indagui i aprofundeixi en les qüestions més importants. Que ofereixi dades i arguments a les persones per poder prendre les decisions més adequades a aquelles coses que més els preocupen. Per poder exigir els drets i les llibertats necessàries per a una vida digna: l'educació dels fills, la salut i el benestar familiar, l'estalvi, l'accés a l'habitatge, l'energia... Sense informació no hi ha democràcia i per això aquest dret és el rovell de l'ou que permet lligar la defensa de la resta de drets. I per això els poders polítics i econòmics la volen mantenir segrestada sent ells els que decideixen de què s'informa i de què no. Algú recorda del que van trigar la gran majoria de mitjans de comunicació a informar de l'escàndol de les accions preferents? A qui l'interessava que no se'n parlés.

I voldria anar acabant, tornant al començament. Només quan el periodisme tingui les eines necessàries per complir el seu paper en la societat, podrem parlar de mitjans amb capacitat per introduir rigor a les seves anàlisis. Per oferir informació no mediatitzada pels interessos polítics, econòmics i empresarials dels amos dels mitjans. Per ser crítics a partir de l'anàlisi amb dades contrastades. Per construir una ciutadania realment lliure, basada en la raó (no de tenir-la, sinó d'utilitzar-la). Per ser tots plegats una societat que no

ens imposin els dogmes que els sectors dominants volen fer-nos empassar.

Educació mediàtica

I per arribar a aquí també cal més educació mediàtica. Cal que a les escoles, als instituts, a les escoles d'adults... s'ensenyi a fer un consum crític dels mitjans de comunicació. Les *fake news* no és un invent modern. Però ara arriben per més llocs i de manera molt més massiva. I cal ensenyar a detectar-les. Hi ha un [discurs](#) de l'escriptor i periodista uruguaià Eduardo Galeano (1940-2015) en el qual explica com un periodista del The New York Times –William Laurence, especialista en informació científica– va guanyar el premi Pulitzer l'any 1945 per un article en acabar la segona guerra mundial en el qual afirmava que les bombes que van caure sobre Hiroshima i Nagasaki no provocaven contaminació radioactiva. Més tard es va saber que aquest periodista cobrava dos sous, un del seu diari i un altre de pressupost militar dels Estats Units. (https://www.youtube.com/watch?v=Xci_aP42sbA). Tota una *fake new* d'aviat farà 74 anys. I segurament que no és la primera.

Desactivar les trampes que a vegades ens posen només es pot fer amb educació mediàtica. El coneixement és allò que ens fa més lliures, més savis, més rigorosos. I això val per a totes les disciplines, però fer-ho en el camp de la informació ens ajudarà a fer-ho en la resta d'àmbits. Només l'educació ens permetrà la crítica basada en la raó. I per això necessitem el #periodigne i un terreny de joc on aquest es pugui desenvolupar i créixer.

Quico Ràfols

President del Sindicat de Periodistes de Catalunya / *Sindicat de Professionals de la Comunicació* (SPC)

Gener 2019