



Arxiu històric FUNDACIÓ JAUME BOFILL

# Dossier Medium

Ecoconcern

FEBRER 1993

FUNDACIÓ  
*Fundació*  
JAUME  
*Jaume*  
BOFILL  
*Bofill*

# Dossier Medium

884

## 1. Els media estan mediatitzats... pistes pel desmediatitzador.

Jordi Juan i Martí Olivella. 1991

## 2. Models, tendències i propostes de la Televisió a Europa.

Gemma Ribas i Martí Olivella. 1993

## 3. Les limitacions de la informació

Jordi Juan, Eva Molinos i Martí Olivella. 1993

Els mèdia estan mediatitzats...  
-pistes pel desmediatitzador-

Mèdia ("mass media"): mitjans de comunicació de masses

Mediatitzar: influir talment un organisme, una empresa o un estat, que hom n'obtingui el control.

### Introducció

La sensació que produeix el creixent paper dels mitjans de comunicació de masses en la societat és que, malgrat el reconeixement jurídic de les llibertats d'expressió i d'informació, aquestes cada vegada estan més restringides per a la majoria de ciutadans. Restricció tant pel que fa a la possibilitat material que qualsevol grup de persones pugui produir i difondre informació, com pel que fa a la llibertat real que els professionals de la comunicació puguin actuar sense mediatitzacions i dissentir dels seus "propietaris", públics o privats.

En aquest article es recullen fets, opinions i anàlisis per tal de contrastar el fonament d'aquesta sensació sobre el decalatge entre les llibertats que es proclamen en les societats democràtiques i la seves conflictives concrecions reals i quotidianes. També es fa una valoració de quines són les principals causes que fan que en les actuals regles de joc la mediatització dels mèdia sembla inevitable. I s'acaba amb una exposició dels diversos camins tèorics i pràctics que fins ara s'han assajat per intentar aminorar o superar aquesta mediatització.

### Les llibertats de comunicació i els mitjans de persuasió de masses

La Constitució Espanyola del 1978 proclama la llibertat "d'expressar i difondre lliurement els pensaments, idees i opinions mitjançant la paraula, l'escrit o qualsevol altre mitjà de reproducció" i el dret a "comunicar o rebre lliurement informació veraç per qualsevol mitjà de difusió". També estableix la "clàusula de consciència" -davant de la possible arbitrarietat de l'empresari i el "secret professional" en l'exercici de la llibertat d'expressió com a garantia davant dels poders públics. La censura queda prohibida. Els mitjans de comunicació públics han d'estar, segons llei, controlats parlamentàriament, han de donar accés als grups socials i polítics significatius i han de respectar els pluralisme de la societat i de les diverses llengües d'Espanya<sup>1</sup>.

L'Estat Espanyol s'homologa així amb la resta d'estats que formen el sistema democràtic constitucional. La llibertat informativa esdevé un dels elements diferenciadors d'aquests règims. Però aquesta llibertat pot ser bloquejada, suspesa o censurada per l'Estat en situacions d'emergència o en períodes de guerra. La concepció de la informació com a servei públic permet limitar la llibertat amb "concessions i llicències" o amb "monopolis de les ones".

Per parlar de la llibertat d'expressió i d'informació en una societat complexa i massificada, cal referir-se als mass mèdia (mitjans de comunicació de masses). Cal detenir-se, però, a considerar si aquesta expressió és la més correcta. Una de les formes d'entendre la comunicació és la d'intercanvi de missatges entre emissors i receptors mitjançant un canal. La reciprocitat de transmetre informació és l'element significatiu també recollit consitucionalment. Però en la mesura que aquest dret d'informar és dóna en una societat de masses, mitjançant unes empreses i institucions cal preguntar-se sobre la capacitat material i real d'exercir-lo.

Així, els mitjans de comunicació de masses poden ser anomenats amb més precisió amb diversos mots, segons es vulgui destacar una o altre de les seves desviacions reals: mitjans de manipulació de masses, mitjans d'encantament de masses, mitjans d'incomunicació de masses, mitjans de distracció de masses. Pedro Farias García considera que per calibrar l'índex de llibertat d'informació s'ha de confrontar la lletra de la llei amb tres principis: el de "discrecionalitat professional" (que els condicionaments dels professionals no siguin totals), el de "tolerància del sistema i possibilitat material per dissentir" (que el monopoli dels mitjans no sigui absolut) i el de "participació dinàmica del receptor" (que la resposta dels receptors pugui materialitzar-se).

En funció de l'índex de llibertat real que mostren l'aplicació d'aquest principis, els sistemes de comunicació es poden distingir en sistemes: "de conducció de masses", "de persuasió de masses" i "d'exclusió de masses".

El "sistema de conducció de masses" articula les llibertats informatives en funció d'una pretensió igualitària, un control rígid i amb gran dificultat per escrutar la realitat i el canvi social.

El "sistema d'exclusió de masses" es fonamenta en la repressió i el control rígid que exclou les majories i beneficia a la concentració del poder i dels privilegiats.

El "sistema de persuasió de masses" té la pretensió de llibertat, amb control flexible (matisada absència de control previ) i possibilitat d'escrutar el canvi social.

La proposta d'usar el terme "persuasió social de masses" per referir-nos al que ambíguament s'ha qualificat de sistema llibertari o de llibertat als règims comunicacionals de les democràcies occidentals sembla més adient en tant que reflecteix millor les contradiccions, tensions, limitacions polítiques, socials i econòmiques a la realització de les llibertats informatives<sup>2</sup>.

## **Els conflictes**

Si hom llegeix l'"Informe sobre la llibertat d'informació a Catalunya" elaborat per la Comissió de Defensa del Col·legi de Periodistes de Catalunya té la impressió que aquella té bona salut. L'informe del 1992<sup>3</sup> recull aquells casos en què algun professional del periodisme en el darrer any ha sofert problemes o situacions de conflicte en el desenvolupament de la seva tasca informativa: agressions a periodistes, fotoperodistes o càmeres;

conflictes entre mitjans i polítics; queixes de periodistes marginats dins les redaccions... Això és tot? Sobte, per exemple, que l'informe no es faci ressò del "Manifest de periodistes catalans sobre la manipulació informativa en la Guerra del Golf"<sup>4</sup>: "El dret a una informació veraç i rigurosa i a la llibertat d'expressió ha sofert una severa derrota amb motiu de la guerra del Golf (...) la informació... ha estat en mans d'un monopoli d'agències elegides directament pels militars dels dos bàndols. Aquest control, absolut sobre les fonts informatives ha condicionat la difusió d'imatges i informacions sobre el conflicte (...) hi ha hagut una manipulació en l'elaboració dels continguts informatius i editorials en la premsa, ràdio i televisions catalanes (...) s'han manipulat sondejos per justificar en els editorials que la participació d'Espanya deriva dels compromisos internacionals amb la CEE i l'OTAN. Aquesta situació vulnera qualsevol codi deontològic de la professió basat en criteris democràtics en prescindir del deure de contrastar les informacions i les fonts directes, el deure de respectar la veritat i la imparcialitat (...) considerem imprescindible dotar els professionals de la comunicació d'unes condicions laborals menys precàries i exigir la implantació en les empreses periodístiques d'uns estatuts de redacció que garanteixin el secret professional, la clàusula de consciència i el respecte al pluralisme informatiu".

Xavier Giró en les seves conclusions sobre els conflictes de televisió a Catalunya<sup>5</sup> considera que "Gairebé totes els grups socials i polítics exerceixen una certa pressió per tenir incidència dins la televisió i, així, influir en el comportament de la població i dels poders. La pressió és difícilment suportable quan procedeix del govern - o del partit que governa, del qual depèn la cadena televisiva en qüestió. El sistema actual de nomenament i destitució dels responsables de les televisions no assegura la seva imparcialitat".

Malgrat ens limitem a l'estudi del decalatge entre llei i realitat en el nostre país i en els règims de llibertats formals, no ens anirà malament fer una petita ullada als conflictes que es donen en països "amics". Les intervencions d'alguns periodistes estrangers en l'11è Congrés de la Unió de Clubs de Premsa de França són força significatives: "Si (avui) hom intenta destacar els diferents atemptats a la llibertat de premsa, cal adonar-se que mai havíem viscut en un món tan lliure (...) els atemptats més espectaculars com assassinats, empresonaments,.. quasi són inexistents a Europa. Però aquesta constatació ens condueix a altres reflexions. A Europa, l'OPA de grups estrangers sobre tota la premsa d'un país com Hongria posa nous problemes. En aquest país ja no hi ha diaris nacionals (...) Pràcticament tota l'expressió de premsa de RDA és avui propietat de grans grups de països capitalistes. En una democràcia com la nostra som sempre sota dos grans perills. El pes del diner en la premsa i la intervenció dels polítics. La visió poc agradable que la literatura dona dels periodistes des del segle XIX està lligada a aquests fenòmens (...) la corrupció és una constant degut a la intrusió de la ideologia. Les idees polítiques han estat molt més fortes que els fets. Avui la professió està confrontada a una crisi moral: la competència desenfrenada, el gust pel sensacionalisme, la manca de rigor en la verificació de la informació i la cursa per

augmentar l'audiència són els fets que primen."<sup>6</sup>

Des de Polònia es descobreix amb crueltat les limitacions materials de la llibertat. "La llibertat de premsa és abans que res una qüestió econòmica. No em puc desplaçar, perquè el meu diari no té diners i això limita terriblement el treball quotidià. Per garantir la llibertat de la premsa cal establir bases materials. El meu diari serà venut a un grup estranger, però la diferència amb Hongria és que a Polònia la llei prohibeix cedir més del 49% de les accions. És entrar en una altra forma de dependència."<sup>7</sup>

Els conflictes moltes vegades no es poden ni expressar degut a la dependència econòmica del periodista o del mitjà. El relat directe provinent de l'experiència de països de la perifèria ajuda, potser, a veure amb més claredat fenòmens que en els països rics s'han subtilitzat. "La manca d'un sou adequat comporta el problema d'acceptar suborns o "honoraris" de persones poderoses que desitgen assegurar-se que rebran un tractament favorable de la premsa. Per les persones que reben una paga adequada és molt fàcil condemnar el mal endèmic del suborn en moltes parts del món. Però allò que pot ser avorrible pel periodista es converteix en una necessitat quan tracta de portar menjar a casa. Aquest problema va aparellat amb un altre d'econòmic. Molts diaris, fins i tot comercials, reben directament subsidis, en forma de publicitat política o del govern. Alguns diaris tenen una base econòmica tan dèbil que no podrien subsistir sense aquest subsidis."<sup>8</sup>

Un funcionari anònim d'un ministeri d'informació també expressa amb vivacitat les seves experiències. "He conegut líders nacionals que, després d'examinar els models occidentals de premsa, estan convençuts que els mèdia d'occident no són més que comerciants del materialisme i el consumisme i que les nacions en les qual aconsegueixen infiltrar-se només promouen la pèrdua de l'esperit i de la identitat nacionals. Fan tots els esforços per mantenir fora de les fronteres aquests mèdies comercialitzats. En aquests traficants del diner no percebeixen cap empatia amb les nacions noves que estan lluitant per obtenir el seu lloc en el món". "La primera mesura que ha de prendre un alt funcionari en el sistema d'informació és examinar el seu cor.. Si arriba a la conclusió que els governants de la nació són massa corruptes, malignes o egoïstes per permetre qualsevol llibertat en el país, és millor que es dediqui al cultiu del cacauet... Si serveix a un amo que mereix un lloc en l'infern de Dante, la seva vida es convertirà en una falsetat tediosa. Els seus ideals s'esvairan poc a poc, la seva ètica es dessagna i la seva integritat personal es converteix en una carbassa buida..." "El funcionari si és intel·ligent no es deixarà seduir per la resplendor d'un equip d'alta tecnologia... potser els dispositius que estalvien mà d'obra no siguin els millors. Potser serà més convenient usar missatgers en bicicleta que muntar un complicat equip d'impressores i d'ordinadors"<sup>9</sup>

A primers de segle, Joan Puig i Ferrer<sup>10</sup> expressava molt bé l'estat de servitud de la cultura. "Perquè els periodistes que ens posem a sou d'una empresa industrial, estem pitjor que els criats. La nostra servitud és més revoltant. Jo vendria joiós els serveis del meu cos. M'agradaria saber un ofici: encuadernar, fer caps de cartó...rendir vuit hores de treball per a guanyar-

me el sosteniment. Em sembla que seria per a mi una cosa alegre. En canvi no puc suportar sense rancúnia, tristesa i amargor, la servitud de l'ànima i de la intel·ligència".

"L'ase de sínia treu aigua per a regar els camps. Què reguem nosaltres? Fomentem l'estultícia, la ignorància, la mentida i la badoqueria. Impulsem els negocis dels altres, fem de graó de tots els atrevits i poca-vergonyes que hi ha al món; ens dobleguem davant de tothom, encensem els cretins i els ídols de llautó. Damunt nostre, damunt la nostra estúpida servitud, creix la riquesa, la glòria, la vanitat, l'autoritat, l'abús i el crim; i nosaltres ens consumim de misèria, oblit i rancúnia. I gosem dir-nos intel·lectuals!...I se'ns compra amb entrades de "toros"... funcions benèfiques, sous de manobre i dinades aristocràtiques."

Malgrat han canviat moltes coses, avui continua una subtil servitud de la cultura que s'expressa d'altres maneres, no menys corrosives, tant si el domini és "privat", com "públic". El conegut lingüista Noam Chomsky<sup>11</sup> és clar en la seva anàlisi del sistema de comunicació de masses als Estats Units considerat el modèlic guardià de la llibertat.

"Els mitjans de comunicació de masses dels EUA... permeten - fins i tot fomenten- enèrgics debats, crítiques i dissidències, sempre i quant restin fidels dins el sistema de pressupostos i principis que constitueixen el consens de l'élite, un sistema tan poderós que pot ser interioritzat en gran part, sense tenir-ne consciència". "L'opinió pública està exposada a poderosos i persuasius missatges des de dalt i és incapaç de comunicar-se significativament a través dels mitjans de comunicació en resposta a aquests missatges... Els dirigents han usurpat una enorme quantitat de poder polític i han reduït el control popular sobre el sistema polític utilitzant als mitjans de comunicació per a generar suport, conformitat i una evident confusió entre l'opinió pública -citant W. Lance Bennett-".

I continua: "En els mitjans de comunicació, semblantment que en altres grans institucions, els qui no mostrin els valors i punts de vista precisos, seran considerats "irresponsables", "ideològics", o d'alguna manera aberrants, i tendiran a ser arraconats. (...) Els qui s'adaptin, potser honestament, tindran llibertat per expressar-se amb poc control per part dels directius, i, podran afirmar, encertadament, que no són objecte de cap pressió per adaptar-se". "Un periodista que no desitgi treballar durament pot sobreviure, i fins i tot guanyar respectabilitat, publicant informació (oficial o confidencial) procedent de les fonts habituals; aquestes oportunitats poden ser negades als qui no s'acontentin amb transmetre les interpretacions de la propaganda de l'Estat com si aquesta fos la realitat".

"En resum, els mitjans de comunicació de masses dels EUA són institucions ideològiques efectives i poderoses, que duen a terme una funció propagandística de suport al sistema mitjançant la seva dependència de les forces del mercat, els supòsits interioritzats i l'autocensura, i sense una coerció oberta significativa".

I al costat d'una anàlisi sigurosa i impactant el testimoni. John Switon<sup>12</sup>, ex redactor en cap del New York Times, en el banquet d'honor de la seva jubilació respon a la proposta d'un

brindis per la premsa independent: "Quina bogeria proposar un brindis per la premsa independent! Tots i cadascun dels aquí presents sap que la premsa independent no existeix. No hi ha entre vostés ni un sol que s'atreveixi a publicar les seves veritables opinions i si ho fes, saben per avançat que mai serien impreses. Se'm paga un munt de dòlars perquè mantingui les meves veritables opinions lluny del diari pel qual treballo. La funció d'un periodista és destruir la veritat, mentir radicalment, pervertir, envilir-se, arrastra-se pels peus de Mammon i vendre's a si mateix, vendre el seu país, la seva raça pel pa quotidià. Som els instruments i els vassalls d'homes rics que manen des de darrera l'escena. Som els seus titelles: ells tiben dels fils i nosaltres ballem. El nostre temps, els nostres talents, les nostres possibilitats i les nostres vides són la seva propietat. Som prostitutes intel·lectuals".

Raymond Williams <sup>13</sup> denuncia que la progressiva concentració dels grups mediàtics estigui empetitint la llibertat d'expressió, tot desvirtuant la democràcia en nom de la llibertat d'empresa. Com ell apunta, concentració vol dir menys periodistes i menys independents, de manera que cada cop es compta amb menys fonts d'informació i els professionals tendeixen a citar-se els uns als altres cada cop més. Ell adverteix contra el monopoli dels grans grups mediàtics, que construeixen opinió difonent el mateix missatge simultàniament a través de diferents mitjans. A més a més, com més grans són els mitjans més acusada acostuma a ser la seva unidireccionalitat, la negació de resposta per part del públic. I és que, com apunta Williams, no hem d'oblidar que en l'actual sistema la cultura i la informació són una mercaderia més, amb un preu de mercat, i que les empreses comunicatives tenen una estructura de propietat semblant a la de qualsevol altra empresa, amb una manca de democràcia interna equiparable.

Raymond Williams afegeix que la publicitat institucional és manipuladora si és selectiva, si no se'n beneficien d'igual manera tots els mitjans. Així mateix, troba a faltar autèntics espais de crítica sobre els mitjans en els propis mitjans. Això ens porta a preguntar-nos perquè la figura de l'ombudsman (genuïnament sueca) introduïda per El País a l'Estat espanyol no s'ha generalitzat entre els altres diaris. També ens hauríem de preguntar el perquè de la seva periodicitat (només apareix un cop per setmana) i si és realment incisiu. Així mateix, ¿és cap disbarat demanar un ombudsman a la TV, potser el mitjà que més el necessita?

Segons Williams, cada cop més hi ha una descarada connexió del contingut, la presentació i ritme dels programes amb les necessitats de la publicitat, a banda que sovint no hi ha separació per cap mitjà entre informació i publicitat. De fet, hi ha un acostament de l'estil periodístic al publicitari, i no a l'inrevés. Tot això aboca a una diversificació i especialització de l'oferta segons canals i segons horaris per tal de clarificar el perfil del consumidor i així maximitzar l'impacte publicitari.

Altres punts de vista interessants de Williams són, de manera



sintètica, els següents: la separació abstracta i interessada entre masses i minoria reforça que les coses segueixin com estan. Arran d'això critica obertament la subestimació de la intel·ligència i els gustos del nou públic de masses i considera que el creixent arraconament de la cultura i la informació a la TV es deriva en bona mesura de la presentació arcaica que es fa d'aquests gèneres. Recorda, a més, que els gustos s'imposen des de dalt ( s'accentuen aquelles tendències que interessin i es castren les que no) i que el conservadorisme dels mitjans en les condicions actuals és tal que allò agosarat no surt d'un circuit marginal.

El conjunt dels relats ens porten a considerar els mitjans de persuasió de masses, com un nou poder a tenir en compte. Roland Passevant, després de 40 anys de periodista a França ho té molt clar. "El poder de la informació existeix. Darrera el de l'Estat, l'executiu; de les Assemblees, el legislatiu; i del Judicial; el "Quart Poder" és el d'una enorme coal·lició. És el de les empreses de premsa del sistema privat, de l'Estat patró del servei públic, de les potències del diner que dispensen o refusen les ajudes, de les forces econòmiques que acorden o refusen el seu suport publicitari.

El "Quart Poder" pesa sobre la vida de la nostra societat, sobre les nostres vides. La seva influència condueix a interrogar-se sobre la validesa, dos-cents anys després, de l'article 11 de la declaració dels Drets de l'home, adoptada el 26 d'agost de 1789: 'La lliure comunicació dels pensaments i de les opinions és un dels drets més preciosos de l'home; tot ciutadà pot doncs parlar, escriure, imprimir lliurement excepte per respondre de l'abús d'aquesta llibertat en els casos determinats per la llei'.

Què queda del dret a la informació quan el control dels mèdia escapa als informadors i als informats?

El "Quart Poder" pesa sobre la vida política, sobre les consultes electorals, sobre la vida social, cultural. Regula a la seva manera el tractament dels drets de l'home, les evolucions del món, els afers escabrosos, la violència..."<sup>14</sup>

Per Ramón Zallo "El caràter ideològic dels mitjans d'informació sembla difuminar-se aparentment per la banalització dels mitjans". Aquests però són "fiscalitzadors de l'Estat i dels partits, formadors/susbtituts de l'opinió pública, canalitzadors puntuals d'interessos de lobbys, els mèdia, més que un quart poder, són un poder transversal no totalitari, que afecta a les decisions de tots els aparells de l'Estat i de les institucions i influeix en la pròpia imatge que de l'acció política es fa la societat civil"<sup>15</sup>

Per acabar aquest primera part de descripció de conflictes i tendències anirà bé tenir en compte l'advertiment Huxleyà que fa Neil Postman. "Hi ha dues maneres de marcar l'esperit d'una cultura. Amb la primera -l'orwelliana- la cultura esdevé una presó. Amb la segona -la huxleyana- la cultura esdevé una paròdia.

No cal recordar-li a ningú que avui el nostre món està afligit per moltes cultures-presó que tenen una estructura com la que Orwell va descriure molt bé a les seves paràboles. El que és insubstitutable en la seva obra és que va insistir en el fet que no hi fa res que els nostres vigilants siguin d'ideologies

de dretes o d'esquerres. Les reixes de la presó són igualment impenetrables, la vigilància igualment rigorosa i la veneració d'icones igualment penetrant.

El que Huxley ensenya és que és més probable que, en l'era de la tecnologia avançada, sigui un enemic amb cara somrient el que ens dugui la destrucció espiritual i no pas un que ens mostri sospita i odi. En la profecia de Huxley, el Germà Gran no ens vigila per voluntat seva. Ens vigilem nosaltres, per pròpia voluntat. No calen vigilants, ni reixes, ni Ministeris de la Veritat. Quan una població està distreta amb trivialitats, quan la vida cultural es redefeix com una ronda perpètua d'entreteniments, quan la conversa pública seriosa és una mena de parla infantil, quan, en resum, un poble esdevé un públic i els seus afers públics un vodevil, llavors la nació corre un risc; la mort de la cultura és una possibilitat real.

A Amèrica, les profecies d'Orwell tenen poca rellevància, però les de Huxley són en camí de fer-se realitat.

És molt més fàcil oposar-se a un món orwellià que a un món huxleyà. Tot el nostre passat ens ha preparat per conèixer i resitir una presó quan les reixes comencen a tancar-se darrere nostre. ¿Qui està preparat per lluitar contra un mar d'entreteniments? ¿A qui ens queixem, i quan, i en qui to de veu, quan el discurs seriós es converteix en rialletes ximples?

Em temo que els nostres filòsofs no ens han guiat en aquesta qüestió. Els seus advertiments han anat dirigits contra les ideologies que, formulades conscientement, atreuen les pitjors tendències de la naturalesa humana. Però el que està passant a Amèrica no és el disseny d'una ideologia estructurada. És la conseqüència no intencionada d'un canvi dràstic en els nostres modes de conversa pública. Però, tot i així, és una ideologia, ja que imposa una forma de vida, i unes relacions entre les persones i les idees, sobre les quals no hi ha hagut ni consens ni discussió ni hi ha oposició. Només submissió. La consciència pública encara no ha assimiliat el fet que la tecnologia és ideologia.

Huxley intentava dir-nos que el que afligia les persones de "Un món feliç" no era que estaven rient en comptes de pensar, sinó que ja no sabien de què reien ni per què havien deixat de pensar"<sup>16</sup>

### **Assaig de vint tesis sobre la mediatització dels mèdia**

Després d'aquest repàs de testimonis sembla necessària una valoració dels fets en conjunt, sobre la qual es puguin també elaborar criteris per ubicar les experiències i propostes que intenten afavorir la realització pràctica de les llibertats comunicatives.

Aquestes vint tesis provisionals no pretenen ser exhaustives<sup>17</sup>. Intenten vertebrar, sobretot, alguns dels principals conceptes que apareixen amb confusió en el discurs sobre els mèdia (p.ex: llibertat formal/llibertat material, independència, públic/privat, diner/poder, comunitari, Estat/burguesia, imperia- lisme/transnacionalització, concentració/multimèdia/multiindús- tria, invents tècnics/tecnologia massiva, tecnologia/descentra- lització/concentració, societat industrial (estat, nació, democràcia, classe...)/societat postindustrial (organismes

internacionals, món, efectivitat, centre-perifèria), Economia i política/Comunicació.

- 1 Sense la proclamació i garantia jurídica de les llibertats formals no hi ha cap marc mínim on desenvolupar les llibertats reals. Però si només comptem amb les llibertats formals hom pot triar entre opcions establertes, però difícilment pot crear noves opcions si no disposa dels mitjans econòmics o de les influències necessàries per competir amb els rics i els poderosos.
- 2 La llibertat material, real, efectiva, quotidiana, per qualsevol ciutadà no pot ser garantida pel mercat però tampoc pel monopoli de l'estat.
- 3 La independència total no existeix. Més val una interdependència transparent i recíproca que una independència formal. En qualsevol cas, independència vol dir capacitat de decidir per un mateix i això vol dir, capacitat real d'aconseguir i administrar fons no condicionats per dur a terme les pròpies decisions.
- 4 L'Estat modern és fruit de la Revolució Burguesa. Estat i interessos econòmics han nascut junts. Amb la pressió dels moviments obrers l'Estat ha imposat regulacions a un mercat capitalista que creava conflictes socials. Part d'aquestes regulacions han servit a la burgesia per anar modificant i consolidant el seu model econòmic, incorporant els treballadors a la societat de consum de masses.
- 5 La complexitat de la societat actual, l'aparició d'una economia i d'un sistema d'informació supraestatal, la integració al "sistema" dels moviments obrers i l'enfonsament dels països socialistes fa que tots els Estats estiguin en procés de desregulació. El mercat és presentat com l'únic sistema d'autoregulació. Però la pràctica del mercat és la tapadora d'un sistema d'oligopolis mundials que tendeixen a la planificació privada del món.
6. En aquest context el debat entre "públic" i "privat" és cada vegada més irreal. Els Estats del Benestar monopolitzen la meitat de l'economia, les transacionals el 30%, i sols queda un 20% per un mercat de petites i mitjanes empreses condicionat per les grans decisions financeres i fiscals. Estat i Privat formen part del gran capital, cooperen o es barallen conjunturalment, per repartir-se el poder.
- 7 La tecnologia que desenvolupen conjuntament, amb programes de recerca i d'aplicació, és una tecnologia que requereix grans inversions, i per tant grans concentracions. Els mitjans de comunicació que volen tenir una certa influència social - que no volen ser testimonials o residuals- només poden funcionar dins el complot públic-privat.
- 8 Aquest complot públic-privat aconsegueix la complicitat de

la població per finançar els instruments de la seva dominació gràcies a la mitificació entusiasmadora de les noves tecnologies, pesentades com la solució a tots els problemes actuals i futurs. El mite tecnològic autoritza els actuals comportaments depredadors de recursos i de cultures. No cal preocupar-se. El progrés i el desenvolupament donaran solucions tecnològiques als efectes nocius de les accions presents.

- 9 Les esquerres en general han volgut lluitar contra el mercat afavorint i reclamant més espais i serveis públics. S'ha inflat l'Estat i amb la seva saturació i ineficàcia burocràtica l'únic camí de retorn que es presenta com a viable és de nou el privat mercantilitzat.
- 10 La majoria de testimonis i anàlisis de conflictes assenyalen que el binomi poder/diner és el que amenaça més la llibertat i la independència dels mitjans de comunicació.
- 11 Cal investigar si hi ha un espai intermig. Un espai que podríem anomenar "comunitari": finançament públic o/i dels usuaris, gestió privada (professional o popular) i autocontrol (professional, mixte, públic no partidista).
- 12 Si l'Estat i la burgesia tenen interessos coincidents, malgrat la a vegades aparent confrontació, la legitimitat de la seva actuació dins un marc democràtic és diferent. L'Estat quan reconeix unes llibertats formals obre unes escletxes que la població organitzada pot aprofitar. Si el moviment empeny en la direcció d'aprofundir la democràcia participativa i comunicativa, la resposta violenta de l'Estat estarà menys justificada que si el que es proposa és la supressió de la propietat privada o del mateix Estat.
- 13 Els conflictes pel repartiment de l'espai i l'ús comunicacional ja no pot ser ubicat únicament en el marc de l'Estat-Nació. Aquest es veu depassat a l'interior per les reivindicacions lingüístiques, culturals i polítiques de les nacions (en els estat plurinacionals) i, a l'exterior, pel la transnacionalització de noves zones d'integració política (CEE) i pels diferents imperialismes dels Estats més forts que actuen amb les seves grans empreses mutisectorials i multimèdies o amb el seus gran aparells militars per estendre la seva influència arreu el planeta.
- 14 L'impacte comunicacional dirigit pressiona arreu per una democratització de les estructures polítiques, per un reconeixement formal de la llibertat d'expressió i de mercat... processos que serveixen sobretot als oligopolis per penetrar sense cap dificultat arreu del planeta. El reconeixement formal del mercat i de la llibertat produeix de fet la impossibilitat material del mercat i de la llibertat d'expressió per a la majoria de les poblacions i dels països.
- 15 Contra aquest Nou Ordre Internacional (una moderna Pax

Romana) la lluita armada ha esdevingut per la mateixa població no sols impossible, sinó il·legítima. Els moviments d'alliberament tradicionals es desmobilitzen. La societat de persuasió de masses, el món feliç, desproblematitzat, distret, ja només es mobilitza per l'espectacle.

- 16 El conjunt de creadors de cultura i de gestors de serveis tradicionalment públics estan essent escanyats entre la mà pública i la privada. Esdevenen funcionaris o mercenaris al servei d'un complot de domini. El conjunt de creadors de cultura però, a diferència del proletariat, són persones molt ben formades, amb alta capacitat organitzativa i amb importants ressorts del poder a les seves mans.
- 17 Els creadors de cultura potser aniran acceptant la submissió a canvi de privilegis individuals o corporatius. Però també poden organitzar-se per fer un complot democratitzador, que els assegurí alts marges de llibertat de recerca, d'expressió i d'informació. Són un poder real, però no estan reconeguts políticament ni sindicalment, no tenen independència ni econòmica ni política per fer de contrapoder: tota deontologia és inútil mentre no puguin defensar jurídicament i institucionalment el poder del saber en contrapés amb el poder del tenir (burgèsia), el poder del fer (estat) i el poder del dirimir (justícia).
- 18 Els "tres poders" nasqueren com a sistema de contrapoder entre els tres estaments. Ara, superats els estaments, en el sistema parlamentari han desaparegut els tres poders: la legitimitat ve pel legislatiu, que coopera amb l'executiu i junts controlen el judicial. La política, així modificada per la partitocràcia, està ben lligada amb l'economia, que s'ha dotat també de sindicats de treballadors i empresaris, que participen en el consens social.
- 19 La comunicació apareix com un sector qualitativament diferent i estratègicament nou. Mor en la seva funció de formació i d'informació si és lligada per la mentalitat funcional i per la mentalitat mercantil. La informació pot continuar essent instrument de domini, de persuasió, d'espectacle, d'afavorir el consum... però l'ensopiment que això genera fa perdre defenses i capacitat d'autoresposta al sistema. La societat de la informació, per ser eficient, no pot funcionar en sistemes de domini social ni amb jerarquies, ni estratificacions. El saber és un bé massa preciós per deixar-lo en mans de buròcrates i marxants.
- 20 La societat de la persuasió de masses capgira i trastoca les claus d'interpretació i d'actuació forjades durant els dos darrers segles: els organismes internacionals, els satèl·lits, la transnacionalització de la informació, dels intercanvis, de les empreses, fa ineficients les institucions polítiques i econòmiques tradicionals, l'organització territorial i de classe, questiona la mateixa essència de la democràcia. Cal replantejar les regles de joc dels professionals i de les institucions "comunicatives" perquè

puguin garantir una efectiva llibertat de comunicació, bé comú bàsic de la societat de la informació que està emergint.

## Alternatives

Presentarem ara diverses respostes a la situació de mediatització dels mèdia descrita. Posarem especial èmfasi en les experiències o teories que intenten construir un nou marc de referència en el qual pugui donar-se la informació amb menys condicionaments.

Un primer intent de defensa del lliure exercici dels professionals i de la llibertat d'expressió ha estat la constitució dels Col·legis Professionals i, especialment, de les Comissions de Defensa. La redacció de Codis deontològics i d'Estatuts de Redacció són processos pels quals els professionals han intentat definir els seus drets i obligacions. L'Estatut Marc de Redacció elaborat pel Col·legi de Periodistes de Catalunya, sindicats, comitès d'empresa i la Facultat de Ciències de la Informació de la UAB recull els principals continguts dels diferents codis deontològics internacionals i és el primer intent al nostre país d'oferir un marc pels periodistes i per les empreses. És massa recent (1991) per avaluar-ne l'eficàcia pràctica. Podrà tenir més força vinculant en la mesura que es constituïx la Comissió Nacional de Comunicació, integrada per aquest mateix col·lectiu i que vetllaria per l'aplicació dels drets i deures contemplats en l'Estatut Marc.

Un segon tipus d'iniciatives són les que han intentat aconseguir la independència a partir dels propis professionals (societats de redactors, com Le Monde) o a partir d'iniciatives conjuntes entre professionals i públic (societats de redactors i de lectors a partir no sols d'un important nombre de subscriptors, sinó de la seva participació en els òrgans directius).

Aturem-nos en l'experiència de le Monde:

La peculiaritat de l'estructura de propietat de le Monde arrenca de març de 1968, quan ja es perfilava l'explosió social de maig que sacsejaria França. El capital de l'empresa, valorat en 200.000 francs es va dividir en 1000 participacions de 200 francs que es van repartir de la següent manera: 400 per als redactors, 50 per als quadres administratius, 40 per als empleats, per una banda, sumant 490 parts. De l'altra banda 400 per a la família del capitalista fundador ( Hubert-Beuve-Méry) i 110 per als gerents, amb la qual cosa, malgrat les aparences, la cúpula seguia mantenent les regnes del diari. D'altra banda, la mateixa assemblea general de l'empresa que acorda aquest repartiment crea un Consell de Vigilància, format per totes les parts i presidit pel President de la Societat de Redactors, que ha de ser consultat abans de qualsevol inversió o cessió d'actius i que ha d'aprovar el pressupost anyal.

Així mateix existeix el comitè de redacció, format pel director i la jerarquia de la redacció, més el consell d'administració, que es reuneix mensualment per fixar les preses de posició

polítiques del diari, així com les prioritats informatives, etc. L'ordre del dia el fixen tant el director del diari com el president de la Societat de Redactors.

La crisi que pateix le Monde entre 1982 i 1985 els fa veure que sense viabilitat econòmica tampoc no hi ha independència. El 1985 la nova direcció decideix fer una ampliació de capital, feta sobretot a partir de la creació de la Societat de Lectors, destinada a "agrupar persones físiques o morals vinculades a l'existència de le Monde, preocupades per assegurar la seva independència i desitjosa de contribuir al seu desenvolupament", matisant que això "intervé en un pla econòmic vis-à-vis amb le Monde, sense pretensió d'interferir en la vida redaccional del diari". Actualment el repartiment del capital (ampliat a 1240 participacions) és el següent, més democratitzat, com es pot observar:

400 parts per als redactors (32,3%), 63 per als quadres administratius (5,1%), 52 per als empleats (4,1%), 140 per a la Societat de Lectors (11,3%), d'una banda, sumant tot plegat un 52,8 % i per tant la majoria. D'altra banda, l'associació Hubert-Beuve-Méry controla 400 parts (32,3 %), la nova societat Le Monde Entreprises 100 (8 %), i el director 86 (6,9 %).

Cal destacar també que són els periodistes qui designen el director del rotatiu i que els ingressos per publicitat no depassen el 50 % del total d'ingressos, en una empresa que des de la seva fundació es va declarar "independent de totes les ideologies, també de la dels diners".

Vázquez Montalbán en els "principis de "Liberation" hi ha una filosofia completa sobre la idea de la comunicació social com a instrument de canvi". "En l'editorial del número 0 (5-2-73) es deia: Tots hem somiat amb un diari lliure, perquè tots sabem que la mobilització de l'opinió pública és una arma essencial en el combat per la democràcia total i la llibertat". "La singladura de "Liberation" ha posat en entredit la viabilitat d'un esforç idealista de purificació comunicacional en solitari. Però amb totes les reserves es pot presentar "Liberation" com l'esforç més seriós fet dins el sistema capitalista per modificar l'estatut comunicacional"<sup>18</sup>.

Donada la importància de l'àudiovisual farem un especial èmfasi en les diverses solucions televisives. Així, els diferents tipus de TV pública han configurat realitats força diferents. La BBC ha estat la senyera d'una radiotelevisió pública poc partidista, per la seva especial composició dels òrgans gestors.

La Public Broadcasting Service (PBS), és la televisió pública nord-americana, si bé cal matisar que als EUA no es dona aquest nom de públic a les estructures supeditades a l'Estat sinó a una forma de finançament que les converteix bàsicament en empreses privades amb fins no lucratius. Allò que garanteix la diferència de la PBS és la diversitat de les seves fonts d'ingressos: 21,5% quotes dels telespectadors, 19% Estat, 16% Estat federal, 16% empreses, i la resta d'aportacions es reparteixen entre universitats, fundacions i col·lectivitats locals, bàsicament. A més a més, existeix una institució que és la Corporation for Public Broadcasting que fa com a pantalla per

desencoratjar tota ingerència directe de l'executiu en els afers de la xarxa pública de TV. Així, la PBS arriba a un total de 5 milions de llars americanes, que paguen una quota, a través de les 342 cadenes afiliades (les petites són subsidiàries dels programes que produeixen les grans, com la de Nova York o Boston, la qual cosa els permet emetre bons programes en entorns on el lliure mercat ho fa molt difícil). Segons escriu Frédéric Filloux a Libération, a la PBS "la publicitat passa desapercebuda, les emissions no són interrompudes, el mateix to és diferent, menys agressiu". Però no tot són flors i violes, i s'ha de censurar el fet que a la PBS una empresa, fins i tot armamentista, pugui finançar els informatius. Així mateix, l'administració republicana ha reduït les despeses en la TV pública fins a situar-la en 6 dòlars per càpita, quan al Regne Unit és de 31, o al Japó de 22.

El Channel 4 britànic, fins no fa gaire, havia aconseguit un gran reconeixement amb una fórmula semblant que el convertia en un canal privat de televisió amb vocació de servei públic, amb bons programes culturals i produccions pròpies.

Així doncs, la PBS americana, si bé ofereix una programació de certa qualitat no té capacitat per assegurar un grau d'independència semblant al de la BBC i a més és per definició minoritària, mentre que la BBC ha estat, gràcies a la seva peculiar gestió i la no subordinació a l'executiu, un servei públic no governamental. "La radiotelevisió pública alemanya ha estat l'única existent en aquest país durant vàries dècades, mentre no hi ha hagut una legislació constitucionalment irreprotxable per organitzar l'exercici del dret subjectiu a emetre per ràdio i televisió. El titular de la radiotelevisió pública alemana és un organisme de dret públic, autònom, controlat democràticament per representants de grups socials, culturals i polítics significatius i finançat predominantment mitjançant taxes pagades pels usuaris. La seva activitat es regeix per principis que consagren l'interès general: objectivitat, equilibri i pluralisme, defensa dels valors democràtics, promoció de la cultura..." A Espanya... és dubtós que l'organització de l'"ente público de rtve" respongui al principi de llibertat, ni que només sigui entès des del punt de vista institucional, ja que és bastant acusada la seva dependència estructural respecte del govern i del partit que recolza el govern".<sup>19</sup>

Per Ignacio Ramonet<sup>20</sup>, director de Le Monde Diplomatique, quan diu que "la competència, la cursa per l'audiència i el benefici, condemnen als mateixos errors i condueixen a l'abisme". Ramonet es queixa a continuació de la banalització introduïda recentment a la TV pels canals privats i per la qual s'han deixat arrossegar els canals públics. Recorda que arran de la guerra del Golf el 48% dels francesos ja no creuen que les coses han passat com les presenta la TV i es queixa del sensacionalisme de la imatge propi de la TV actual: "l'actualitat són els successos que produeixen imatges fortes, com les catàstrofes". Efectivament, la notícia són els successos, com diu Ramonet, i no els processos, per molt que la seva transcendència sigui molt més gran.

Així mateix Ramonet critica la ideologia del directe, del "être sur place", promoguda per la CNN i emulada per cadenes de tot el món, que prioritza que l'espectador assisteixi a un esdeveniment,



com si amb això n'hi hagués prou per comprendre'l, sense dades de context.

En aquest sentit, són interessants les tesis socialdemòcrates sueques sobre el paper que ha de jugar la TV pública (recordem que al final de la dècada dels 80 només la TV sueca i noruega seguien barrant el pas a la publicitat, després que la TV danesa, belga i holandesa cedissin a la pressió publicitària el 1988).

#### LA TELEVISIO COM A SERVEI PUBLIC: EL MODEL SOCIALDEMOCRATA SUEC

En aquest apartat intentarem exposar les raons que, segons el model suec, aconsellen el reforçament d'una TV veritablement pública, malgrat les pressions provinents dels sectors més ortodoxos del liberalisme econòmic que somien amb un sistema televisiu de lliure mercat similar al nord-americà. L'actual panorama televisiu europeu, després d'una dècada de privatitzacions i creació de canals lligats a interessos empresarials, fa evident les disfuncions que provocaria deixar a les forces del mercat, en règim d'exclusivitat, les ones televisives: és a dir, la informació, la formació i la cultura de masses preponderants.

Per què és tan necessària l'existència de canals públics de TV? (que d'altra banda, com explicarem més endavant, haurien de ser substancialment diferent dels actuals).

En primer lloc, segons el ministre suec de Cultura el 1986, Bengt Göransson, "per protegir la llibertat d'expressió i d'opinió", de tota opinió, no deixant aquests béns tan preuats en mans del monopoli dels grans conglomerats mediàtico-empresarials de la plutocràcia.

En segon lloc, "per promoure les cultures nacionals" (que no vol dir estatals) i atendre les comunitats lingüístiques poc nombroses, sense que això vulgui dir incórrer en un proteccionisme aïllacionista. La qüestió és, ¿podrà subsistir en el segle XXI una identitat nacional sense TV autòctona?. No cal dir que la recerca del màxim benefici desencoratja la creació de TV privades per a comunitats lingüístiques que no siguin molt milionàries en parlants (és a dir, en consumidors). En aquest sentit i dins d'un món on les empreses comunicatives tendeixen a la concentració i la transnacionalització, on les TV per satèl·lit només emeten en un grapat de llengües majoritàries, el paper de la TV pública com a cohesionador de la comunitat nacional és encara més indispensable, fonamentalment dins dels països demogràficament febles, com ara Suècia, Flandes, Lituània, Dinamarca o Catalunya. ¿O és que se li escapa a algú el potencial d'aculturació dels grans holdings comunicatius transnacionals?

Segons el mateix Göransson, "la ràdio i la TV públiques seran en el futur el garant de la llibertat d'expressió i de la producció de bons programes nacionals". Així mateix, a la TV pública se li pot exigir que cobreixi els interessos dels diferents grups de població, encara que siguin minoritaris.

En tercer lloc, "és necessària per evitar que el mitjà televisiu es redueixi a ser un pur vehicle de la publicitat, per la qual cosa no ha de fer del benefici el seu principal objectiu". Això li ha de permetre cobrir el dèficit d'informació i cultura que deixen les TV privades, centrades en els programes d'entreteni-

ment. Concretant més, els mitjans de comunicació públics, i en concret la TV "tenen el deure social d'encoratjar l'art, el teatre, la música, el cinema, la literatura i en general les obres de qualitat".

I continua Göransson, "la TV pública, sobretot, ha d'apostar per la innovació, l'experimentació, assumint uns riscos que sovint no entren dins dels plantejaments purament lucratius de la TV privada", que tendeix a ser conservadora i no fer produccions pròpies costoses. A més, ha de fornir elements de debat plurals, informacions contrastades que són imprescindibles perquè el procés democràtic mantingui el to muscular necessari.

Aquestes premisses teòriques tan ambicioses han definit aproximadament l'horitzó del sistema televisiu europeu des del seu inici, amb posterioritat a la Segona Guerra Mundial, i fins fa ben poc, en oposició al sistema nord-americà. Certament, algunes d'aquestes funcions poden ser cobertes per la iniciativa privada, però el fet que una empresa comunicativa depengui del mercat, i que per tant pugui ser venuda i comprada per interessos molt poc desinteressats desaconsella clarament confiar la funció social dels mitjans exclusivament a l'empresa privada. A banda que res no garanteix la continuïtat d'un mitjà privat, com demostra el cas fosc d'"El Independiente", un diari "molest" que va ser clausurat pel grup editor que poc abans s'havia apoderat del 51% de les seves accions.

D'altra banda, els avantatges que postulen els defensors de la TV privada s'han vist molt contestats per la realitat: la posada en marxa de les TV privades a l'Estat Espanyol ha ampliat, certament, els programes a que té accés l'audiència, però en cap manera ha diversificat l'oferta ans en molts casos ha fet que aquesta es reduís. Per què? Doncs a causa que la seva raó de ser és fer de suport publicitari eficaç, el lucre sense embuts, i per això han d'atreure un públic massiu, encara que sigui vehiculant valors superficials, hiper materialistes, violents, bel·licistes, imperialistes o masclistes. A banda d'això, a la TV privada només li interessien les àrees urbanes densament poblades ( i filant més prim, només aquells ciutadans urbans amb un mínim poder adquisitiu) , mentre que la TV pública, per principis, ha d'arribar al 100% dels ciutadans.

#### L'INFORME PEACOCK SOBRE LA TV PRIVADA

L'any 1986 algú tan poc sospitos d'intervencionisme com Margaret Thatcher va encarregar al professor Peacock un informe sobre la possibilitat de privatitzar la BBC i liquidar l'encomiable sistema mixte britànic. Doncs bé, aquest informe va revelar que "deixar les ones exclusivament al mercat redueix la possibilitat d'elecció, sobretot en les franges horàries de màxima audiència", com succeeix als EUA, on estan dedicades a l'entreteniment en més de 3/4 parts. Dins d'aquest sistema, el dèficit de programes dramàtics de qualitat, culturals i documentals és enorme. (Sobre la tendenciositat dels seus informatius en parlarem en un altre apartat). A més a més, l'informe Peacock desmenteix que el sistema televisiu privat constitueixi un autèntic mercat, "ja que no hi ha un pagament directe del consumidor segons els programes que consumeix", i demostra que "una reglamentació ofereix una

millor simulació del mercat, tot reflectint les preferències dels consumidors amb més fidelitat que una política de "laissez-faire".

Així mateix, no cal oblidar que uns dels principals beneficiats (i per això instigadors) de les polítiques de desreglamentació àudio-visual dutes a terme a Europa durant la dècada dels 80 han estat multinacionals amb vocació global, com ara Coca-Cola, que aspiren a poder difondre les seves campanyes comercials simultàniament a tot Europa (segons Armand Mattelart això es deu en part a què els nord-americans són incapaços d'entendre les diferents cultures europees). No oblidem tampoc que entre les 20 empreses de publicitat més grans d'Europa 14 són nord-americanes (encara que les empreses publicitàries europees els estan menjant terreny) i que les TV privades són bàsicament això: un gran pastís publicitari.

A l'Estat espanyol el cas d'Antena 3 és lleugerament diferent pel fet d'haver estat creada per donar veu a l'oposició dretana, després de gairebé set anys de quasi-monopoli de les ones televisives a nivell estatal per part del PSOE. No deixa de ser significatiu que l'oposició d'esquerres més nombrosa, en concret IU-IC, per no tenir no té ni representant en el Consell de RTVE, mentre si que en té un partit amb molts menys vots i escons com el CDS.

D'altra banda, si bé és correcte considerar les freqüències com un bé nacional, i que cal vetllar per tal que siguin utilitzades en bé de tots i mirant que hi tinguin cabuda totes les opinions, el monopoli estatal i fins i tot la gasiveria a l'hora de concedir llicències deixen també d'estar justificats pel fet que la tecnologia actual permet moltes més freqüències útils.

L'Estat hauria de jugar un paper harmonitzador dels mitjans públics i privats, tot garantint-ne la independència, tant d'interessos econòmics i polítics solapats, com del propi Estat.

Un perill addicional que pot representar la TV privada de cara a la pluralitat informativa és el fet que molts d'aquests nous canals de TV cauen en mans de holdings informatius que ja construeixen opinió a través dels seus diaris, revistes, canals de ràdio (cas d'Antena 3), i fins i tot de les seves editorials, discogràfiques i productores cinematogràfiques. Alguns d'aquests semi-monopolis a Europa són els següents: British Mirror Group (Regne Unit), Leo Kirch (Alemanya), Hachette (França) i Fininvest, de Silvio Berlusconi (Itàlia). Tot plegat constitueix un dilema per als grups de premsa, ja que si no participen amb capital dins dels nous mitjans perden publicitat, i si ho fan la societat corre el risc de caure en el monopoli d'uns pocs constructors d'opinió, que normalment tampoc no presenten gaires diferències entre ells.

Així, doncs, l'existència de diferents mitjans, gestionats per tendències diferents, amb ampli accés i amb professionals independents i responsables, contribuiria a elevar la fonamentació i la capacitat legitimadora de l'opinió pública. Aquesta seria la millor forma de concretar en la realitat les pretensions normatives utòpiques del dret a la llibertat d'expressió i d'informació<sup>21</sup>.

DIFERENTS MODALITATS DE TV PUBLICA, SEGONS EL SEU FINANÇAMENT

1. Pels impostos: perd independència respecte a l'Estat i el vincle directe amb els espectadors. Per tant, això dóna una TV massa lligada a l'Estat i massa poc lligada a l'audiència.

2. Pel pagament d'un cànon: Els espectadors paguen un cànon, normalment en comprar el televisor, equiparable en terme mitjà a unes 15000 pts. Aquest sistema, el més comú a Europa, fa més responsable la TV davant l'espectador.

3. Per publicitat: fa que la TV depengui de la pressió de les agències publicitàries i, subsidiàriament, de les empreses anunciants.

Es dóna el fet que com més canals hi ha més poder tenen les agències, ja que mentre hi havia més anunciants que temps disponible aquests havien de respectar les regles de les TV, mentre que actualment, en haver-hi un suport molt més dilatat per a la publicitat que a més està dividit entre diverses TV en oberta competència, els anunciants poden triar, la qual cosa vol dir que poden imposar la seva llei.

Amb les dades exposades fins ara ja es palesa un fet que ningú hauria d'ignorar: la font de finançament d'un mitjà és un condicionament extraordinari per a la seva sobirania informativa i de tot ordre. Tota font de finançament. Hem vist com amb l'actual sistema els mitjans dependents de fons públics tendien a convertir-se en artefactes a la recerca de la rendibilitat política i els privats en "pantalles amigues" en busca de rendibilitat econòmica. No obstant, els models són cada cop menys purs, les diferències es dilueixen a mesura que les TV públiques cerquen més el suport publicitari (des de dalt no volen cobrir dèficits en època de pressupostos restrictius), sense oblidar els interessos polítics que sempre hi ha rere les TV privades (generalment conservadors des del moment que engegar una TV és una empresa multimilionària en costos). A més a més, ¿no és fortament ideològic emetre concursos milionaris en premis i cotxes la major part del dia?

Un dels fenòmens més devastadors per a la independència i credibilitat dels mitjans ha estat la infiltració dins el seu accionariat i òrgans decisoris per part de la indústria armamentista. Aquest fenomen, que no és nou, s'ha accentuat des del moment que la tecnologia punta de telecomunicacions s'ha desenvolupat d'acord amb les necessitats militars. D'aquesta manera, la nord-americana General Electric, que és un dels principals proveïdors de components electrònics de l'exèrcit dels EUA, és alhora el primer propietari de la NBC. ¿Quina credibilitat podia tenir aquesta cadena en parlar de la guerra del Golf quan s'enriquia cada cop que es llançava un míssil Patriot o un Tomahawk? Així mateix, altres informatius de la CBS, l'ABC i fins i tot la PBS, són finançats per empreses vinculades al negoci armamentista. També a França un dels principals fabricants d'armes, Matra, està vinculat al grup multimèdia Hachette, que controla els canals de TV Europe 1 i la moribunda La Cinq.

En un article sobre el complex militar-mediàtic, Martin A. Lee denuncia que "cada vegada més, els consells d'administració de gairebé tots els grans grups mediàtics compten amb representants de les indústries "de la defensa" que formen així un puixant

complex militar-industrial-mediàtic i comprometen la integritat del periodisme americà. Per exemple, la direcció del New York Times es vanagloria de comptar entre els seus membres amb l'antic secretari d'Estat (ministre) Cyrus Vance, que s'asseu també al consell de la General Dynamics, una de les principals firmes militars i un dels anunciants més importants en diversos mitjans." (Fa esgarrifar que l'ONU enviés a aquest tipus, amb aquest perfil i aquests interessos, com a observador de l'ONU a la guerra serbo-croata). Així mateix, continua Lee, "al consell d'administració de la CBS es troba Harold Brown, antic secretari de Defensa, mentre que un dels seus predecessors, Robert Mc Namara, exerceix la seva influència a la direcció del Washington Post".

El monopoli de les ones radioelèctriques també ha funcionat de diverses maneres segons els països. El moviment de les ràdios lliures i comunitàries s'oposa tant al monopoli estricte com a la comercialització. Reprèn el tema de la necessitat d'independència del poder i del diner. Però s'enfronta a dos perills: el de la marginalització testimonial o el d'encobrir un nou tipus de ràdio comercial. També té dos enfocaments d'independència, l'un és el que dóna la primacia al grup que la condueix, l'altra el de la volguda dependència al moviment veïnal, rural o popular de qui es posa al servei.

Per la Federació Europea de Ràdios Lliures (FERL) "una ràdio lliure és una ràdio sense objectiu comercial, sense remuneració publicitària i independent tant dels poders públics com dels grups comercials" que vol "preservar zones en les que es practiqui una veritable comunicació lliure fora de la influència directa o indirecta dels poders polítics o econòmics"<sup>22</sup>

En canvi per la Federación Argentina de Radio Comunitaria (FARCO) "la ràdio és comunitària si està al servei del poble, si no té una finalitat lucrativa sinó participativa". "La ràdio comunitària no ha de ser independent. Ha de ser dependent de les 30000 o 50000 persones de la localitat. Perquè ser independents en realitat és un parany, ja que aquestes ràdios són dependents de les cinc o deu persones que les fan".<sup>23</sup>

Dóna la sensació que la resposta legislativa sempre va amb retard respecte a la dinàmica del mercat. "El Parlament Europeu ha votat una resolució sobre la concentració dels mitjans que afirma que el procés de concentració d'empreses constitueix un perill pel dret a la informació, per l'autonomia de les redaccions. Per garantir el pluralisme i la llibertat de premsa és indispensable la limitació de les concentracions, moneda corrent a Europa. Un fenomen inquietant perquè no hi ha reglamentació a nivell comunitari en el quadre del mercat únic"<sup>24</sup>. Resolució d'un Parlament, sense cap força operativa. Quan es legisli, serà per legitimar la concentració generalitzada ja realitzada.

Tots aquest intents fins aquí breument exposats són respostes més o menys integrades o alternatives al sistema que si bé reconeixen el problema de la mediatització no responen amb una proposta de canvi de regles de joc.

En el nivell teòric hi ha diverses aportacions interessants.

Chomsky considera que a EUA el "sorgiment de comunicacions per cable i per satèl·lit , que inicialment han estat captades i dominades per interessos comercials, ha debilitat el poder de l'oligopoli de la xarxa de comunicacions i conserva potencial per reforçar l'accés a grups locals". "Estan funcionant tres mil canals d'accés públic, que ofereixen unes 20.000 hores setmanals de programes produïts localment. Les emissores de ràdio i de TV locals sense afany de lucre ofereixen també una oportunitat d'accés directe als mitjans de comunicació que ha estat infrautilitzada. A França, un cas a destacar és el de la cooperativa progressista Longo Mai que té una programació de 24 hores al dia en la seva Ràdio Zinzine que s'ha convertit en una important institució comunitària, que ha contribuït a informar i mobilitzar molts pagesos que abans es trobaven aïllats. La ràdio i la TV públiques, malgrat el perjudicis dels anys Reagan, representen també un canal de comunicació alternatiu, i la seva ressurrecció hauria de preocupar sèriament aquells que estiguin interessats en contestar el sistema de propaganda. Ens hem d'oposar enèrgicament a la contínua comercialització de les ones de propietat pública. A la llarga un ordre polític democràtic precisa un major control i accés als mitjans de comunicació. En les agendes progressistes s'ha de contemplar una sèria discussió de com fer-ho, així com la incorporació de reformes fonamentals dels mitjans de comunicació ha de figurar en els programes polítics."<sup>25</sup>

Cees Hamelink, president de l'Associació Internacional per a l'Estudi de la Comunicació Social (AIERI) considera que cal emprendre un camí urgent cap a la democratització de les comunicacions que "comprendria que els clients de les institucions fossin respectats com entitats sobiranes, amb drets de representació, accés, transparència, diversitat i rectificació. El respecte de l'autonomia dels clients hauria d'implacar que se'ls donés veu, que poguessin ser escoltats i no que se'ls parli constantment. Des de la perspectiva dels drets humans l'accés als mitjans de comunicació no hauria d'estar vinculat al poder econòmic, sinó a la necessitat de conèixer i al dret de ser informats.

Tots els esforços que intenten oferir un poder capaç de contrarestar les estructures verticals de la informació (emissores de ràdio i tv locals, lliures i comunitàries; premsa alternativa ...) mitjançant fluxes interactius, formats no d'entreteniment i continguts contestaris són molt importants i no han de ser desanimats ni desestimats. Però existeixen greus problemes que fan insuficients aquest esforços.

1. En molts casos les estructures alternatives acaben emulant el model dominant.
2. La seva escala d'operació és molt limitada comparada amb la de les estructures dominants i no poden canviar el funcionament i contingut de les estructures dominants.
3. generalment no aconsegueixen arribar al públic captiu de les estructures dominants.

La fonamental democratització dels mitjans de comunicació

exigeix un canvi bàsic. Requereix un modus de comunicació pública que contribueixi al procés d'autogovern civil, que reconegui la seva responsabilitat i que operi sobre les bases d'un repartiment equitatiu dels recursos comunicacionals. Aquesta modalitat de comunicació només es pot aconseguir amb la rebel·lió de l'audiència captiva. Només el refús massiu a continuar acceptant les mentides i les distraccions dels mitjans dominants pot pertorbar el regne de la complacència.

L'escenari de la política global de comunicacions es troba bàsicament en mans d'un grup d'organitzacions públiques multilaterals. Però els (milions) de petits usuaris no prenen part en les negociacions multilaterals i els seus interessos no estan representats de manera adequada. Els governs no sempre són elegits democràticament i quan ho són tendeixen a representar sobretot les prioritats político-econòmiques de les èlites nacionals. No és fàcil dissenyar mecanismes efectius per articular els interessos d'una comunitat de petits usuaris tan heterogènia. Malgrat això, si no volem delegar decisions crucials sobre el futur de les comunicacions globals en els estats i en les companyies transnacionals, no queda altre opció que fer participar a la societat civil en aquests processos de negociacions multilaterals.

Proposo establir una coalició internacional d'organitzacions no governamentals actives en drets humans, consumidors, pacifisme, antisexisme, antiracisme i comunicació, investigació i medi ambient. L'objectiu seria definir i articular els interessos civils en el camp de les comunicacions globals i representar aquests interessos en els fòrums multilaterals. caldria formular una Carta per a la Protecció dels Interessos dels Ciutadans en les Comunicacions Mundials."<sup>26</sup>

Modesto Saavedra es pregunta si "en les condicions històriques actuals existeix alguna manera per acostar més el mitjans de comunicació de masses a la teoria normativa de la comunicació intersubjectiva democràtica. Potser una comunicació atomitzada, desenvolupada mitjançant canals multiplicats fins al límit, en la qual cap grup ostenti una posició monopolística o dominant, i en què tothom tingui la possibilitat de dirigir-se a tothom? Reduir els mitjans de comunicació de masses a aquest model és impensable en les societats actuals, degut al seu nivell de complexitat i desenvolupament, a les seves dimensions i al seu grau d'integració. Una informació eficient necessita una organització potent i no pot prescindir de la centralització. Només per això són criticables com ahistòriques i idealistes les propostes d'una política comunicacional basada en una comunicació alternativa, marginal i atomitzada. Exagerant la paradoxa podriem dir que la democràcia és impossible sense els MCM, però també és impossible amb ells. És impossible sense ells perquè una societat de grans proporcions, urbanitzada i complexa, necessita canals de comunicació per fer arribar als seus membres la informació indispensable per a una participació responsable en la presa col·lectiva de decisions. Però també és impossible amb ells perquè la informació que subministren, si bé és aclaparadora en el nivell quantitatiu, no respon a les exigències d'una presa de consciència de la complexitat de la realitat i d'autèntic

respecte al pluralisme social. No sols no respon d'ells, sinó que se'ls hi oposa amb la seva simplificació i unilateralitat sistemàtiques.

Si bé tota comunicació de masses és antidemocràtica per naturalesa, hi ha sistemes que tendeixen a acusar els seus defectes intrínsecs i d'altres que tendeixen a amortir-los. El sistema comercial tendeix a aguditzar-los. La consideració de la informació com a mercaderia i la lògica de la concentració estan en contradicció amb el que ha de ser una informació suficient i plural. L'afany de lucre condueix a una oferta informativa principalment atractiva pel públic i rendible. La demanda és induïda pels ofertants i no necessàriament per les qualitats intrínseques de l'oferta. Els mitjans són més "divertits" que informatius i més divertits que formatius. El pluralisme comercial és més aparent que real, quan existeix. El pluralisme és més quantitatiu que qualitatiu.

El sistema públic democratitzat, en canvi, és un model d'organització que, si no fa desaparèixer els defectes de la comunicació de masses, al menys no els aguditza. Entre els seus requisits s'ha de comptar, fonamentalment, que el control editorial i de l'accés sigui democràtic i no unilateral i que el finançament no imposi condicions al contingut, orientació o qualitat dels missatges.

El defecte d'aquest sistema -una certa burocratització, acomodació i manca d'espontaneïtat- potser compensat per la coexistència de mitjans privats, més independents, menys institucionalitzats i més flexibles, sempre que no estiguin excessivament sotmesos a les exigències comercials. La coexistència de mitjans públics i privats purament comercials contribueix a la perversió dels primers, obligats a competir per quotes de mercat.

1 Tant "l'àgora informacional" de l'informe Nora/Minc, com la "la paraula lliure en la ciutat lliure" de Vázquez Montalbán plantegen uns models tant descentralitzats i desprofessionalitzats que difícilment són creïbles en la complexa societat actual. Els suggeriments de Saavedra són però encara massa genèrics. Les anàlisis i les propostes operatives de Raymond Williams semblen bastant més concretes.

Per acabar, resumim les conviccions que sostenen tot l'aparell teòric de Williams:

- L'accentuació de la funció social dels mitjans, tot remarcant que un servei públic no equival a un monopoli públic.
- No hi ha democràcia sense uns mcm lliures.
- El sistema comunicatiu pertany a la societat.
- Autogestió dels professionals amb suport de fons públics que en garanteixin la independència.

Precisament sobre aquest darrer punt Raymond Williams fa les propostes de canvi més concretes i suggerents, que parteixen d'un precedent descrit per Eric Ashby: "Un invent britànic molt enginyós per supervisar la despesa pública en recerca científica i treball d'erudició és el nomenament de controladors entre les files dels controladors: científics per administrar els fons



destinats a la recerca científica, metges per administrar donatius per a la investigació mèdica i personal acadèmic per gestionar fons amb destinació a les universitats. Se suposa, i aquesta suposició ha estat abundantment justificada, que controladors d'aquesta categoria poden determinar, millor que els polítics i els buròcrates, els criteris per exercir aquest control. L'experiència en altres camps demostra que els criteris de valor dins una professió s'elevan quan estan sota control dels propis membres d'aquesta professió. Aquesta responsabilitat professional és avui virtualment impossible ja que tota l'organització de la premsa crea una atmosfera en la qual els criteris són fixats pels qui tenen el control a partir d'un càlcul dels probable beneficis." 25

La fórmula organitzativa propugnada per Williams aplicada al periodisme suposa la creació d'empreses comunicatives amb fons públics i gestió col·legiada, amb participació de representants del Govern (no majoritària), però sobretot dels mateixos periodistes, dels directors, de gent de les productores i fins i tot del públic. Com diu ell mateix: "crec que ha arribat el moment que necessitem un nou Consell de Premsa que inclogui representants dels periodistes i funcionaris públics encarregats del manteniment i desenvolupament dels diaris i revistes genuïnament independents. La garantia de la independència i de qualsevol finançament necessari hauria d'acceptar-se com un servei públic mitjançant un Consell de Premsa. L'equip editorial de qualsevol diari o revista ha de tenir la llibertat, per pròpia decisió democràtica, de sol·licitar a aquest Consell de Premsa que se'l reconegui com a empresa independent, a la qual aleshores se li podria garantir llibertat davant de qualsevol control financer privat i extern. Les condicions en què s'atorgaria aquest reconeixement i suport serien definits com a política comuna pels propis productors. Hi hauria casos en què el Consell de Premsa no estaria disposat a subscriure una proposta particular, però en aquest casos no sortirem pitjor parats que ara. Aquesta proposta es podria posar a prova en el mercat o aconseguir finançament com fins ara, ja que no hauria d'existir la possibilitat de prohibir la publicació de cap periòdic ni revista."

Una de les premisses de Raymond Williams és que "els creadors de béns culturals han de poder controlar els mitjans que vehiculen el seu treball", i aposta tot seguit per que l'Estat aportí el hardware, el suport físic i material, i que la creativitat, el software, sigui fornida pels propis professionals: "en la radiodifusió i televisió tenim una autoritat pública imperfecta però encara generalment responsable, la BBC. Els mitjans tècnics de distribució poden ser de dos o més autoritats estatals. Les autoritats públiques poden definir les línies generals, però l'abastiment del treball real ha d'estar en mans dels veritables productors. Hauria d'existir una política estatal encaminada a estimular la formació de companyies professionals (productores), a disposició de les quals les autoritats posarien els mitjans tècnics de distribució. El nucli d'aquests grups hauria d'estar format pels productors professionals de ràdio i televisió, que crearien formes d'associació amb altres companyies professionals

de teatre, cinema i premsa, associacions culturals i de voluntaris. D'aquesta manera quedarien eliminats els riscos tant d'un monopoli central com d'un simple sotmetiment als especuladors. Aquests camins són una base per salvar la llibertat i la independència, amb garantia i suport de l'Estat, però amb mecanismes que eliminin o minimitzin els riscos reals de burocratització i control estatal."<sup>27</sup>

I continua: "Hem trencat, al menys a nivell teòric, el punt mort que tan clarament perjudica la nostra societat. Podem imaginar una organització cultural en què existeixi una autèntica llibertat i varietat, protegides igualment del buròcrata i de l'especulador. Tots els sistemes s'han aprofitat de la inexistència d'una alternativa autèntica i atractiva. Crec que hi ha moltes possibilitats, però cal el nostre esforç. Al menys, ara el repte està clar".<sup>28</sup>

Marià Corbí indagant sobre les característiques de la societat del futur considera, com altres ja han anat anunciant, que "s'està passant de produir béns de consum a produir coneixements. S'està comprenent que el que realment resulta econòmicament avantatjós i rendible és produir coneixements en ciències i en tecnologies". I per dur a terme aquesta producció cal interdependència i cooperació. "La interdependència en la cooperació es basa en la comunicació. Només la comunicació és capaç de promoure l'intercanvi eficaç d'informació. Els individus i els grups imparteixen i reben informació, creen i utilitzen informació i ho fan com si utilitzessin un bé col·lectiu que ningú no es fa seu, que tothom utilitza. La informació és un bé que no disminueix amb l'ús, sinó que creix. La informació, com a bé basic per a la creció de coneixements, no dóna peu a l'apropiació privada; al contrari, l'acaparament de la informació per part d'uns perjudica la mateixa informació i pot originar pitjors conseqüències. No es pot pensar en una autèntica lliure-creació de coneixements sense llibertat per investigar. La lliureinvestigació en equip suposa la llibertat per organitzar-se com convingui; per tant, la llibertat per determinar les estructures de decisió, de poder, de comunicació i informació necessàries i, per tant, les finalitats i valors adequats"<sup>29</sup>

Les situacions semblen incanviabls. Però quan hi ha buits de poder, crisi, és el moment en què cal tenir a punt noves propostes. Gerd Kurze expressa molt bé el que acostuma a passar en les transicions: "Fou un període de llibertat. Els filòsofs diuen que la llibertat no existeix més que en els períodes de transició entre la caiguda d'un règim i l'establiment del següent. Al llarg dels famosos mesos que anaren del novembre del 89 al març del 90 a l'ex-RDA, la nostra llibertat de premsa, de dir i d'escriure el que volíem, només ha conegut els límits de les nostres capacitats personals. El sistema de submissió exterior i interior fou trencat... el periodisme d'investigació era particularment apreciat pel públic. M'he demanat sovint quina imatge hauria presentat un periodisme democràtic i liberal, si aquell estat de fet s'hagués perllongat"<sup>30</sup>

Hem seguit un llarg trajecte de denúncia de la mediatització i de precisió de camins, teòrics, normatius i operatius. Per

concloure volem incorporar en aquesta recerca d'un marc diferent dels mèdia, una doble problemàtica més general. La primera, apuntada ja per Williams, sobre un estatut d'autogestió professional de fons públics pel conjunt d'activitats "liberals, comunitàries o no lucratives". La segona sobre la importància de desmercantilitzar no sols aquest sector estratègic del saber, sinó el mateix instrument que possibilita la impunitat de la infracció de les lleis, per més bones que siguin: l'instrument monetari. Aquest marc més general i les línies d'una proposta operativa són d'Agustí Chalaux<sup>31</sup>.

"El sector "econòmic" que més importància està prenent en els països "desenvolupats" per sobre del sector secundari (indústria) i del sector primari (matèries primeres) és l'anomenat sector terciari (serveis). Aquest és un conglomerat d'activitats molt heterogènies que van des de la burocràcia, a les professions liberals; des del transport i comunicacions a la política; dels serveis de neteja als informàtics...

Una altra gran classificació de l'economia és la que separa les activitats "públiques" de les "privades". Així, en referència al sector terciari, tindrem "serveis públics" i "serveis privats".

Una darrera distinció, no tan habitual, però no menys important per intentar posar en clar aquest complex sector, és la que separa les activitats lucratives de les activitat sense afany de lucre.

La manca de claredat teòrica i pràctica d'aquests diferents "estatuts" té, com tothom sap i pateix, grans repercussions socials, polítiques i econòmiques.

El debat sobre serveis públics i serveis privats necessita que es discerneixi si es poden considerar actes semblants - regits per la mateixa dinàmica del mercat- el produir patates que atendre un malalt, construir cases que fer d'alcalde, fabricar cotxes que fer de jutge, imprimir llibres que fer de mestre...

Normalment es considera que els serveis públics són aquells que depenen d'alguna institució de l'Estat, que, com a teòric representant del bé comú, assumeix aquell servei perquè és d'utilitat pública fora de les lleis del mercat (gratuït o amb preus polítics) i que és gestionat per funcionaris.

Els serveis privats són aquells que, en canvi, estan mercantilitzats, és a dir, que l'usuari paga allò que li demana el mercat, format pels professionals o propietaris dels serveis.

El resultat és que l'usuari, en alguns casos, per exemple en el de la sanitat, ha de pagar una important suma mensual per a la Seguretat Social -i en rep un deficient servei, per la seva burocratització i massificació- i a més a més, ha de pagar la medicina privada -a vegades el mateix metge que el rep en 3 minuts a la consulta de la SS. I això es repeteix, amb formes peculiars, entre ensenyament públic i ensenyament privat, entre mitjans de comunicació públics i privats, entre policia pública i privada (serveis de seguretat); entre assegurances i pensions privades i públiques, entre transports privats i públics, entre "recerca" pública i privada...

Sembla que aquests són un tipus de serveis que per al seu bon funcionament necessiten llibertat, tant per qui els exerceix com per qui, segons els casos, els usa. Són uns serveis que fàcilment poden degenerar, per motius diferents, quan s'estata-

litzen i es burocratitzen com quan es mercantilitzen i esdevenen elitistes.

¿Podem cercar un estatut diferent als actuals que faciliti la gratuïtat -l'accés a tothom sense discriminació- i alhora la qualitat i la llibertat, tant pel professional com per l'usuari? ¿Com aplicar un model d'aquestes característiques en la pràctica per no caure en abusos ni en privilegis, ni en noves burocràcies ineficients?

Aquest conjunt d'activitats tenen un altre problema molt important: qui paga mana. I qui mana en el món del "saber" mana, d'una o altra manera en les consciències de les persones. La polèmica entre públic (bé comú) i privat (lucre privat) és falsa. L'Estat ha esdevingut un bé privat, una corporació que defensa els seus privilegis (i el dels grans privats que la dominen) i que té tots els mitjans coercitius (lleis, policies, exèrcits, jutges..) que els petits privats no tenen. S'ha establert una lluita, o baralla de fira, entre dos "privats", a vegades amb interessos comuns, a vegades contraposats, que exerceixen el poder del "saber" sobre la població. La llibertat real que té l'usuari només rau en triar entre la medicina privada i la pública, entre l'escola privada i la pública, entre la informació privada i la pública... Cada una té avantatges i inconvenients, però totes dues són terriblement geloses de les medicines lliures, de les escoles lliures, de les ràdios lliures...que no tenen enfocs de dominació i d'asserviment. L'usuari no té llibertat per triar un altre tipus de servei i fins, en alguns casos, pot ser sancionat o anar a la presó per intentar-ho. ¿Per què es mantenen aquestes estructures tan irracionals presentades sota el nom de "l'Estat del Benestar"?

I, heus aquí, el darrer mecanisme: els interessos creats. Allò que és "públic" és pagat per tots els qui estan forçats a tributar impostos, però els mecanismes principals de presa de decisió de com es "gasten els diners públics", de com s'organitzen el serveis públics acostumen a estar substituïts per situacions legals i il·legals, però reals. I tota prostitució significa pagar un preu, un preu que és més alt com més transcendent és el poder del prostitut. Per la via legal, la prostitució de la democràcia comença amb el sistema electoral i amb l'increïble sistema de finançament que obliga a tots els partits a vendre's a qui té prou diner per pagar les immenses sumes de les campanyes electorals. Industrials i banquers són els qui financen, legalment, els partits! Si guanyen, l'agraïment generós. Si perden, l'esclavatge del deutor. Legalment no es pot provar quasi res, però tothom ho pensa i ho "sap". El suborn i la corrupció són la més patètica realitat del poder. Només salten al carrer quan interessa enfonsar a un o altre competidor creant un escàndol.

La Justícia, tercer braç independent dissenyada per protegir el dret i defensar els ciutadans dels abusos i del poder, resta lligada per paranys semblants, subjectada al "públic" (per l'executiu) i al "privat" (pel suborn i per les castes socials a les que pertanyen molts dels seus funcionaris).

Els numerus clausus, exclouen milers de professionals preparats per millorar quantitativament i qualitativament aquests serveis, i les oposicions a places de funcionaris no sempre permeten l'accés als millor preparats per a les seves relacions

humanes específiques, sinó als capaços de passar unes proves memorístiques que res demostren de l'art en l'exercici d'una professió.

A més dels serveis públics i privats, el sector terciari aplega un conjunt d'activitats culturals aparentment les més lliures: les dels artistes (escriptors, poetes, pintors, escultors, arquitectes, grafistes, publicistes, actors, directors audiovisuals...). Tots aquests creadors culturals són de molt difícil avaluació en funció de la seva productivitat i normalment depenen de l'atzarós món dels "editors" i "productors", de les promocions i de l'especulació. Tenen una gran influència social, tant per justificar i mantenir la societat, com per a subvertir-la. Tant la seva burocratització com la seva mercantilització asseguren la mort de la cultura transformadora.

Per acabar aquest repàs, cal ubicar, també, allò que en diem entitats i activitats no lucratives. L'objectiu d'aquestes entitats és beneficiar el soci o a un determinat sector social, sense que en l'activitat que es realitza es reparteixin "beneficis" dineraris. Les entitats no lucratives, sense afany de lucre, mouen diners, i algunes -com les esportives o les caixes d'estalvis- molts, però els beneficis s'han de reinvertir. No hi ha accionistes, sinó socis. Aquestes entitats no poden ser catalogades com a públiques (per més que fan una funció pública, però no són estatistes) ni com a privades (per més que són portades per privats, però no tenen afany de lucre). Algunes són, fins i tot, considerades "Corporacions (privades) de dret públic". Moltes d'aquestes entitats viuen en part de quotes de socis, en part de subvencions públiques i, en part, d'sponsors privats. I no sempre, doncs, poden mantenir la seva pretesa independència.

Després d'aquests anys d'experiments amb la planificació estatista no ens queda més remei d'acceptar que, el mercat, en determinades condicions i llocs, pot ser un bon mecanisme de producció i distribució de la riquesa. Però, ens cal precisar molt bé quines són aquestes condicions. I encara més, ens cal precisar allò que és mercantilitzable i allò que no pot ser-ho perquè genera efectes secundaris contraris als perseguits.

La competitivitat, si no és deslleial, sembla un bon sistema per desenvolupar la "competència", la capacitat d'eficiència responsable en qualsevol àmbit "econòmic". Però hem de reconèixer que, la condició fonamental de la seva lleialtat no acostuma a complir-se. I a més, competitivitat no vol dir sempre afany de lucre, ni marginació dels perdedors, ni mercantilització de totes les realitats naturals i de totes les activitats humanes. Hi pot haver "competència professional" sense "competitivitat mercantil" quan hi ha altres motivacions que les lucratives. Per tant, ens cal posar límits al mercat, fora dels quals la seva funció d'eficiència esdevé pertorbadora i contraproduent.

De semblant manera, la comunitarització pot ser molt adient per a preservar i potenciar espais naturals i humans on la cara no productivista de la vida pugui desenvolupar-se. Però la comunitarització no és sinònim d'estatització i quan aquesta s'accentua i surt dels seus àmbits propis també crea disfuncions gravíssimes.

Quins són doncs els àmbits propis i complementaris del mercat i de la "comunitat"? de la llibertat i de la solidaritat?

del privat i del comú? del lucratiu i del no lucratiu? I un cop definits, com facilitar la dinàmica pròpia de cada àmbit sense interferències ni dependències fàctiques d'uns sobre els altres?

El mercat regeix bé allò que necessita l'intercanvi quantificat dins d'un marc d'abundància, de creixement, d'il·limitació. Però, resulta, que la realitat té límits, més o menys evidents, més o menys immediats, però en té. Sense voler ser exhaustius, i tenint en compte la problemàtica plantejada i les possibilitats de solució pràctica, hi poden haver tres grans àmbits que, en l'actualitat, percebem com a espais que o bé s'han de desmercantilitzar o bé s'han de protegir d'una possible mercantilització:

La natura, els recursos naturals, especialment els fixes (com la terra), els exhauribles no renovables (com els minerals fòssils) i els no reciclables, són de mal mercantilitzar sense posar en perill la supervivència de la vida en el planeta.

La persona humana, les seves relacions interpersonals, les seves institucions culturals i comunitàries són també difícils de mercantilitzar perquè són de difícil mesura (molt més qualitatives que quantitatives) i perquè el poder del diner les pot convertir en perillosíssimes armes de poder contra les persones a través de la manipulació i l'alienació de la seva intimitat.

El diner, en ell mateix, instrument principal de la mercantilització de la realitat, esdevé una arma mortal quan s'el mercantilitza, quan s'el fa prendre autonomia sobre la realitat del mercat -i, en alguns aspectes, de la comunitat- perquè trastoca i desequilibra el mercat i la societat reals (inflació i deflació monetàries; especulació de títols i de divises).

Però qui, i com, ha de vetllar per aquesta desmercantilització de la natura, de les persones i de la moneda? Quins són els límits de "la comunitat" i, sobretot, d'aquell que històricament en pretén ésser-ne el seu representant?

Si el mercat ha de tenir uns límits, l'Estat també. Aquest -amb totes les seves institucions de govern, a tots els nivells i àmbits-, no hauria d'interferir en la dinàmica del mercat fent-li competència deslleial: els serveis que oferís haurien de ser gratuïts i de lliure exercici, no hauria de tenir empreses productives ni de serveis.

Per la gestió dels recursos naturals s'hauria de trobar la manera d'incorporar al cost de les primeres matèries comunitàries unes "taxes verdes" per protegir recursos, per investigar sucedanis, per afavorir el reciclatge de les deixalles i per impedir la contaminació. El sòl hauria de passar a propietat comunitària -no estatista- i hauria d'oferir-se en lloguer a llarg termini per a funcions ben determinades. Això facilitaria la protecció dels recursos així com l'ordenació racional i ecològica del territori.

Una moneda adequada podria jugar un paper importantíssim per evitar les seves pròpies disfuncions i per fer viable aquest pla de desmercantilització d'alguns àmbits. És molt possible que sense un instrument monetari diferent a l'actual qualsevol intent de canvi en tots aquest àmbits estarà condemnat al fracàs. El diner continuarà fluïnt impunement i obscurament d'un sector a

l'altre, per corrompre funcionaris, per fer guanyar opcions polítiques, per manipular notícies, per aturar invents i investigacions, per endormiscar consciències, per prostituir la cultura, per especular sobre el sòl i sobre el mateix diner.

Si es volen distingir àmbits mercantils i no mercantils calen instruments que facilitin la distinció. En aquest sentit és tracta de veure si és possible un sistema monetari que a més de personalitzat -deixi rastre i responsabilitzi- sigui adaptable a cada sector, àmbit i activitat, i que no permeti trencar impunement els límits de cadascun. Com veurem en propers capítols, es pot imaginar un sistema en el qual hi hagi una espècie de "monedes" especialitzades: una "moneda" que només pugui ésser usada per finançar allò que no és mercantilitzable i una altra per allò que és propi del mercat; una "moneda" que deixi constància de la legalitat de l'intercanvi; una altra que faciliti, sense burocràcies, la comunitarització del sòl i l'aplicació de taxes verdes sobre l'extracció de matèries primeres i sobre la contaminació..."

"Si la funció del mercat és produir i consumir béns útils per a la vida, la funció del sector comunitari és la d'oferir serveis "culturals" en el sentit ampli de la paraula. La característica de les professions i institucions comunitàries-liberals és que s'autoproclamen, des de sempre, altruistes i desinteressades. La confusió entre mercat i sector comunitari ha inclòs aquest, normalment, dins el sector mercantil terciari dels "serveis". Se li ha permès de convertir-se en un dels poders fàctics més influents, el del "saber", que va lligat i està al servei del "tenir diner".

Caldria la desmercantilització i desestatització de les professions i institucions comunitàries per posar-les al servei gratuït i desinteressat de totes les persones individuals, nacionals i col·lectives.

Per aconseguir aquesta gratuïtat dels serveis, tot afavorint el lliure exercici dels professionals i la llibertat de tria del "client" o de l'"usuari", caldria dotar l'estatut comunitari d'un finançament comunitari que permetés el lliure exercici amb els equipaments necessaris. La lluita entre públic i privat -medicina, ensenyament, Justícia, mitjans de comunicació, investigació... és una enganyifa que atempta contra la llibertat de càtedra (ensenyants), d'expressió (informadors) i de creació (artistes) i contra la lliure tria per part dels "clients" o usuaris dels serveis. En definitiva, és una lluita entre dos interessos privats: els poders privats oficials i els poders privats fàctics.

El sistema d'accés a qualsevol professió comunitària i el sistema de funcionament de qualsevol institució comunitària podrien ser semblants als que s'han plantejat sobre la Justícia.

Supressió d'oposicions i de concursos, accés directe després d'estudis i passantia sense numerus clausus,

finançament comunitari, gratuïtat total dels serveis, limitació d'exercici professional fora de l'estatut comunitari, incompatibilitat amb qualsevol feina i remuneració mercantil...

En principi l'estatut comunitari estaria obert a totes aquelles professions i institucions que des de sempre s'han autoproclamat altruistes i desinteressades, és a dir, segons llurs respectives deontologies, sense afany de lucre i al servei incondicional de qualsevol persona que demani el seu servei de tipus assistencial, cultural, etc. L'estatut comunitari inclouria, en primer lloc, totes les persones i institucions dedicades a la gestió pública (polítics i funcionaris). També s'hi podrien acollir les entitats i associacions no lucratives (esportives, culturals, sindicals, polítiques,...) així com la majoria de professionals i institucions que avui són en litigi entre públic i privat en el camp de la medicina i salut, educació i informació, investigació, assistència...; també els professionals del camp de la cultura i les arts (escriptors, artistes...) i de les comunitats religioses.

La característica principal de tots aquests serveis seria la gratuïtat i, per tant, estarien finançats comunitàriament. El "comú" pagaria les persones, els equipaments i les despeses de gestió quotidiana. La segona característica seria la total llibertat d'actuació dins l'estatut comunitari: cadascú podria exercir la seva professió com cregués més oportú sempre i quan, no cobrés res als "clients" i no fes mal a ningú sota sanció del col·legi professional o la justícia especialitzada corresponent. En els comptes corrents de les persones del sector comunitari -individuals o institucionals- solament entraria diner d'origen comunitari. Amb aquesta mesura es dificultarien les "operacions" de qui té diner per dominar la política, la Justícia, l'ensenyament, la medicina, la informació... Seria, doncs, incompatible, cobrar del "comú" per una feina comunitària i, simultàniament, cobrar per treballs o negocis mercantils.

La massa de diners necessària per finançar els acollits a l'estatut comunitari es podria obtenir en gran part amb la creació de diner comunitària (ara aquesta creació és principalment bancària privada). Així el diners pels serveis públics no haurien de sortir només dels impostos ni d'emissions de deute públic. Aquesta és una de les possibilitats que un sistema monetari informatiu pot oferir: saber quant valor monetari cal inventar i distribuir-lo perquè la producció pugui ser consumida.

Per comprendre la dinàmica de l'Estatut comunitari cal remarcar una cosa molt important. El sector comunitari no produeix béns directament imprescindibles per a la supervivència. Podem dir que és un afegit, molt humà, específicament humà, molt important, però un afegit al realment bàsic món de la producció de béns "materials" per a viure. El mercat és el motor creador de riquesa



i de béns. Els seus excedents de consum permeten que tots els qui no produeixen béns "materials" puguin consumir-los, i per tant, que puguin ser finançats perquè els adquireixin. Si la producció de béns de consum minva, la retribució dels acollits a l'estatut comunitari descendirà, amb el temps, inevitablement. Això els incentivarà per ajudar a produir més o millor, o bé directament (incorporant-se al mercat), o bé indirectament (millorant l'educació, la salut, la investigació, el serveis, la informació, la política...).

Per fer viable aquesta dinàmica, tothom que rebés salaris o assignacions comunitaris tindria adjudicat un nombre de "punts" comunitaris. La suma total de punts adjudicats en relació a la massa monetària comunitària donaria el valor monetari del punt que podria oscil·lar, segons el valor de la producció de consum, d'una banda i segons el número de punts totals adjudicats, de l'altra.

S'establiria així un mecanisme de feed-back, d'autoregulació, que podria ser un bon sistema per evitar la burocràcia dels serveis públics. La competència, que millora el servei, es donaria en el conjunt de les professions liberals, degut a aquest mecanisme d'autoregulació -oscil·lació dels sous en funció del valor dels punts- i també es donaria dins cada categoria professional en estimular l'increment de sou i/o de categoria. Així, en aquest darrer cas, per incentivar la feina ben feta dins el sector comunitari es podria establir que cada "categoria professional" comunitària votés anualment un tant per cent de companys perquè passessin de categoria professional del punt de vista del sou, malgrat no tinguessin la preparació - o no calguessin places- per passar-hi des del punt de vista de pràctica professional.

Qualsevol professional comunitari podria passar al mercat i viceversa, però amb una sèrie de temps d'espera i de mesures cautelars, aplicables segons els casos.

La distinció entre els dos estatuts permetria també la creació d'un estatut mixt (mercantil-comunitari) que afavorís o bé l'artesanía, o bé certes obres i serveis d'interès general que necessiten preus polítics, però que els manca l'ajuda de capital privat per a dur-los a terme.

Una aplicació quotidiana de la distinció entre el Sector Mercantil i el Sector Comunitari plantejaria, evidentment, una sèrie d'interrogants i objeccions tant en relació als criteris de distinció, com cara al procés d'implantació gradual i per sectors. L'estudi d'aquests interrogants no correspon, però, al nivell d'exposició esquemàtica que estem realitzant."

Per acabar un petit exercici de ficció

## El periodisme de la fi del mil·lenni

"Durant els dos darrers segles del segon mil·lenni nasqué i s'enfortí el que s'anomenà "mitjans de comunicació de masses", un refinat eufemisme que designava un barroer sistema de dominació de les poblacions gràcies a l'ús abassegador de les tecnologies de control mental: premsa, ràdio i televisió. Una mostra de la seva capacitat persuasiva fou que el sufragi universal només s'anà estenent a mesura que la capacitat d'influència dels mitjans arribava a capes més àmplies de població: classes mitjanes, obrers, dones, minories...

Si la premsa escrita havia estat impactant al segle XIX, la ràdio i la televisió crearen al llarg del segle XX una potent màquina de construcció de la realitat. Allò que no es llegia, no se sentia o no es veia pels mitjans era com si no existís. Uns poques empreses multimèdia i transnacionals configuraven la majoria de notícies que s'havien de difondre, les maneres com s'havien de suggerir, els temes dels quals s'havia de parlar. Rere una aparent i proclamada llibertat de premsa -que s'oposava formalment a la premsa totalitària- s'amagava una falsa controvèrsia entre mitjans públics i mitjans privats. L'estatut dels periodistes tenia una semblant servitud en ambdós casos. Els imperatius del negoci i de les vendes, o els de la seguretat de l'estat i del manteniment de l'ordre establert conduïen al periodista a una pràctica no gaire ajustada al ideal que ell tenia de la seva funció.

Fou gràcies al Moviment per la Comunicació Comunitària Independent que als primers anys del segle XXI es començà a guanyar la batalla d'un nou estatut dels periodistes i de les empreses de comunicació. Aquest Moviment, fundat el 1992 per estudiants de la Facultat de Ciències de la Informació de Bellaterra aconseguí després d'un conflictiu procés que La Comunicació Social fos considerat un contrapoder de la democràcia i, com a tal, tingués un estatut constitucional al també renovat de la Justícia: independència de l'Executiu i del Legislatiu alhora que del Mercat. De fet, la normalitat amb que avui considerem que el sistema comunicatiu no pugui ser controlat ni per l'Estat ni pel Mercat, gràcies a un estatut d'independència dels periodistes i de les institucions que produeixen informació, era considerat només fa 40 anys com una utopia impossible.

13-XI-2032. En el 40è aniversari del MOCCI.

Jordi Juan i Martí Olivella

#### BIBLIOGRAFIA

Médias, mensonges et démocratie; Diversos autors, Edicions Le Monde diplomatique, París, febrer 1992.

La grande-Bretagne et sa télévision; Ojalvo, Andrée; Editions Champ Vallon; Paris 1988.

1. CARRERAS, Francesc de i ALTRES. LA LIBERTAD DE EXPRESION. PPU. Barcelona, 1991. Pgs, 11-13.
2. FARIAS GARCIA, Pedro. LIBERTADES PUBLICAS E INFORMACION. Eudema Universidad. Madrid, 1988, pàgs.18-30. Aquests paràgrafs recullen algunes de les idees exposades per l'autor.
3. CAPÇALERA. COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA. Febrer 1992. N. 29.
4. VOCES Y CULTURA. N 2/3. 1991, pàg 159-160.
5. GIRO, Xavier. "CONFLICTES DE TELEVISIO A CATALUNYA (1959-1990). Diputacio Barcelona i Col·legi Periodiste de Catalunya. 1991. pags. 91-92.
6. MENARD, Robert. PAROLES DE PRESSE LIBRE. Edifition de l'Aube. La Tour d'Aigues, 1991 pgs. 16-29.
7. PLAZEWSKI, Jerzy. Redactor de "Kino". oocc. pgs 75-80.
8. HESTER, Albert L. MANUAL PARA PERIODISTAS DEL TERCER MUNDO. Ed. Trillas. México, 1990. pgs. 30-31.
9. HESTER, ALbert. FUNCIONARI ANONIM. oocc pgs 172-175.
10. PUIG I FERRATER, Joan (1926). Servitud. Edicions 62. Barcelona, 1985 pgs 66, 91.
11. CHOMSKY, Noam i HERMAN, Edward S. (1988). Los guardianes de la libertad. Crítica. Barcelona, 1990. pgs. 340-353.
12. MANIFOLD, Deirdre. "NEW GLOBAL ORDER"
13. WILLIAMS, Raymond. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL.
14. PASSEVANT, Roland. LA MAFIA DU 4e POUVOIR. Editions Messidor. Paris, 1989. pg. 13.
15. ZALLO, Ramón. VIENTO SUR. n. 1. 1992. pg 75.
16. POSTMAN, Neil. DIVERTIM-NOS FINA A MORIR. Llibres de l'Index, Badalona, 1990. pgs.195-197. 204.
17. Les tesis són fruit de la reflexió sobre la lectura del conjunt d'obres citades i analitzades. Són un intent d'organitzar un discurs complex i de destacar-ne alguns elements que permetin avançar en la recerca d'alternatives. Estan obertes a les ben segur necessàries modificacions i ampliacions.
18. VAZQUEZ MOLTALBAN, Manuel. LA PALABRA LIBRE EN LA CIUDAD LIBRE. Gedisa, Barcelona, 1979 pgs 75-76.
19. SAAVEDRA, Modesto. LA LIBERTAD DE EXPRESION EN EL ESTADIO DE DERECHEO. ENTRE LA UTOPIA Y LA REALIDAD. Ariel, Barcelona 1987. pag 122.
20. LE MONDE DIPLOMATIQUE, diversos autors. "Médias, mensonges et democratie". París, febrer de 1992.
21. SAAVEDRA, Modesto. oocc.. pgs 190-191
22. FERL. VOCES Y CULTURAS. n 2/3. 1991. pgs 148-149.
23. FARCO. VOCES Y CULTURAS. 2/3 1991. pgs, 115,119
24. CHEVALLIER, Bernard. oocc. pgs 33-35.
25. CHOMSKY, Noam oocc. pgs. 354-355.
26. VOCES Y CULTURAS, n. 2/3, 1991. HAMELINK, Cees. pgs 142-146.

27. WILLIAMS, Raymond. HACIA EL AÑO 2000. Crítica, 1984. pgs. 86-87.
28. WILLIAMS, Raymond. LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL. pg 176.
29. CORBI, Marià. INDAGACIONES SOBRE EL FUTUR. Centre UNESCO. Barcelona, 1991. pgs 7, 16.
30. KURZE, Gerd. Sindicat periodistes de RDA. PAROLES DE PRESE LIBRE pgs 121-122.
31. Estan recollides per Martí Olivella a EL PODER DEL DINER. LA MONETICA FACTOR DE CANVI POLITIC. Edicions 62. Barcelona, 1992. pgs 89-96 i 199-202.

Juan, Jordi/ Olivella, Martí  
Els mèdia estan mediatitzats... -pistes pel desmediatitz  
183  
301.1 JUA  
ECC



# Models, tendències i propostes de la Televisió a Europa

Gemma Ribas i Martí Olivella

## Introducció

En els darrers 10 anys els sistemes televisius europeus estan patint una important mutació amb la coexistència de diferents models de titularitat i finançament televisiva. Els nous sistemes de transmissió (cable i satèl·lit) i l'onada desregularitzadora iniciada als EUA serveixen de justificació per aquests canvis.

Un breu repàs a aquesta nova i problemàtica situació ens empeny a cercar diferents propostes que permetin realitzar els objectius que formalment es recullen en les declaracions de bones intencions però que cada vegada estan més allunyats de la realitat.

## L'espai públic

L'espai públic, entre l'Estat i els poders econòmics, sorgeix amb la revolució burgesa com espai de discussió entre el qui aplica les regles comunes i els qui defensen interessos econòmics privats.

Els mèdia esdevenen un dels principals suports i escenaris contemporanis d'aquest espai públic en el qual es fabrica la representació de la societat i els elements simbòlics del consens social.

La gestió col·lectiva de l'espai públic, dels serveis públics, implica un continu conflicte i negociació entre poder polític i poders econòmics.

En aquest context cal avaluar els diferents models de televisió en funció de qui i com finança i gestiona la televisió.

## **Models de titularitat i finançament de la televisió: Públic, Comercial i de Pagament.**

En els darrers anys, la televisió a Europa és una barreja, oposició o complementarietat de tres models diferents.

En el model públic es poden distingir diferents fonts de finançament:

1. per impost sobre tinença dels aparells receptors (p.ex. Itàlia i França);
2. per facturació proporcional al consum d'electricitat (p.ex. Grècia i Portugal)
3. amb fons públics (p. ex. Itàlia, Grècia, Portugal i autonòmiques d'Espanya)

4. per ingressos de la publicitat comercial (tots aquest països complementen o financen directament les cadenes públiques amb publicitat)

En el model comercial, la cadena funciona en la mesura que troba la suficient publicitat per emetre els seus programes.

En el model de pagament (o peatge) són les quotes dels abonats les que fan possible l'emissió exclusiva-codificada per a ells.

Indistintament del model també hi ha altres recursos que s'obtenen gràcies a la venda de programes, a la publicació de revistes de televisió u obres relatives a la comunicació, a l'edició de serveis sobre nous medias o l'explotació de drets derivats.

### **Tendències**

Aquesta diversitat de models s'ha anat configurant en la darrera dècada a partir d'un sistema televisiu generalment públic. La pressió dels grups multimèdia, els interessos i necessitats industrials d'ampliar el seu impacte publicitari i la burocratització de les televisions públiques han afavorit la "comercialització" de l'inicialment servei públic televisiu.

El procés de desregulació dels Estats Units i la previsió d'una creixent implantació de la televisió per cable i per satèl·lit a Europa han servit d'excusa per impulsar la creació de noves cadenes privades-comercials.

### **Els reptes del cable i el satèl·lit**

La televisió per cable està tenint una implantació molt més tardana i molt menys important que als Estats Units en què ha arribat a modificar substancialment el pes de les gran cadenes. Alvin Toffler en una intervenció a la Facultat de Ciències de la Informació de Bellaterra, el setembre de 1991 donava algunes dades: "Als EUA teníem tres xarxes de televisió que dominaven la ment d'Amèrica. Avui aquestes tres xarxes estan en perill de desaparició. El 60% de les llars tenen televisió per cable amb un promig de 28 canals disponibles. I estem anant cap a un sistema que ens permetrà sintonitzar amb uns 150 canals".

Segons Le Diberder (1990) La televisió per cable a Europa necessitarà entre 10 i 20 anys per arribar a la meitat de les llars.

Els satèl·lits modifiquen una de les bases del sistema televisiu el de l'organització territorial de les televisions, lligada a cada Estat-Nació. Els satèl·lits emeten per sobre de les fronteres i són de lliure recepció però limitada pel cost encara alt de l'antena parabòlica i per la diversitat lingüística de l'espai europeu que no facilita l'acceptació massiva de programes amb altres llengües, malgrat els usuaris en vagin coneixent més.



El model públic, en aquest cas, només pot ser suportat per institucions transnacionals (Comunitat Europea) o per acords entre televisions públiques estatals (Euronews) que facin programacions amb acords lingüístics. (Limitacions que no té el mercat dels Estats Units).

El model comercial, generalista o de pagament, a més del problema dels idiomes, es troba amb la dificultat de reduir la publicitat als anunciats interessats en productes que s'ofereixin en diversos països. Les empreses multimèdia transnacionals (Fininvest, CTL..) poden anar creixent per fer front a aquests reptes .

El pes dels sondejos en l'homogeneïtzació de la programació dominant

Més enllà de l'impacte que les diferents noves tecnologies de transmissió televisiva pot exercir sobre els models televisius cal veure els canvis en la programació que està implicant la competència entre cadenes privades i públiques degut a l'acceptació unànime del sondejos.

Hi ha una relació estreta entre el sondejos i la televisió. L'audimat, aparell instal·lat en una mostra de receptors que dóna informació sobre la programació seguida en cada llar, complementa els sondejos que continuen essent essencials per als media. Les tarifes publicitàries s'estableixen en proporció a la audiència prevista en funció dels sondejos. En les cadenes públiques que depenen de partides pressupostàries aquestes varien també en funció de l'acceptació per part dels telespectadors de la programació.

Es sondejos també s'accepten com a mesura imparcial per valorar la programació, dia a dia, i preveure els canvis necessaris en funció del seguiment de l'audiència. Serveixen així també per expressar el nivell d'acceptació de les diferents cadenes, programes, franges horàries...

Els sondejos són legitimats gràcies a la falsa neutralitat que els dóna el prestigi del recurs a les matemàtiques. Són "científics". Es recolzen en la confiança, en el seu caràcter versemblant, més que en ser una representació rigorosa de la realitat. Cal tenir en compte que les empreses que els realitzen són empreses comercials i no científics desinteressats.

Per les petites cadenes i per les emissions en hora de poca audiència, els sondejos resulten molt cars i sovint dissuadeixen l'anunciant. Els anunciants privilegien les hores de màxima audiència a les altres franges de programació, els preus pugen i les empreses més petites no tenen possibilitat d'anunciar-s'hi. El resultat és una televisió monopolitzada per les grans empreses nacionals i internacionals i una manca de pressupostos pels programes en horaris de poca audiència.

La persecució de la màxima audiència fa entrar en una folla cursa a les diferents empreses per assegurar-se el finançament sigui

públic (cal justificar la partida pressupostària) sigui privat, mitjançant el manteniment o augment dels ingressos publicitaris. En el cas de les televisions de pagament, la programació s'adapta inexorablement també als telespectadors, en funció de l'especialitat de la cadena: cinema, esport informació.. i es tendeix a perdre la visió de servei públic global que havia tingut la televisió en els seus inicis.

En aquest panorama, les televisions locals i regionals, fragmenten l'audiència i, distribueixen també el pastís publicitari. També les televisions temàtiques augmenten la diversitat de l'oferta i trenquen els monopolis o oligopolis constituïts fins el present.

Les grans cadenes, però, continuen necessitant grans inversions per al seu muntatge i funcionament, a més de les concessions o regulacions limitatives. De manera que, l'aparició de televisions comercials-privades no comporta un increment substancial de pluralisme informatiu ni una millora de la qualitat de la programació. La competència entre cadenes públiques i privades permet al telespectador veure versions informatives lleugerament diferents i disposar d'un major nombre de programes d'alta audiència, normalment de caire populista (concursos, esport, culebrones,..)

A les graelles de programació trobem que a les hores de gran audiència no s'ofereixen més que tres possibilitats: la ficció, les varietats i l'esport. Creure que el que condueix a aquest tipus de graelles és la dictadura dels índex és confondre la febre amb el termòmetre. Hi ha moltes interpretacions errònies, moltes vegades incentivades pel cinisme dels programadors: "El públic és un ramat de xais plens de mediocritat. No hi ha res a fer."((( )))

Un programa de televisió només s'ofereix en un moment donat. No es pot confondre amb els gustos relativament permanents del públic. L'audiència és el producte d'una elecció dels individus-espectadors limitada en el seu temps lliure i a l'oferta de què disposa en aquest moment i que no ha de correspondre necessàriament amb els seus gustos intemporals. Les minories "televisives" no tenen possibilitats d'escollir

En l'informe del Primer Ministre francès realitzat el 1981 la teoria estava molt clara, i el seu incompliment històric, també: "El públic de la televisió no constitueix una massa que calgui agregar i de la que s'hagi d'extreure el màxim denominador comú, si no un conjunt d'individus els comportament i les idees dels quals varien segons les classes socials, les regions, els nivells culturals i les edats. La ràdio i la televisió han de jugar el paper de reveladors de les realitats complexes i fomentar el coneixement i la comprensió de les diferències. Cal conèixer els gustos i les dificultats particulars de les diferents categories de població i aprofitar les noves tècniques per a la creació de programacions temàtiques adients a cada públic. La programació ha de permetre donar resposta a les necessitats dels diferents públics. La informació i la cultura no han de ser considerats com a apartats especials de la graella si no que han de

constituir la principal base de la programació. La ràdio i la tv marquen molt fortament la intel·ligència de les noves generacions i, en conseqüència, han de ser capaces de donar la informació i les referències que puguin estimular el sentit crític i creatiu."

Potser caldria contemplar l'audiència amb un senti més qualitatiu., més proper a influència. Un programa amb audiència seria un programa contemplat amb atenció. Les hores per miler caldria complementar-les amb un indicador d'intensitat.

### Propostes

En l'anàlisi dels models i en la descripció de tendències hi hauria moltes més coses a dir i a precisar. Però voldríem donar prioritats allò que sempre queda en segon terme i que, en canvi, pot ajudar a configurar la solució dels problemes plantejats.

### "Trencar les cadenes"

Que les cadenes no impedeixin la llibertat d'emetre diferents espais en cada canal és una de les propostes originals que plantegen Alain Le Diberder i Nathalie Coste-Cerdan.

Consideren que l'organització cultural del sistema audiovisual hauria de:

1. mantenir una televisió de servei públic que no resulti massa cara ni pels ciutadans ni pels competidors privats.
2. tractar de preservar els efectes benèfics de la competència, però regular-la.
3. garantir la diversitat, però permetre que el públic es pugui aplegar al voltant de programes federadors.

Creuen que això és possible només si es trenca amb la dictadura del concepte de cadena o de canal, amb la complementarietat de quatre components:

1. Mantenir un únic canal públic. Que, com la BBC1, s'enfronti amb les altres programacions privades en el prime-time, (les 3 ó 4 hores de màxima audiència) però que la resta del dia ofereixi una programació cultural i educativa. Observaria les cadenes privades i les complementaria. Seria una regulador de la diversitat oferint un menú equilibrat i complet.

El finançament estaria garantit per un contracte plurianual amb l'Estat que donés la necessària seguretat que incita a la innovació i a la qualitat. Els ingressos no haurien d'estar gens vinculats als resultats de l'audiència a curt terme (taxes o facturació de servei públic, mínima o nul·la publicitat) de manera que s'eviti la temptació de modificar la distinció de la graella de programació: una pel prime-time i una per la resta del dia.

2. Assignar dos únics canals-espais a empreses comercials i privades però únicament pel prime-time, amb delimitacions sobre el capital perquè es garantís el pluralisme, amb clares

restriccions sobre programes i publicitat i amb concessions per a 10 anys. El joc a de la competència només permet l'existència de dues o tres cadenes rendibles en un mercat determinat i és un absurd augmentar l'oferta amb nombrosíssimes cadenes en nom, de la lliure competència, ja que aquest aviat cau en mans de pocs grups que es mengen les que fan fallida.

3. La resta del temps disponible d'aquests dues emissores privades generals -abans i després del prime-time- els dos canals estarien disponibles per a empreses-espais regionals, com és el cas de la ITV a Gran Bretanya.

4. Un darrer canal estaria dedicat a videoserveis. Cada editor d'un videoservei -amb pagament- reservaria a preu de mercat, els espais necessaris per emetre la seva programació codificada. Així els promotors de videoserveis es veurien deslliurats d'omplir 7000 hores utilitzables d'una cadena durant un any, quan la seva oferta és la d'oferir un servei especialitzat. aquest segon mercat de televisió permetria conciliar la competència i la diversitat.

#### "Autogestió amb suport públic"

Raymond Williams creu necessari un model que apronfundeixi alguns dels encerts del sistema televisiu britànic. Els criteris directius de la seva proposta són:

1. L'accentuació de la funció social dels mitjans, tot remarcant que un servei públic no equival a un monopoli públic.
2. No hi ha democràcia sense uns mitjans de comunicació de masses lliures.
3. El sistema comunicatiu pertany a la societat.
4. Autogestió dels professionals amb suport de fons públics que en garanteixin la independència.

Precisament sobre aquest darrer punt Raymond Williams fa les propostes de canvi més concretes i suggerents, que parteixen d'un precedent descrit per Eric Ashby: "Un invent britànic molt enginyós per supervisar la despesa pública en recerca científica i treball d'erudició és el nomenament de controladors entre les files dels controladors: científics per administrar els fons destinats a la recerca científica, metges per administrar donatius per a la investigació mèdica i personal acadèmic per gestionar fons amb destinació a les universitats. Se suposa, i aquesta suposició ha estat abundantment justificada, que controladors d'aquesta categoria poden determinar, millor que els polítics i els buròcrates, els criteris per exercir aquest control. L'experiència en altres camps demostra que els criteris de valor dins una professió s'elevan quan estan sota control dels propis membres d'aquesta professió. Aquesta responsabilitat professional és avui virtualment impossible ja que tota l'organització de la premsa crea una atmosfera en la qual els criteris són fixats pels qui tenen el control a partir d'un càlcul dels probable beneficis."

La fórmula organitzativa propugnada per Williams aplicada al

periodisme suposa la creació d'empreses comunicatives amb fons públics i gestió col·legiada, amb participació de representants del Govern (no majoritària), però sobretot dels mateixos periodistes, dels directors, de gent de les productores i fins i tot del públic. Com diu ell mateix: "crec que ha arribat el moment que necessitem un nou Consell de Premsa que inclogui representants dels periodistes i funcionaris públics encarregats del manteniment i desenvolupament dels diaris i revistes genuïnament independents. La garantia de la independència i de qualsevol finançament necessari hauria d'acceptar-se com un servei públic mitjançant un Consell de Premsa. L'equip editorial de qualsevol diari o revista ha de tenir la llibertat, per pròpia decisió democràtica, de sol·licitar a aquest Consell de Premsa que se'l reconegui com a empresa independent, a la qual aleshores se li podria garantir llibertat davant de qualsevol control financer privat i extern. Les condicions en què s'atorgaria aquest reconeixement i suport serien definits com a política comuna pels propis productors. Hi hauria casos en què el Consell de Premsa no estaria disposat a subscriure una proposta particular, però en aquest casos no sortirem pitjor parats que ara. Aquesta proposta es podria posar a prova en el mercat o aconseguir finançament com fins ara, ja que no hauria d'existir la possibilitat de prohibir la publicació de cap periòdic ni revista."

Una de les premisses de Raymond Williams és que "els creadors de béns culturals han de poder controlar els mitjans que vehiculen el seu treball", i aposta tot seguit per que l'Estat aportí el hardware, el suport físic i material, i que la creativitat, el software, sigui fornida pels propis professionals: "en la radiodifusió i televisió tenim una autoritat pública imperfecta però encara generalment responsable, la BBC. Els mitjans tècnics de distribució poden ser de dos o més autoritats estatals. Les autoritats públiques poden definir les línies generals, però l'abastiment del treball real ha d'estar en mans dels veritables productors. Hauria d'existir una política estatal encaminada a estimular la formació de companyies professionals (productores), a disposició de les quals les autoritats posarien els mitjans tècnics de distribució. El nucli d'aquests grups hauria d'estar format pels productors professionals de ràdio i televisió, que crearien formes d'associació amb altres companyies professionals de teatre, cinema i premsa, associacions culturals i de voluntaris. D'aquesta manera quedarien eliminats els riscos tant d'un monopoli central com d'un simple sotmetiment als especuladors. Aquests camins són una base per salvar la llibertat i la independència, amb garantia i suport de l'Estat, però amb mecanismes que eliminin o minimitzin els riscos reals de burocratització i control estatal."

I continua: "Hem trencat, al menys a nivell teòric, el punt mort que tan clarament perjudica la nostra societat. Podem imaginar una organització cultural en què existeixi una autèntica llibertat i varietat, protegides igualment del buròcrata i de l'especulador. Tots els sistemes s'han aprofitat de la inexistència d'una alternativa autèntica i atractiva. Crec que hi ha moltes possibilitats, però cal el nostre esforç. Al menys, ara el repte està clar".

Per complementar aquesta proposta i suscitar la necessitat de pensar m'ons mediàtics diferents, un petit exercici de ficció.

### El periodisme de la fi del mil·lenni

"Durant els dos darrers segles del segon mil·lenni nasqué i s'enfortí el que s'anomenà "mitjans de comunicació de masses", un refinat eufemisme que designava un barroer sistema de dominació de les poblacions gràcies a l'ús abassegador de les tecnologies de control mental: premsa, ràdio i televisió. Una mostra de la seva capacitat persuasiva fou que el sufragi universal només s'anà estenent a mesura que la capacitat d'influència dels mitjans arribava a capes més àmplies de població: classes mitjanes, obrers, dones, minories..."

Si la premsa escrita havia estat impactant al segle XIX, la ràdio i la televisió crearen al llarg del segle XX una potent màquina de construcció de la realitat. Allò que no es llegia, no se sentia o no es veia pels mitjans era com si no existís. Uns poques empreses multimèdia i transnacionals configuraven la majoria de notícies que s'havien de difondre, les maneres com s'havien de suggerir, els temes dels quals s'havia de parlar. Rere una aparent i proclamada llibertat de premsa -que s'oposava formalment a la premsa totalitària- s'amagava una falsa controvèrsia entre mitjans públics i mitjans privats. L'estatut dels periodistes tenia una semblant servitud en ambdós casos. Els imperatius del negoci i de les vendes, o els de la seguretat de l'estat i del manteniment de l'ordre establert conduïen al periodista a una pràctica no gaire ajustada al ideal que ell tenia de la seva funció.

Fou gràcies al Moviment per la Comunicació Comunitària Independent que als primers anys del segle XXI es començà a guanyar la batalla d'un nou estatut dels periodistes i de les empreses de comunicació. Aquest Moviment, fundat el 1992 per estudiants de la Facultat de Ciències de la Informació de Bellaterra aconseguí després d'un conflictiu procés que La Comunicació Social fos considerat un contrapoder de la democràcia i, com a tal, tingués un estatut constitucional al també renovat de la Justícia: independència de l'Executiu i del Legislatiu alhora que del Mercat. De fet, la normalitat amb que avui considerem que el sistema comunicatiu no pugui ser controlat ni per l'Estat ni pel Mercat, gràcies a un estatut d'independència dels periodistes i de les institucions que produeixen informació, era considerat només fa 40 anys com una utopia impossible.

20-01-2033. En el 40è aniversari del MOCCI.

## Bibliografia

Debbasch, Charles. LA REGULATION DE LA LIBERTE DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE. Presse Universitaires d'Aix Marseille. Aix-en Provence, 1991.

Jeandon, Jean-Paul. IMPACT DES NOUVELLES TECHNOLOGIES SUR LA CONCURRENCE DANS L'INDUSTRIE DE LA TELEVISION EN EUROPE. CCE, 1988.

Le Diberder, Alain et Coste-Cerdan, Nathalie. LA TELEVISION. Ed La Decouverte. Paris, 1986.

Le Diberder, Alain et Coste-Cerdan, Nathalie. ROMPER LAS CADENAS. Gustavo Gili, Barcelona, 1990.

Moinot, Pierre. POUR UNE REFORME DE L'AUDIOVISUEL. La Documentation Française. Paris, 1981.

Salaün, Jean-Michel. A QUI APPARTIENT LA TELEVISION?. Aubier, 1989.

Williams, Raymond. HACIA EL AÑO 2000. Crítica, 1984

Williams, Raymond. LOS MEDIOS DE COMUNIACION SOCIAL.





Facultat de Ciències de la Comunicació  
de la Universitat Autònoma de Barcelona

Seminari de Recerca d'Història del Periodisme  
Prof. Josep LLuís Gómez i Mompart

# Els límits de la informació

Un repàs a la pràctica periodística catalana  
del 1974 al 1994

Martí Olivella, Eva Molinos i Jordi Juan

Bellaterra  
Novembre 1993 - Maig 1994

## Índex

1.	Presentació	3
2.	Pla d'entrevistes i entrevistats	4
3.	Què és notícia?	6
	* Concepte de notícia a l'actualitat i descripció dels processos de producció de la informació segons cada entrevistat.	
	* Conclusions	11
4.	Limitacions de la informació	
	* L'estat de la llibertat d'expressió	13
	* Temes tabú	14
	* Censures o autolimitació	
	* Limitacions des de dalt	15
	* Ideologia dels mitjans	16
	* Pressions comercials / pressions polítiques	17
	<u>Exemples de pressions polítiques</u>	
	<u>Exemples de pressions comercials</u>	
	* Diferències mitjans públics / mitjans privats	20
	* Control segons seccions	
	* Estructura de l'empresa	21
	* Autolimitacions	
	* Estructura de la professió	23
	* Formació dels periodistes	
	* Vulnerabilitat dels periodistes	24
	* Conclusions	
5.	Els canvis en les dues darreres dècades	25

6.	Perspectives	
	* Com són els periodistes	27
	* Els periodistes joves	28
	* Concentració dels mitjans	
	* Quina funció han de tenir els mitjans	29
	* Influència de les noves tecnologies	
7.	Propostes	30
	* Situació ideal	
	* Protecció jurídica	31
	* Societat de redactors	32
	* La televisió pública i la BBC	33
	* Els estudis de periodisme	34
	* Conclusió: acceptació de les regles actuals i manca de nous marcs	
8.	Transcripció de les entrevistes	36
	1. Xavier Giró	
	2. Ramon Aymerich	
	3. Àlex Masllorens	
	4. Joan Roura	
	5. Mari Ángeles López	
	6. Regina Farré	
	7. Montserrat Minobis	
	8. Vicent Partal	
	9. Anònim	
	10. Mercè Conesa	
	11. Llibert Ferri	
	12. Albert Closas	
	13. Montserrat Nebot	
	14. Josep Ma Huertas	
	15. Enric Sopena	
	16. Enric Bastardes	
9.	Fonts documentals consultades	71

## 1. Presentació

La Jornada de reflexió sobre "Els límits de la informació" organitzada a finals del 1993 pel Col·legi de Periodistes de Catalunya ens ha semblat un bon punt d'arrencada per continuar l'estudi del tema, reformulant-lo com a "Les limitacions de la informació" a partir de les experiències concretes d'alguns professionals viscudes des de la transició.

Ens hem proposat recollir opinions significatives, especialment sobre la darrera dècada post-franquista, que permetin tenir una visió de conjunt més clara sobre les actituds, els criteris i els mecanismes que intervenen en el procés de selecció de temes i notícies, relacionant-los amb la influència de les fonts i dels interessos dels propis mitjans.

També hem cregut interessant recollir les valoracions d'aquest professionals sobre el paper i la situació dels "media" i sobre quines propostes s'estan elaborant per anar més enllà de les limitacions actuals.

Sovint s'imposa l'atracció -la rutina, la comoditat- d'investigar sobre la història llunyana amb l'objecte de conèixer les arrels i de tenir elements per actuar en el present i preparar el futur. Però, sovint també, el propi esforç d'apropar-se al passat s'emporta les energies que haurien de permetre treure lliçons i transformar l'esdevenir actual.

La generació que avui està present en les redaccions és la generació que va viure la transició. Els temps han canviat i moltes persones també. Conèixer que pensen avui, què senten, quines perspectives tenen... pot ser molt útil per saber si es pot intentar actualitzar els ideals viscuts -ara sovint arraconats- en la defensa d'una informació desmercantilitzada i desburocratitzada. Si més no, pot interessar a les noves generacions que, mancades de perspectives més àmplies, però amb unes necessitats derivades de la situació professional i personal força precària, volen saber qui són els qui encara lluiten i perquè ho fan.

## 2. Pla d'entrevistes i entrevistats

Ens hem entrevistat amb 16 professionals de diferents mitjans i els hem preguntat quina és la seva visió-experiència de les limitacions del periodisme en la darrera dècada, tenint en compte les diferències en premsa, ràdio, tv pública i tv privada. El qüestionari indicatiu que hem elaborat per formular les preguntes és aquest:

\* Què creu que els mitjans consideren notícia?

Quins criteris explícits tenen els mitjans per a la selecció de notícies i temes?

De fet, qui decideix i en funció de quins criteris o interessos?

\* Quines "rutines", "filtres" i relacions condicionen la feina?

Com influeixen la premsa i la immediatesa?

Com incideixen les seccions, els "formats" i l'espai/temps disponible?

\* Quina llibertat en la selecció de temes tenen els diferents professionals?

Quin pes tenen i com són les pressions internes?

Quin pes tenen i com són les pressions externes: polítiques, comercials, personals?

\* Exemples d'auto-limitació i d'hetero-limitació

Fets significatius

\* En resum, com valora la llibertat d'expressió i d'informació dels mitjans?

Quines característiques tindria una situació "ideal"?

Quines pistes o propostes suggeriria per modificar la situació actual?

Pels darrers entrevistats (Josep Ma Huertas, Enric Sopena i Enric Bastardes) la pregunta ha estat més genèrica i globalitzadora: quines limitacions ha viscut el periodista en el 1974, en el 1984 i en el 1994?

Elaborarem una llista de periodistes possibles a contactar en funció de la seva posició més o menys crítica, en el present o en el passat. En la llista, estan marcats amb **negreta** els 16 (menys l'anònim) que han estat entrevistats i amb subratllat els 4 que

no hi ha hagut manera de concretar dia i hora o que han declinat fer l'entrevista.

**Ramon Aymerich** (Facultat CCC de la UAB / Fundació La Caixa), **Enric Bastardes** (Sindicat de Periodistes / "El País"), **Lluís Ma Bonet** (Ràdio 4), **Dris Bouissef** (4 semanas), **Joan Brunet** (CIPB), **Julià Castelló** (Sindicat / TVE), **Mercè Conesa** (El Periódico), **Quico Cusí** (El Periódico), **Regina Farré** (TV3), **Llibert Ferrí** (TV3), **Xavier Giró** (Facultat CC UAB / El Viejo Topo), **Ma Eugènia Ibáñez** (El Periódico), **Mercè Ivars**, **Ma Ángeles López** (El Periódico), **Joan Roura** (TV3), **Mercedes Luz** (EFE), **Albert Closas** (TV3), **Josep Ma Huertas** (El Periódico), **Álex Masllorens**, **Montserrat Minobis** (Dones Periodistes / Ràdio Nacional), **Elisa Omedes** (Catalunya Informació), **Vicent Partal** (Catalunya Ràdio), **Milagros Perez Oliva** (Dones Periodistes), **Montserrat Puig** (Catalunya Informació), **Antoni Reig** (Avui / UAB), **Jaume Reixach** (El Triangle), **Montserrat Nebot** (TVE), **Carles Ruiz** (Ex El Observador), **Xavier Sitjà** (TVE), **Ivan Tubau** (UAB), **Magda Valls** (TV3), **Francesc Valls** (El País), **Anna Ma Vidal** (Ex-TVE), **Enric Sopena** (TVE).

### 3. Què és notícia?

**Concepte de notícia a l'actualitat i descripció dels processos de producció de la informació segons cada entrevistat.**

Deixant de banda que hi ha notícies indiscutibles, com l'incendi del Liceu, segons **Xavier Giró** un esdeveniment noticiós és aquell que els mitjans seleccionen com a tal. Ara bé, aquesta selecció es fa tenint en compte allò que decidiran els altres mitjans. Així doncs, la vigilància de l'entorn, una de les funcions bàsiques dels mitjans, es converteix en bona part en una vigilància mútua, d'uns mitjans sobre els altres. Un diari pot equivocar-se, però com Giró diu eloqüentment, "el que no pot fer un diari és equivocar-se contra un amic". El grau de contrastació d'una notícia té a veure amb aquest factor: com més baix és l'estatus social de l'afectat, menys es contrasta. Així mateix, es fa omissió d'una bona notícia quan perjudica el poder amb el qual està relacionat el mitjà. També afegeix que la pressió per vendre, pel tiratge i l'OJD és cada cop més gran a la premsa. Segons Giró molta de la informació "arriba ja elaborada a les redaccions", provinent d'agències o de gabinets de premsa institucionals o d'empresa. Aquestes fonts tenen més pes com més petit és el mitjà, fins al punt que, segons Giró, sense les agències, els mitjans petits se n'anirien en orris. Per contra, als mitjans grans les agències els serveixen bàsicament per aixecar la perdiu. Això no treu que, de vegades, els enviats especials de grans televisions llegeixin els despatxos d'agència que els envien des de la central.

En la mateixa línia s'expressa **Ramon Aymerich**, per qui els diaris en general fan gala d'una gran homogeneïtat i una excessiva compenetració -potser complicitat- de les direccions amb el poder. I és que "el mimetisme dóna seguretat", segons Aymerich, per qui els diaris forts, com *El País* i *La Vanguardia*, no tenen por de treure una primícia, però com a contrapartida estan molt a prop dels poders. Per la seva banda, els diaris petits, "segueixen els forts i tenen por de vessar-la". Aquesta por, unida al recurs fàcil per part de redactors i directors de limitar-se a cobrir la informació institucional -Generalitat, govern central, ajuntaments, etc- contribueix a l'homogeneïtzació: "els redactors com a molt proporcionen els 25% de les notícies". L'opinió d'Aymerich és que de 1976 a 1979 es va passar "de la censura a la disbauxa" informativa, de manera que els periodistes feien literalment la seva en la informació política, econòmica i de societat. Després, "el poder va aprendre a dirigir els temes i ara els mitjans estan més lligats que mai", cosa que ha propiciat la uniformització de la informació abans esmentada. Els sindicats, per exemple, "no tenen cap diari que faci costat a les seves propostes". També s'està produint la contaminació de la premsa per part dels mitjans àudio-visuals: des de fa 5 anys, segons Aymerich, hi ha sots-directors de diaris escoltant què diuen les ràdios i les televisions. D'aquesta manera, la informació de la ràdio, que és "la menys elaborada", marca la premsa.

Per **Àlex Maslloréns** a la premsa modesta la gran pressió és econòmica i el que li importa al periodista és omplir un espai. Per això recorre tant a les informacions de les agències i

oficines de premsa. Aquest fet unit a què tots els mitjans fan referència els uns als altres contínuament, de manera explícita o implícita, comporta una notable coherència dels mitjans, una sensació de consens accentuada als diaris. Tot i les limitacions, Masllorens creu que els periodistes tenen possibilitat d'influir tant en els temes que surten com en el seu tractament. Encara que si això es dona no significa que hi hagi una autèntica llibertat d'expressió, sinó una possibilitat puntual. Tan excepcional que quan passa un té la sensació "d'haver colat un gol", segons Masllorens, que posa com a exemple una notícia sobre una cooperativa de drapaires de Sabadell. Una informació que va costar molt que sortís, però que finalment va publicar-se en un suplement de cap de setmana d'El Periódico i que va ser un èxit: la resta de mitjans se'n van fer ressò ràpidament. Un exemple que demostra el mimetisme dels mitjans. Però com passa a totes les empreses, de vegades els mitjans decideixen sense ser conscients de la transcendència de la seva posició. Per Masllorens el gran poder de la TV, "que és molt diferent a la premsa", és que dicta què és notícia i què no ho és. També últimament hi ha la moda que els mateixos periodistes es converteixin en notícia, sobretot a la TV, cosa que considera negativa. Una observació de Giró és corroborada i ampliada per Masllorens: "quan en una informació et fiques amb els pobres pots dir tot el que vulguis, però si critiques un dels que compten tot ha d'estar contrastat i has de donar-li l'oportunitat de defensar-se". D'aquesta manera "s'aconsegueix que els tòpics sobre grups socials, racials o religiosos es retroalimentin", perquè la possibilitat de resposta no és la mateixa per als diferents col·lectius. Les excuses que un determinat tema no agrada a l'audiència... sovint són falses, segons Masllorens, que afegeix que actualment l'objectiu de l'empresa periodística és més el de crear la notícia que el de reproduir la realitat, més influir que informar. Així doncs, l'afany de benefici econòmic i polític que es barreja en l'estructura empresarial desmilla (desnaturalitza?) el producte informatiu en tots els sentits. En els últims temps es percep un augment de la frivolitat, que fa que, per exemple, les notícies de gent humil no es venguin "si no hi ha morbo pel mig".

Segons Joan Roura els criteris que s'apliquen per determinar què és noticiable tenen a veure amb l'actualitat, la proximitat i l'espectacularitat de l'esdeveniment. Ara bé, la decisió última cada cop es pren més amunt: què surt i que no, i la jerarquització dels temes (escaletes o primeres planes). A Madrid els mitjans es vigilen més els uns als altres, però a Catalunya hi ha més vigilància de l'entorn pròpiament dita. "La dictadura de l'audiència és una excusa excel·lent per fer les escaletes que vol la direcció dels mitjans", a parer de Roura, que defensa que "la qualitat té audiència, com ho demostren programes com "Ciutadans".

Segons Mari Ángeles López qualsevol notícia, i en primer lloc les propostes pels redactors "de tropa", ha de passar una sèrie de sedassos successius abans no és elegida: cap de secció, cap d'àrea (si existeix), reunió amb la resta de caps d'àrea i veredictes del cap de redacció (pot haver-hi més d'un cap de redacció). L'última paraula la té el cap de redacció, que normalment sintonitza amb els propietaris del diari. Cada cop els mitjans es nodreixen més de fonts institucionals, la qual cosa vol dir, segons López, "inundació de papers" en forma de faxes.



Però encara són importants les fonts extraoficials, de collita particular del periodista. En aquest sentit López es queixa de com la llarga feina del periodista per fer-se una font pot ser fàcilment arruïnada per un cap de redacció, normalment jove, que titula la informació de manera inadequada o pejorativa. Davant la mercantilització de la informació (el gran problema segons López), el que queda són sortides particulars: una periodista amiga diu que amb tal de col·locar un dels "seus" temes cada sis mesos ja es dóna per satisfeta, igual que Javier Artocha, de El Periódico, quan pot colar algun tema de subdesenvolupament. Es diu que són temes que no interessin la gent, que el que interessa són les grans potències, però segons López, "això no està tan clar".

Per Regina Farré els criteris de selecció de la notícia no són estrictament professionals: ni en la confecció de les escaletes i sumaris televisius, ni en les portades de la premsa. Hi influeixen criteris polítics, econòmics, publicitaris i d'amiguisme. Segons Farré és a la televisió on hi ha el control més estricte, fins al punt que "des de dalt es modifiquen escaletes mitjançant trucades o es fan saltar vídeos". Cal destacar la voluntat fèrria que la TV funcionés malgrat la vaga general del 27-G. D'altra banda hi ha la poca atenció que es presta a determinades àrees del planeta: "Llatinoamèrica no existeix a TV3". Farré també es lamenta que les televisions públiques siguin corretges de transmissió de les majories parlamentàries i per extensió del Govern. Demuestra aquest fet que quan Pujol, en una roda de premsa, respon que és cert que la televisió està parlant massa de l'orca Ulisses, a l'escaleta del Telenotícies d'aquell mateix vespre el vídeo d'Ulisses passa del lloc 5 al 10. Mentre els mitjans es desviuen per un cetaci la informació laboral i de moviments socials cada cop es tracta menys, segons Farré. Per contra, el que domina és un tractament de la informació cada cop més superficial: "no hi ha un seguiment més enllà de quan salta la llebre". Per acabar-ho d'adobar, hi ha "una unanimitat que fa fàstic, perquè es tira molt d'agències i perquè fa angúnia destacar coses que els altres no destaquen". En aquest sentit, destaca que és freqüent comparar rodes de premsa entre periodistes, un cop finalitzades, per assegurar-se que es ressaltarà el mateix. Després hi ha el mercadeig de les exclusives: els alts càrrecs només parlen amb els periodistes que els deixen bé. Per acabar, Farré opina que el marge de llibertat varia segons les seccions: a TV3 Espanya no opina, mentre que Internacional ho fa amb freqüència.

Montserrat Minobis critica la "dictadura de l'evasió" i del sensacionalisme i la manera com s'accentua el caràcter morbós de les notícies. Segons ella avui dia la informació que es dóna és bàsicament política, econòmica i esportiva. I encara puntualitza que de la informació política sovint el que interessa són les connotacions extrapolítiques. Per Minobis els mitjans públics s'han deixat arrossegar pel joc competitiu entre empreses públiques i privades. Però ella no creu en les lleis de mercat que s'invoquen per imposar una determinada programació, ja que "l'audiència consumeix allò que li dónes". Minobis també constata la por dels directius a rebre una trucada del PSC o de CIU. Recorda l'esbronc que li va clavar l'aleshores director de Ràdio 4, Ramon Font, perquè en un informatiu matinal no va obrir amb la notícia de la recuperació de Samaranch d'una malaltia. La proliferació de

gabinets de premsa ha portat un control més gran de la informació, segons la periodista.

A parer de **Vicent Partal**, en general hi ha una "macdonalització de la notícia". Això vol dir que l'esquema de selecció de notícies és més o menys el següent: en primer lloc arriben multitud de faxes i tèlexs, enviats per gabinets de premsa. D'entre tots els papers el cap de secció tria els temes interessants, que molts cops vol dir que són els temes que agraden al director. Així doncs, els canals de selecció de la notícia estan perfectament estandarditzats, de manera que "cada vegada se surt menys al carrer a cercar informacions", segons Partal. En el cas de la informació internacional "la prefiguració és extrema", cosa que fa exclamar a Partal que "és la més embotellada de totes", ja que totes les televisions disposen de les mateixes imatges. Segons el periodista valencià es fa poc periodisme d'investigació perquè "cal assumir el risc del fracàs".

Segons un anònim de Televisió de Catalunya els responsables d'aquesta empresa pública tenen present en tot moment si tal o qual tema, notícia o tractament agradarà o no "a CIU o a tal amic que té carnet". Segons aquest periodista anònim, en la història de TVC hi ha hagut un canvi en el tractament de la notícia als informatius. Van començar un grup d'ENGs que no eren periodistes, formats per l'escola àudio-visual francesa en la prioritització de la imatge sobre el text. Però a mesura que els periodistes provinents de la premsa han estat majoria ha anat canviant l'estil en benefici del text.

Segons **Llibert Ferri** les notícies es ressalten segons la seva rendibilitat política, ideològica o econòmica. En les trameses de les grans agències internacionals de notícies, que són un selecte monopoli, es palesa quins són els grans interessos de mercat. Per Ferri, en el procés de selecció i elaboració de la notícia "s'imposa la compulsivitat", sense la deguda contrastació. Ferri es pregunta si el recurs d'apel·lar a la "dictadura de l'audiència" per frivolitzar les programacions, inclosos els informatius, no encobreix en realitat una "dictadura sobre l'audiència", ja que "les audiències es formen". Ferri defensa que sigui "el mercat de les idees i de l'opinió pública" el que regeixi el periodisme, i no el mercat dels interessos encoberts.

Segons **Albert Closas** a la secció d'economia d'una televisió es pateix per no tenir imatges, un factor determinant perquè una notícia es doni o no (ja que no es pot abusar dels offs-llibreries i de les post-produccions). Però les altres seccions també tenen les seves limitacions: a internacional són Reuters i el monopoli d'agències d'imatge qui decideixen de què es pot informar. Per Closas, la dificultat tècnica de l'economia dóna un marge de llibertat davant els directius, que per norma general no n'entenen gaire però saben que darrerament han de treure notícies econòmiques perquè l'endemà La Vanguardia les treu en portada.

En opinió de **Mercè Conesa**, els fenòmens nous més significatius d'aquesta dècada són "l'espectacularització de la informació, l'allunyament de la realitat i l'homogeneïtzació de les informacions". La televisió "l'han convertida en un espectacle" i la ràdio s'ha revifat després d'optar per ser "la veu de la societat institucional". Mentrestant, la premsa, que també està

patint una espectacularització de la informació, "no ha sabut trobar la seva manera d'estar", segons Conesa. L'espectacularització a la premsa, que segons la periodista va arribar al sùmmum amb els crims d'Alcàsser, ja ve de lluny, per la pressió del tractament informatiu a la televisió. Conesa creu que malgrat tot la notícia hauria de ser "allò que t'explica també el perquè". Però de fet, és notícia "allò que enganxa la gent, que toca la fibra sensible de l'espectador". Segons Conesa s'ha perdut la informació local i més propera a la gent, i tots els diaris diuen el mateix per a tothom. No en va els responsables dels diaris, "que veuen tot el dia la CNN", donen prioritat a la realitat institucional. Conesa ironitza que els diaris sembla que es facin només per al segment de la societat afectat directament per les polèmiques institucionals. També opina que hi ha una crisi dels diaris i dels periodistes tradicionals que farà que el periodista de peu desaparegui, perquè "porta informacions properes que queden desbancades per les grans notícies", amb les quals no es pot competir. Els corresponsals tampoc no poden competir amb les grans agències i cadenes, tot i tenir l'avantatge de poder "contextualitzar el fet pels seus lectors", segons Conesa.

Segons **Montserrat Nebot**, el que prima és "l'interès d'empresa", i no creu que les empreses cerquin l'interès general. A més opina que s'ha caigut en la dictadura dels gabinets de premsa, que desdibuixen el paper del periodista. Aquest extrem fa que Nebot exclami que "ja no som periodistes". I és que el periodisme d'investigació "val molts diners, i la dictadura dels diners és pitjor que la dictadura política". Nebot opina que tot s'ha de poder saber, així que no hi hauria d'haver cap límit a la llibertat d'informació, excepte el constitucional. Però alerta, una altra cosa és com es tracten els temes, des d'un enfoc equilibrat o sensacionalista, com a primera pàgina o com un breu.. Segons Nebot "s'ha fet groguisme i ara la idea que es va imposant és l'autoregulació".

**Josep Maria Huertas Claveria** resumeix dient que el que domina és el "no et compliquis la vida". Això comporta que els diaris siguin "menys crítics que anys enrere, però a la vegada més ben fets, perquè els periodistes són més professionals". De fet, sempre segons Huertas, "està ben considerat que et decantis per la línia del diari, fins al punt que el periodista independent està molt mal vist". Aquest factor de docilitat ha d'influir decisivament a l'hora en què el periodista preselecciona què "és" i què "no és" noticiable. (Un punt que desenvoluparem en apartats posteriors, quan parlem de l'autocensura i l'heterocensura).

**Enric Sopena** es pregunta si té sentit complaure una minoria, seleccionant una determinada programació, un determinat contingut, quan hi ha "altres necessitats per cobrir". D'aquesta manera entrem en el terreny relliscós de les audiències i dels imperatius econòmics, i més enllà, en el debat sobre el paper dels mitjans de comunicació públics.

A parer d'**Enric Bastardes** hi ha tres camps en què no tot allò que és noticiable surt a la llum pública perquè són tabú: "la corona, les forces armades i l'església catòlica". Tot i això reconeix que aquests dos últims camps s'han anat obrint. Pel que toca a les forces armades "la veda es va obrir a partir del

23-F", mentre que ficar-se amb l'església catòlica "encara pot portar problemes i protestes, però s'ha anat evolucionant".

## Conclusions

A partir dels testimonis precedents es pot concloure que un dels màxims neguits de la professió periodística és el nivell d'homogeneïtat a què s'ha arribat, tant pel que fa a la selecció de l'actualitat com pel tractament que se'n fa; fins i tot en la perspectiva ideològica les distàncies entre els mitjans de comunicació catalans són més petites que mai. Aquest fenomen és en part conjuntural (degut a l'entesa entre CIU i PSC-PSOE) i en part estructural. Ara bé, el clamorós consens dels mitjans (o la seva dissensió mínima) enlloc de passar per sospitosa davant la majoria de gent, augmenta la seva credibilitat: la "corporació mediàtica" es revela com a portadora de la Veritat, que és una i indissoluble.

Entre les causes de l'homogeneïtat en la selecció de l'actualitat destaquen la inflació de gabinets de premsa i l'oligopoli d'agències de notícies, especialment asfixiant pel que fa a la informació internacional. Els periodistes en actiu el 1994 deploren l'àmplia cobertura a la informació generada per les institucions i les grans empreses, és a dir, aquells que compten amb gabinets de premsa. La institucionalització de la informació que suposen aquests gabinets mereix una crítica gairebé unànime, encara més significativa si es considera que el qüestionari previ ni tan sols en feia referència. Els faxes dels gabinets semblen ideats per posar els periodistes sobre la pista "correcta", per evitar que "s'esgarriïn" buscant informació incòmoda, de fora dels circuits oficials. La dialèctica periodista-fonts s'ha convertit en un diàleg entre els periodistes dels mitjans i els periodistes dels gabinets i les agències.

Aquesta inflació d'informació institucional lliga amb la vinculació estreta entre mitjans i partits polítics, que converteix les ràdios i televisions públiques en un aparador tendencios de "l'obra de govern". Ara bé els periodistes no són aliens al gran engranatge uniformador: ells mateixos són els primers en comparar les seves notes amb les dels companys al final d'una roda de premsa. Mentrestant, el periodisme de carrer i d'investigació presenta un dèficit brutal, que representa un buit clamorós d'informació elaborada i de primera mà i ens atreviríem a dir que un dèficit democràtic. La majoria dels periodistes coincideixen que el circuit comunicatiu a més d'homogeni és molt tancat: els grans mitjans estan arrapats als interessos del poder i els mitjans modestos s'han de nodrir en gran mesura de la informació pre-cuinada de les agències.

La tan esbombada "contrastació de la informació" només es fa efectiva si la persona afectada té un status social alt. És escruixidor el testimoni que les notícies sobre persones i col·lectius humils només interessin si hi ha morbo pel mig.

Els suggeriments dels caps que un determinat tema "no interessa a l'audiència" són vistes sovint pels periodistes com un nou escut legitimador per imposar els criteris dels propietaris. En un moment en què l'argot periodístic sembla reduït a mots com share, tiratge o difusió, entre la professió domina el convenci-

ment que les audiències es formen, i que la informació no ha d'estar deslligada de la formació per atraure l'interès. És interessant l'observació que cada vegada es dóna menys importància al perquè dels esdeveniments, i se centra tota l'atenció en un què descontextualitzat. S'observa també que les notícies són cada cop més efímeres: els propis mitjans fan zàpping contínuament, sacrificant el seguiment aprofundit d'un tema a la novetat. A l'allunyament de la realitat fruit de l'homogeneïtat s'hi ha d'afegir el derivat de l'espectacularització: allò irrellevant però excepcional substitueix allò que és rellevant i profund, malgrat ser més un procés que un espasme. Els medis que marquen l'actualitat són aquells menys reflexius, però que tecnològicament poden permetre's una més gran immediatesa: en primer lloc la ràdio.

També hi ha la percepció que la mercantilització de la notícia pot pervertir l'ètica periodística, consistent en explicar la veritat d'allò que està passant. La barreja d'interessos econòmics i polítics que cada cop més s'agrupen darrere una capçalera, una televisió o una emissora fan témer una creixent instrumentalització dels mitjans per part dels grups propietaris a fi d'influir en la realitat (l'exemple de Berlusconi i Fininvest és flagrant en aquest sentit). Per acabar, ens queda lamentar que l'augment en la formació i professionalitat dels periodistes es posi cada cop més al servei de la informació acrítica. Una mala notícia.

#### 4. Limitacions

Hi ha limitacions de moltes menes, difícils de classificar. N'hi ha explícites i implícites, declarades i subtils, conscients i inconscients, personals i estructurals...

En aquest apartat apleguem per temes les opinions més significatives sobre la complexa problemàtica de les limitacions de la informació.

##### **L'estat de la llibertat d'expressió**

Es força significatiu el fet que 3 dels entrevistats considerin que, en plena democràcia, som en un moment negre per a la llibertat d'expressió:

"Som al punt més baix de la llibertat d'expressió des de 1978, tant als mitjans públics com als privats, i va en augment. Des que hi ha el "pacte del Liceu" (PSOE-CIU), mai no hi havia hagut tants mitjans per defensar una mateixa política" (Joan Roura).

"1994: és un dels moments que la llibertat d'expressió està més amenaçada, a causa de l'homogeneïtat" (Regina Farré).

"La llibertat d'expressió als mitjans de comunicació és igual a la llibertat de votar o de consumir. Pots elegir entre el mal i el pitjor, però no pots rebutjar. Vivim, però, en una etapa negra per a la llibertat d'expressió i d'informació. A Europa van ser bons anys per a la llibertat d'expressió la dècada dels anys 30 (no a l'Europa feixista) i la postguerra de la Segona Guerra Mundial. Hi havia molt més debat" (Llibert Ferri).

En la mateixa línia, tot i que menys rotundament, s'expressen altres periodistes:

"Existeix llibertat d'expressió, sí, però està condicionada per les "lleis del mercat". Li agradaria pensar que a aquest país els polítics són d'esquerres i que, malgrat tot, respecten aquesta llibertat. Però hi ha obstacles dels partits als consells de redacció als ens públics" (Montserrat Minobis).

"La llibertat d'expressió està bé com a objectiu però a la realitat, a les societats occidentals, del que es tracta és de fer creure a la gent que és molt més lliure del que ho és en realitat" (Àlex Masllorens).

No tots els entrevistats consideren, però, que la situació és tan greu...

"El periodisme d'investigació val molts diners. I la dictadura dels diners és pitjor que la dictadura política. La llibertat és molt complicada. No hi pot haver cap límit (excepte el constitucional). Tot se sap i tot s'ha de saber. Una altra cosa és com es toquen, com es tracten, el temes: enfoc sensacionalista, primera pàgina o breu..." (Montserrat Nebot).

"No, no ho crec que aquest sigui un dels pitjors moments per a la llibertat d'expressió. A mi el que em preocupa és la confusió entre la llibertat d'expressió i la manipulació de l'opinió pública. A Madrid el clima és irrespirable d'enfrontament entre les redaccions dels diferents mitjans. I, sobretot, enfrontament entre comunicadors. No hi ha ni punt de comparació amb la situació a Barcelona" (Enric Bastardes).

### **Temes tabú**

L'existència d'uns quants temes tabú ha estat remarcada per alguns dels periodistes. Hi ha divergències, però, a l'hora d'identificar-los.

"A l'Estat espanyol hi ha tres temes intocables: la Monarquia, el terrorisme i la unitat d'Espanya" (Vicent Partal).

"Els temes tabú són la casa reial i el Corte Inglés. Les grans empreses tenen molta capacitat de pressió: Gas Natural, Seat, el Barça" (Ramon Aymerich).

"Existeixen un quants elements tabú: la Corona, les Forces Armades i l'Església Catòlica. Tot i que és cert que aquests dos s'han anat obrint" (Enric Bastardes).

### **Censures o autolimitació?**

En qualsevol cas, fins i tot els que consideren que a l'actualitat la llibertat d'expressió no es troba en un moment especialment delicat, tots admeten algun tipus de condicionament de la informació i de la labor dels professionals. Bona part dels periodistes entrevistats pensen que hi ha una intervenció de les autoritats del mitjà que orienta el tractament de les notícies i que no necessita ser explicitada perquè normalment el periodista s'aplica l'autocensura. En el cas dels periodistes responsables, l'autolimitació es viu com una contradicció i es conserva la tensió per donar guerra. Però per a la resta dels periodistes la identificació amb la filosofia del mitjà és automàtica, natural.

"El procés de control de la informació funciona quan el director munta un "cristo" pel tractament d'una determinada informació. El redactor aprèn a no tornar-la a vessar. L'autocontrol es reforça i acaba guanyant la comoditat mental del periodista" (Ramon Aymerich).

"D'autolimitació n'hi ha molta. Tret de casos puntuals (14D, Guerra del Golf...), a les empreses la imposició directa és poca. És més freqüent l'autocensura per conservar un status (director, redactor en cap...). Els que imposen la línia són els periodistes de dalt segons el que pensen que volen els que paguen" (Alex Masllorens).

"Els interessos ideològics existeixen i són importants. La censura no és escandalosa però sí eficaç. Més que censura el que hi ha és dirigisme, és diferent a la censura d'anys

enrera. La censura és fa més aviat en sentit contrari: encàrrecs, instruccions" (Mari Ángeles López).

"L'autocensura és la pressió més important i, a més, és difícil que la gent ho reconegui. Els acadèmics veuen a tot arreu la mà política mentre els periodistes consideren que la gran censura és la premsa" (Xavier Giró).

"De vegades sí que existeix veto, però ara la censura és més aviat que un "superior" et suggereixi "vols dir que això té interès? Sovint hi ha telefonades al director, de poder a poder" (Montserrat Minobis).

"No hi ha pressions. Com a redactors no arriben. Hi ha algun cas que s'ha tapat (com el cas de Javier de la Rosa en l'afer de la banca Garriga i Nogués i la Zona Franca)... Possiblement hi ha coses que algun diari té i que no es publiquen" (Mercè Conesa).

"Hi ha una cadena de mando... però no es pot estar mirant tot el que es fa. És molt personal. Sóc cap d'informatius de Sant Cugat, he estat en molt càrrecs des de fa molts anys i no he tingut mai carnet de partit. És una qüestió de confiança. L'empresa condiona el periodista. La manca de temps, les presses, també: no permeten decisions mesurades" (Montserrat Nebot).

Les limitacions són el no poder parlar de determinades coses. "L'autolimitació que imposa l'estructura del capital és la limitació més important". En els mitjans públics, el que determina la informació és l'estructura política.

"Abans de la democràcia, l'Estat il·lustrava tots els nivells de la comunicació. Omnipresència. La Llei Fraga (en la pràctica; censura absoluta) s'ha anat acabant però sense que mai hagi estat abolida d'un cop. Permetia el segrest de la informació de manera arbitrària, no era una censura lògica. Aquest no saber a què atènyer-se creava unes tensions histèriques entre el periodisme" (Enric Bastardes).

No tots, però, són de la mateixa opinió. N'hi ha que pensen que massa sovint les censures i el control coaccionen directament el periodista:

"Més pes de la pressió directa que de l'autocensura. Exemple: el cas d'una crònica de les M. Besses que va saltar, perquè feia conèixer l'autocrítica de la TV francesa sobre la manera com havia informat de la Guerra del Golf. O trucades des de dalt per dir que s'ha de cobrir una visita del Papa. De vegades -cas de El Periódico- els titulars tenen poc a veure amb el contingut, cosa que indica la mà negra de la direcció. La "dictadura de l'audiència" és una excusa excel·lent per fer les escaletes que vol la direcció dels mitjans" (Joan Roura).

### **Limitacions des de dalt**

Tot i que ja hem vist que el mecanisme de control de les informacions passa sobre tot per l'autolimitació dels periodistes



i que només un dels entrevistats pensa que el pes de la censura és dominant, la major part dels periodistes entrevistats denuncia la ingerència dels seus superiors en el procés de producció de les notícies, amb l'intent d'assegurar-se que aquestes seran respectuoses amb els interessos comercials i polítics dels empresaris, en el cas dels mitjans privats, o dels partits en el govern, en el cas dels públics. Veiem com pren forma aquesta ingerència i en funció de què -o qui- es fa:

"En cada mitjà hi ha algú que vetlla per la correcció de les limitacions que fan referència als temes tabú. (...) A l'actual situació de dependència dels redactors, el polític sols ha de pressionar el director del mitjà, perquè aquest ja controla els periodistes. A Europa també es donen casos de control de la direcció sobre els redactors, però acostumen a provocar una reacció d'aquests. Als EUA és impensable que un director dini amb un polític" (Vicent Partal).

"Hi ha també un control explícit, que és pel que vetlla la jerarquia eclesiàstica. La intervenció dels caps té lloc a tots els nivells, adequant-se a cada un d'ells. Exemple: Els bisbes de Girona escriuen una carta contra Convergència. Un diari titula: "Pujol arremete contra la carta episcopal", un altre: "Pujol lamenta la carta episcopal" (Xavier Giró).

"Les notícies es publiquen però com?, en un racó? El problema és la valoració de la notícia, com es tracta i on es publica. Les "valoracions" aturen temes durant setmanes perquè es dona prioritat a d'altres. No es censura però hi ha prioritats espectacularitzadores que resten espai per a d'altres informacions" (Mercè Conesa).

"Des de dalt es modifiquen escaletes. Trucades. Pujol en una roda de premsa respon que és cert que hi ha massa Orca Ulisses. A l'escaleta d'aquell TNV passa del 5 al 10" (Regina Farré).

"La nòmina dels directius és variable segons l'aproximació a les fites. Fidelitat no per ideologia sinó per sou. Al marge d'això, hi ha d'haver sintonia entre caps i direcció" (Llibert Ferri).

"Hi ha una cadena de mando. Però no es pot estar mirant tot el que es fa. És molt personal" (Montserrat Nebot).

Argument de "qui paga mana". Et recorden que "el teu sou surt de la publicitat" (Montserrat Minobis).

### **Ideologia dels mitjans**

Encara que pugui semblar que per un mitjà privat l'únic objectiu és el d'assolir el nombre màxim de vendes, els periodistes posen de manifest que tots els mitjans tenen una ideologia a defensar i que, de fet, sovint vehicular-la cap a l'audiència és la funció prioritària del mitjà.

"A les empreses periodístiques existeix una ideologia explícita que es revela a través dels editorials" (Àlex Masllorens).

"Tots els diaris tiren cap al centre, i són pro uns o pro altres. El Mundo és l'únic nou que funciona perquè ha optat per un enfoc radical: està contra uns i altres. Això té el perill del "groc" però aconsegueix el seu públic diferenciat. A Catalunya hi ha molta més prudència. La Vanguardia sempre vol estar bé amb els qui manen. L'Avui és pro Convergència i El Periódico i El País pro socialistes" (Josep Maria Huertas Claveria).

Però no tots coincideixen en quina és l'orientació de cada mitjà:

"En el cas d'El Mundo, per exemple, l'orientació ideològica és evident, el paga la dreta per fer la contra" (Mari Ángeles López).

"Les empreses específiques de comunicació són més professionals; no estan subjectes a l'ideologia d'un grup de pressió. Els banquers, pel contrari, no inverteixen per rendibilitat econòmica sinó per voluntat d'influència política. La prova són els assajos de Mario Conde i Lluís Prenafeta. L'aliniament amb un grup polític -PSOE en el cas de El País- és sobre tot per coincidència d'ideologia i confluència d'interessos. A "El País" es feien regularment (2 cops per any) uns caps de setmana intensius on es reunien tots els caps alts i baixos (dels redactors en cap en amunt) per anar definint la línia editorial en les situacions concretes segons el que interpreten que vol el ciutadà. Últimament es fan molt pocs d'aquests caps de setmana però n'hi ha un previst pel proper mes, probablement. Hi ha hagut molts canvis a la redacció. L'agilitat per donar al ciutadà el que espera va ser la clau perquè "El País" passés de 250.000 a 450.000 lectors en només dos mesos. Per això ara hi ha l'enfrontament entre la direcció, que dubta d'atacar el PSOE, i la redacció, que pensa que és perillós per l'empresa el no fer-ho" (Enric Bastardes).

### **Pressions comercials/pressions polítiques**

De les paraules dels periodistes amb qui hem parlat podem concloure que hi ha dos fronts/fons d'interessos que influeixen de manera determinant sobre la seva feina, la producció de la informació: el dels polítics i el dels anunciants.

Per alguns dels entrevistats, els interessos polítics dels responsables/propietaris (segons sigui un mitjà públic o privat, o semipúblic, com en el cas de RTVE) predominen sobre els objectius immediats de l'empresa-mitjà:

"En les limitacions a la premsa el factor comercial és secundari en relació al factor polític. Si bé les condicions imposades per les empreses que s'anuncien són comuns a la resta de països occidentals, la complicitat entre el poder polític -els partits- i els directius dels mitjans és carac-

terística de l'Estat espanyol, com herència del franquisme" (Vicent Partal).

"En el cas de TVC veig diferents tipus de limitacions. La primera és la pressió del partit sobre la direcció. La mateixa direcció pensa "aquest tema no agradarà al partit" o no agradarà a tal amic que té carnet. Es tracta sempre de quedar bé amb els superiors. Són més "papistes que el papa" (més Pujolistes que Pujol). Quan la Guerra del Golf es va veure un pro americanisme descarat. La majoria dels caps de TVC han rebut el que anomenem "beques de la CIA" per anar a estudiar als EUA. Quan els seleccionen han de contestar un qüestionari. La pressió comercial es fa de moltes maneres. Per exemple un patrocinador suggereix que es facin reportatges sobre determinades empreses..." (Anònim de TVC).

Un altre condicionant molt feixuc són els interessos dels anunciants més importants:

"Prima la publicitat. Es determinen els espais publicitaris i després s'omplen amb gràfica, i per fi amb text. La publicitat és l'únic sistema per finançar el diari (amb 100 ptes es paga just el paper)" (Mercè Conesa).

"Censures explícites, quan es topa amb interessos comercials. Exemple: la cursa del Corte Inglés. 2 mesos abans tots els diaris donen ja prèvies. El dia de la cursa, l'esdeveniment es cobreix magníficament. Cobertura desproporcionada. Nivell polític: les pressions pesen molt. S'exigeix la sintonia política. Lluites (la freqüència depèn del periodista -hi persones més dòcils i d'altres menys- i del mitjà concrets) entre el periodista i el staff. -"Yo soy un mercenario de la informació" (citad, no identificat)" (Mari Ángeles López).

"Les empreses volen guanyar diners. El que prima és l'interès d'empresa. No crec en que les empreses cerquin l'interès general. Des del 82 a TVE hi ha un interès en la democràcia. La publicitat condiona a posteriori. Tenen un instrument molt fàcil de pressió. "El Corte Inglés" quan hi ha vagues sempre truquen... La Televisió pública està en mans dels polítics de la pluralitat del Parlament, però amb interessos partidistes" (Montserrat Nebot).

Sembla, doncs, que la tòpica carrera per l'audiència no es la preocupació més important dels responsables dels mitjans... Passem ara a veure com i en quina direcció es fan les pressions polítiques i comercials.

#### Exemples de pressió política:

"Bronca del Ramon Font, perquè en un info matinal no va obrir amb la notícia de la recuperació de Samaranch. La por dels directius a rebre una trucada del PSC o de CIU. El pacte PSOE-CIU ha fet que els mitjans públics sota el seu control siguin menys agressius els uns amb els altres, menys tendenciositat" (Montserrat Minobis).

"A l'època dura d'El Correu Català, amb motiu del centenari de Marx, el Villatoro i jo vam escriure un article amb bona

dosi d'automoderació. Però es veu que la dosi no era suficient perquè no és va publicar. El Josep Sanz, que llavors era el redactor en cap, el va aturar. Això va passar abans del 84" (Àlex Masllorens).

"Durant les eleccions es "recomanava" treure cadires buides i s'acabaven fent inserts estúpids. Tot per tractar CIU "amb musiqueta" (Regina Farré).

"A Radio Nacional hi mana Madrid, que és des d'on vénen les directrius. Tots els contractes se signen a Madrid. Ràdio 4 és tinguda per un fet polític, cultural o lingüístic -, no periodístic-" (Montserrat Minobis).

"A El País teníem informacions garantides que el Ministre d'Agricultura anava a dimitir un dia abans que ho fes però des de dalt es va vetar la informació perquè "no estava prou contrastada". Això va provocar immediatament una "bronca" del Consell de Redacció al director adjunt i el proper divendres s'entrevistaran amb el director per parlar-ne. L'amo d'un mitjà ha de ser el seu lector (això ho tenen molt clar els del New York Times). No és la primera vegada que passa una cosa similar, per això la redacció està tan susceptible. A El País el nivell d'exigència professional és molt fort i per la mateixa raó també els periodistes exigeixen als directius" (Enric Bastardes).

Hi ha també algunes veus des de la direcció que defensen la "imparcialitat" dels mitjans públics pel que fa als interessos polítics de partit:

"Si algú fes un seguiment rigorós de les informacions de TVE durant 10 anys, es veuria com tots els temes, inclosos els més negatius per a la imatge del PSOE han estat abordats i explicats a través dels mecanismes informatius de TVE. Si més bé o menys bé... depèn de cadascú. No es pot dir que s'hagin amagat informacions. És inevitable que en un mitjà públic les pressions siguin permanent i constants. Però justament aquest ambient dificulta molt la manipulació. Reps crítiques de la premsa, trucades de tots els partits, veus del Parlament... Aquest ambient és alhora nociu i higiènic. Si amaguessis una informació s'organitzaria un escàndol que no paga la pena... Fins i tot hi ha pressió dels redactors, dels sindicats... Tot això no passa en un mitjà privat. La pressió és menor" (Enric Sopena).

#### Exemples de pressions comercials:

"Hi ha certes entitats amb un gran poder de "suggeriment:", com la SEAT, els bancs etc. Quan s'havia d'inaugurar l'Illa, tots els diaris en van parlar molt però en el cas de El Periódico va ser exagerat. Causa: barreja d'interessos comercials i la debilitat personal del redactor en cap (li agradava molt la idea... de Barcelona al nivell europeu)" (Mari Ángeles López).

"Mentre que en les qüestions polítiques Polanco ha resistit prou la temptació dirigista, al suplement de cultura es

beneficia clarament els llibres del grup Timón (Ed. Santillana...) la qual cosa ha suposat una minva de la qualitat del producte. És normal. Les concessions ideològiques tenen sovint aquest preu" (Enric Bastardes).

### **Diferències mitjans públics/mitjans privats**

Sembla que, de totes maneres, el tipus de pressió és diferent en els mitjans públics i els mitjans privats. Molts dels periodistes consultats afirmen que entre als mitjans públics predominen rotundament els interessos del partit en el govern mentre que als privats el dirigisme polític és més subtil.

El balanç general d'alguns dels periodistes és més favorable a la situació de l'empresa pública (inclosos, evidentment, els qui ocupen càrrecs de poder a mitjans públics).

"La pressió empresarial a la TV pública és menor que a la privada" (Albert Closas).

"El lloc on treballes, el tipus d'empresa, et condiciona. L'empresa pública és en la que es té més llibertat" (Montserrat Nebot).

"El grau de llibertat a RTVE és superior al d'altres empreses del sector, conceptualment, per la mateixa essència pública del mitjà. Però això no vol dir que no hi ha hagut situacions complicades més puntuals que genèriques, provocades per la conjuntura política concreta. Hem intentat no potenciar o moderar conflictes que altres mitjans han magnificat. Un exemple de més llibertat: el Sindicat de Periodistes ha demanat la dimissió de la Cap d'informatius, Carme Paez, no per ser pitjor que qualsevol altre cap, sinó per un canvi en la programació. Això en una empresa privada els treballadors s'ho pensen dos cops per por a represàlies... La protecció d'un treballador a TVE és molt superior a la dels altres mitjans privats" (Enric Sopena).

No tots estan d'acord amb aquesta versió i, a més, denuncien que es detecten diferents nivells d'intensitat en la intervenció dels partits segons es tracti d'un mitjà autonòmic o d'un altre dependent del govern central. En el primer cas el control seria més estret que en el segon.

"En els mitjans públics que depenen del govern central hi ha control però als mitjans que depenen dels governs autonòmics la manipulació és més descarnada (intervencionisme més directe). El senyor Pujol de tant en tant s'aixeca un dia amb ganes de que l'entrevistin i hores després a Catalunya Ràdio hi ha una entrevista amb el Pujol. Als mitjans privats, les limitacions depenen de qui compon el capital social de l'empresa" (Enric Bastardes).

### **Control segons les seccions**

Una altra variable que influeix en la intensitat del control per part dels responsables del mitjà és la secció. Segons alguns dels entrevistats, Economia i Política -espanyola i catalana-

serien les seccions on la supervisió assoliria el nivell més greu.

"Existeixen nivells de censura diferents segons les seccions. Les seccions on el control és major són les de política catalana i espanyola" (Mari Ángeles López).

"Supervisió ideològica: Juan Tàpia controla amb molta cura i personalment la d'Economia. Viladot té bona cura de la secció de política catalana" (Àlex Masllorens).

"Política i economia són les seccions més controlades. Pel que fa a la política internacional, depèn del diari" (Xavier Giró).

"El marge de llibertat depèn de cada secció. A la secció de Catalunya hi poden trucar en Pujol o el PSC, però a Internacional no hi trucarà en Clinton. Encara que també es Reuters i el monopoli d'agències qui decideix a Internacional de què es pot informar. A Economia es pateix per no tenir imatges" (Albert Closas).

### **Estructura de l'empresa**

Segons E. Bastardes l'estructura de capital del mitjà i la seva posició en el mercat condiciona la seva capacitat de manobra i això repercuteix sobre la llibertat del periodista.

"El canvi substancial és el de l'estructura de la propietat dels mitjans.. La transformació de l'estructura en els últims anys es caracteritza per una progressiva i imparable concentració. La gran novetat és la intervenció dels sectors financers. Banesto: crèdits sense interès a certes empreses de comunicació (Antena 3 i Grupo Z) que ara, a causa de la crisi del banc, estan en perill. Voluntat d'intervenció política. Després de la crisi de Banesto, situació precària per a aquests mitjans perquè probablement el nou amo voldrà cobrar, com a mínim, els interessos. Els grups específics de comunicació són els més sòlids; mantenen una posició forta i una tendència política constant. Les empreses amb capital "mixt", desorientació. Es pot parlar de "El Corte Inglés" sense problemes. A El País hem parlat de SEAT amb absoluta llibertat, tot i que és un dels majors anunciants. Un diari fort té capacitat de pressió. Les empreses com més professionals són, menys ideologia tenen. Els banquers no inverteixen per la rendibilitat econòmica. La prova són els assajos de Mario Conde o Lluís Prenafeta" (Enric Bastardes).

### **Autolimitacions**

Com hem ja hem vist, la major part dels periodistes entrevistats reconeixen que l'autocensura és el mecanisme més eficaç de control de les informacions. Inclús els periodistes "combatius" aprenen les pautes implícites dels mitjans. Observem com funciona l'autolimitació:

"Al cap dels anys aquest conjunt de limitacions -directrius polítiques i "encàrrecs" comercials dels superiors- frenen l'autonomia del periodista. Les males experiències dels passat condicionen el risc de nous experiments" (Anònim de TVC).

"El periodista ha de tenir consciència política i fer política. Però el seu posicionament polític l'ha de distingir de la professió. Som hereus del franquisme. Per lluitar contra el franquisme alguns periodistes es van habitar a certs vicis: manipular la informació estava justificat. Però n'hi ha alguns que, ara, continuen fent el mateix, de forma injustificada. Enric Sopena havia treballat contra el franquisme, però ara censura" (Vicent Partal).

"El periodista que tenia un codi ètic favorable a la democràcia i al socialisme va sucumbir en els primers anys de govern del PSOE. Després de 3 anys de govern socialista se sent confús, sense model de referència: no sap si treballa pel lector, per l'empresa, pel poder -polítics, empresaris...- No sap on van. No es fica amb ningú si no li aconsella el poder" (Ramon Aymerich).

"Normalment, els redactors de tropa proposen temes d'acord amb els seus propis criteris. Sovint, els periodistes no tenen dades exactes de qui és l'amo del seu mitjà però saben -'vox populis'- a qui interessa complaure" (Mari Ángeles López).

"Les rodes de premsa són un cas clar d'autocensura: ningú no pregunta allò que no toca. Cas flagrant de la vaga general: la majoria de les redaccions van votar a favor de la vaga, però les informacions de la vaga tenen un to contrari" (Joan Roura).

"Nivell baix de professionalitat, d'ètica, d'independència, d'obertura de mires, de posada al dia. El periodisme s'hauria d'entendre com a sentit ètic de la vida: dir la veritat del que està passant. Autocensura és igual a corrupció, però és una tradició llegada pel franquisme. Falta d'escola democràtica en la premsa" (Llibert Ferri).

"La complicació de l'economia, la seva dificultat tècnica, dóna un marge de llibertat davant els directius, que per norma general no n'entenen gaire... però saben que, darrerament, han de treure notícies econòmiques perquè l'endemà La Vanguardia les treu en portada. Hi ha hagut un clar increment de la informació econòmica" (Albert Closas).

"És clar que hi ha autocensura, es veu clarament en l'angúnia generalitzada per destacar coses que els altres no destaquen. Comparació al final de les rodes de premsa entre periodistes" (Regina Farré).

"El que domina és "no et compliquis la vida". Els diaris ara són menys crítics, però més ben fets amb professionals més competents. Està ben vist que et decantis per la línia del diari. El periodista independent està molt mal vist" (Josep Maria Huertas Claveria).

## **Estructura de la professió**

Però, a més a més del control explícit dels directius i de les autolimitacions que s'imposen -conscientment o inconscientment- els periodistes mateixos, els entrevistats, parlen d'altres factors que afecten negativament la producció de la informació.

"La proliferació de caps de secció joves és un problema greu. El fet que l'ascens hagi estat tan ràpid fa que no tinguin experiència pròpia sobre el treball que han de dirigir i això té greus conseqüències, com ara que canviant els titulars d'un article es puguin carregar fàcilment una font valuosa per al periodista que l'ha escrit. Són insensibles perquè no tenen ni idea de la feina i el temps que porta el fer-se una font.

Hi ha molts casos d'ascensos de vertigen en els llocs de mitjana responsabilitat. En general l'ascens pot fer-se per tres vies: per mèrits, per amistats, per docilitat. Aquesta darrera és molt valorada i efectiva. El problema és que la gent que la utilitza "sol acabar cremada fàcilment". Sobretot en el cas dels joves, es delicat perquè es troben entre la jerarquia i la tropa i, en realitat, no estan integrats ni en un nivell ni en l'altre" (Mari Ángeles López).

"L'estructura de la professió periodística a Espanya és una de les principals causes de l'autocensura. La pràctica habitual en els mitjans és que quan un periodista porta 10 anys sortint al carrer només té dues opcions: o comença a manar en alguna àrea o es dedica a escriure opinió. Aquest costum prové del franquisme. En la transició es va anar arraconant la vella escola i es van incrementar molts llocs de periodistes nous. Els mitjans tenen massa responsables i els directors són molts joves. A Itàlia, als EUA... és habitual que els redactors siguin persones amb experiència de molts anys, que poden fer front tranquilament a les pressions de qualsevol i que no aspiren a deixar de ser redactors per que es consideri que són uns bons professionals" (Vicent Partal).

## **Formació dels periodistes**

"La carrera de periodisme està equivocada. Caldria un tronc comú i 2 anys d'especialitat lligada a la realitat. La Facultat està allunyada de la professió" (Josep Maria Huertas Claveria).

"Els periodistes de base són poc autònoms. Acostumen a ser molt joves, estan poc preparats i, per tant, poc disposats a enfrontar-se amb la direcció. Estan temptats a seguir la línia fàcil: no tenir problemes. La carrera de periodisme està mal estructurada" (Vicent Partal).



## Vulnerabilitat del periodista

Evidentment, les condicions laborals i el marge de reacció del periodista dins les redaccions condicionen el seu treball i la seva llibertat.

"María Ángeles López degradada a El Periódico d'Educació a Comarques. Diego Armario a Ràdio Exterior. Cas del programa "Diners", de l'assessor que havia de venir de El Observador però al final no el van agafar per un informe que deia que era conflictiu sindicalment. Pas després de vacances del Ramon Espuny de Catalunya política a Cultura. Contractes temporals, gent que no està en plantilla" (Regina Farré).

"Durant 4 anys he estat l'encarregada de la secció d'educació. Des de fa un any aproximadament estic a comarques. La raó és que va haver un canvi de redactor en cap i al nou no li agradava com portava Educació. Després d'un cert temps de desaprovacions amb excuses diferents, va acabar explicant-me que els temes que jo proposava no es corresponien amb els seus objectius. Em va proposar que fes reportatges. El que volia era que anés als bars de les universitats a tafanejar i que després escrivís alguna cosa graciosa. Com aquest plantejament no m'interessava, mai ho vaig fer. I per això em van passar a un altra secció" (Mari Ángeles López).

"Als contestataris se'ls arracona, se'ls té fent coses sense gaire transcendència" (Montserrat Minobis).

"Els mitjans dolents són aquells on les condicions laborals són més precàries: moltes ràdios, premsa comarcal (poca contractació fixa, veritable caciquisme). Un exemple d'aquest control a nivell local: a Lleida alguns diaris tenien prohibit esmentar el nom de la discoteca "Big Ben", tot i que la premsa nacional l'identificava constantment" (Enric Bastardes).

## Conclusions

Pel que s'interpreta dels testimonis de primera mà dels periodistes, la voluntat d'influència ideològica és comú tant als mitjans públics com als privats. En el primer cas, l'explicació és evident: estan controlats pel partit del govern -espanyol o català segons el mitjà- i respon al desig de perpetuar-se en el poder. Així doncs, la manipulació estaria al servei dels interessos d'un partit identificable -identificat-. En el segon cas, quan el mitjà pertany exclusivament al capital privat, l'objectiu explícit és el d'aconseguir la major rendibilitat possible en termes econòmics, és a dir, la captació dels millors inversors publicitaris (la carrera per l'audiència no és més que la competència per vendre-la als anunciants). Però, com posen de manifest molts dels periodistes consultats, l'objectiu latent és també el d'incidir en la formació de les opinions polítiques dels ciutadans; en la seva feina quotidiana és fàcil detectar l'orientació que els directius exigeixen del tractament informatiu. Fins al punt que es creen mitjans amb l'única finalitat de fer ressò d'una determinada política, com en el cas de El Observador. Aquesta intenció d'influència sobre l'opinió pública es palesa

també per les inversions creixents de les entitats financeres en mitjans de comunicació. El que busquen els bancs amb aquestes iniciatives no és l'interès econòmic sinó el poder ideològic -com ha provat l'estratègia fallida de Mario Conde-.

Pel que fa a la manera com s'exerceix el control, la major part dels periodistes consideren que l'autolimitació és el mecanisme més habitual i el més eficaç. Tot i que hi ha opinions contràries, podria dir-se que el control directe -censura- es reserva per ocasions particularment delicades mentre que en el dia a dia el que funciona són les informacions per encàrrec, el dirigisme de bones maneres més que la repressió.

Com senyalen alguns dels entrevistats, la manipulació té tradició arreu de l'Estat perquè els periodistes progressistes la feien servir contra Franco. El problema és que a l'actualitat s'utilitza en un sentit ben diferent; els mateixos que la utilitzaven en benefici de la democratització posen avui les seves habilitats a disposició del poder establert.

Una transformació fonamental per la producció de la informació ha estat la de l'estructura financera dels mitjans. Cal destacar els condicionaments que es deriven de l'especulació amb el capital; els mitjans canvien constantment d'amo. En aquestes condicions, els periodistes dels mitjans privats sovint ignoren per qui treballen i es crea un clima de desconcert que exaspera la seva 'prudència' professional (com abans els exasperava la Llei Fraga).

Els periodistes amb els que hem parlat no són gaire indulgents amb el comportament ètic dels seus col·legues. Més d'un denuncia la manca de militància -sinó de responsabilitat- dels treballadors del 'Quart Poder'. En qualsevol cas, sembla que l'estratificació de les redaccions afavoreix clarament la docilitat i que, inclús en el cas dels periodistes amb inquietuts ètiques, l'acumulació d'iniciatives frustrades acaben per imposar les normes de la casa.

## 5. Els canvis en les dues darreres dècades

Qui fa una repàs més sistemàtic dels canvis en les limitacions que ha viscut el periodista de premsa en els 1974, 1984, 1994, és Josep Maria Huertas.

"En el 74 es comença a perfilar l'interès per les qüestions polítiques. En el 75 es produeix un canvi important amb un super interès per les coses prohibides: política i sexe.

En les redaccions no sabies que pensava el teu company. Només si hi havia molta intimitat, fora de la redacció, podies saber si algú militava en algun partit.

El Grup Democràtic de Periodistes aplegava una quarta part de la professió.

En la transició comença a ser més fàcil. Hi ha tres actituds més clares. Els "professionalistes" que defensen que el periodista no s'ha de comprometre amb cap organització (però

que aplega a vegades els més dogmàtics). Els "compromesos" en militància de base d'organitzacions o partits al marge de la professió i que els permet un contacte directe amb nous protagonistes. El tercer grup és format pels que estan connectats amb organitzacions però es mantenen distanciat professionalment. Aquesta divisió dura fins el 1980.

La premsa comença a patir serioses crisis. El 77, 20 periodistes se'n van del "Brusi" per aplicació de la clàusula de consciència. El 80 amb la crisi del Grup Mundo hi ha la defenestració del periodisme progrè, d'un grup escorat a l'esquerra, amb la pèrdua de 555 professionals de la premsa. Del 80 al 85 hi ha una època de crisis amb molt bons professionals fent feinetes. Es van col·locant en l'auge dels gabinets de premsa i a TV3 (i més tard a les TV privades). El 84 el Brusi autogestionari peta i el 85 s'enfonsen El Correo Catalan i El Noticiero.

Del 75 al 85 només queda La Vanguardia. La resta s'han enfonsat i han estat substituïts per El Periódico, L'Avui i El País. Dels nous diaris que han aparegut des del 85 no en queda cap: Claro, El Dia, El Observador, El Brusi, Nou Diari.. Els gabinets de comunicació ja no creixen amb la crisi. Les revistes especialitzades funcionen però les generalistes estan condemnades.

Tots els diaris tiren cap al centre, i són "pro" els uns o "pro" els altres. El Mundo és l'únic nou que funciona perquè ha optat per un enfoc radical: està contra uns i altres. Això te el perill del "groc" però aconsegueix el seu públic diferenciat. A Catalunya hi ha molta més prudència. La Vanguardia sempre vol estar bé amb els qui manen. L'Avui és pro Convergència i El Periódico i El País pro socialistes.

En aquest procés hi ha un canvi de gent (molts pleguen i en vénen de nous) i de mentalitat. El concepte de solidaritat dels anys 70 desapareix. Ni el cas Fernández ni el cas Vinader susciten la mobilització del cas Huertas" (Josep Maria Huertas).

I en el cas de TVE és Enric Sopena qui repassa la història recent.

"El canvi d'UCD a PSOE va suposar l'accés als llocs de comandament i als llocs clau dels informatius de TVE a gent que fins aquells moment havien estat en situació marginal o vedats per treballar a TVE.

Es produeix un relleu fruit del canvi polític amb personalitats pròximes a posicions progressistes. Tenen un paper més protagonista.

Amb el pas del franquisme a la UCD ja es produeix un canvi però és més amortit, és un reciclatge típic dels personatges que fa UCD: Robles Piquer, penúltim Director General d'UCD és un clar ex franquista del Ministerio de Información y Turismo. La TVE d'UCD reflecteix els trànsfuges del franquisme. Es nota en els continguts.

En canvi, tan Calviño, com Pilar Miró, com Solana, com Jordi Garcia Candau són personalitats d'extracció democràtica i antifranquista. Enric Sopena s'incorpora a RTVE com d'altres que no hi havien estat mai abans. Aquests canvis provoquen d'immediat una reacció en els mitjans escrits i radiofònics més conservadors amb un implacable seguiment crític de totes aquestes etapes. Es crea una ferotge oposició d'AP-PP i d'altres minories.

Hem estat gent que estem més enllà de les adscripcions partidistes, en el sentit de militància en el PSOE (n'hi ha hagut poques). Els càrrecs de confiança hem estat gent que no hem ocultat la coincidència bàsica amb el projecte socialista. Hem donat suport crític al socialisme, a la socialdemocràcia.

Els professionals propers a altres partits (PCE) expliquen les seves visions sobre el control dels nous quadres posats pel PSOE. La meua visió no és la mateixa. Nego l'afirmació que hi ha hagut una actitud d'hostigament als professionals progressistes no propers als PSOE" (Enric Sopena).

## 6. Perspectives

Tenim ja una visió bastant complerta de quina és la percepció d'aquests periodistes sobre les limitacions de la informació. Però, quines perspectives tenen sobre com superar-les en el futur de la professió i dels mitjans?

### Com són els periodistes

Es constata la falta de militància dels periodistes. Hi ha actitud crítica... però poc compromís.

"Fa vint anys la premsa volia ser una eina de canvi, però avui en dia falta el sentit militant dels periodistes" (Àlex Masllorens).

"Periodistes avui dia encara moderadament d'esquerres, però poc militants" (Joan Roura).

"Entre els periodistes, en general, hi ha consciència de la importància del nostre treball però quant a l'actitud (les ganes de presentar batalla), depèn... Sóc pessimista" (Mari Ángeles López).

Hi ha però qui fa una descripció de la professió bastant poc engrescadora. La mesquinesa, l'autocensura, l'altivesa i l'ascens burocràtic no preparen un futur massa engrescador.

"Hi ha un nivell baix de professionalitat, d'ètica, d'interdependència, d'obertura de mires, de posada al dia. El periodisme ha de ser pres com un sentit ètic de la vida: dir la veritat del que està passant. L'autocensura és igual a corrupció, però és una tradició llegada pel franquisme. Falta d'escola democràtica en la premsa" (Llibert Ferri).

"Els becaris ara són explotats i els professionals amb experiència passen d'ells. No els cuiden per potenciar als més bons. La professió creu poc en els joves. Ibañez Escofet deia que la principal qualitat de la professió és ser humil. I això no hi és. Hi ha una gran altivesa" (Josep Maria Huer-tas).

"Cal canviar el model de promoció social dins els mitjans, sense que signifiqui que ascendir sigui ocupar un càrrec burocràtic, i deixi de fer de periodista. Les dones en general no volen aquest tipus de promoció" (Mercè Conesa).

### **Els periodistes joves**

El joves estan explotats, mal considerats, poc cuidats. Però els joves, agradi o no agradi, per llei de vida, són l'únic futur, són els qui substituiran aquesta generació de la transició que va lluitar i que ara s'ha situat, més o menys insatisfeta, però situada com si fos la darrera generació...

"Les joves generacions ho tenen difícil, és un moment complicat. Les condicions actuals són pitjors que quan vam començar nosaltres (les redaccions són illes, la precarietat laboral.. etc.)" (Mari Ángeles López).

"Per superar la situació cal la valentia dels sectors no corruptes, del sector jove. La gent de baix està molt desar-mada, cosa que fa venir por del populisme" (Llibert Ferri).

### **Concentració dels mitjans**

En una societat que proclama la llibertat de mercat es viu la paradoxa que la pròpia dinàmica del mercat porta a la concentra-ció i per tant, a la negació de la llibertat de mercat. Els elevats costos dels mitjans i la producció a escala afavoreixen els oligopolis. El marge de llibertat real per emprendre inicia-tives comunicatives amb incidència social fora dels grans grups és pràcticament nul. La mercantilització de la informació comporta una selecció -una censura- de les informacions que no s'han de difondre perquè no tenen demanda (!) o perquè la seva producció encareix massa l'oferta (!).

"La concentració és molt preocupant" (Xavier Giró). "El perill bàsic, avui per avui, és la concentració creixent dels mitjans. Es tendeix al monopoli. No sé si es pot trencar la barrera des de la base. En tot cas, els periodistes estem molt allunyats. El gran problema és la mercantilització de la informació" (Mari Ángeles López).

"Una concentració mínima és imprescindible perquè les empre-ses siguin sòlides i rendibles. Però la concentració a Europa és tan preocupant que preocupa el Parlament Europeu i s'han produït intents de fer una legislació anti-concentració a nivell europeu. Casos greus a Alemanya, França i Itàlia. Per cert, a aquest darrer país el nivell de concentració és brutal, quasi monopoli, malgrat que hi ha un sindicat de periodistes molt fort -30.000 afiliats- que convoca vagues

que tothom fa en contra d'aquesta concentració. Per exemple, vaga dels periodistes per evitar el control de La República per part de Berlusconi. El Sindicat català s'ha inspirat en el sindicat italià. El més important és el respecte de les regles democràtiques, si es juguen a fons són suficients.

A Espanya la concentració és inevitable. Estic prou d'acord amb Cebrián que s'ha de combatre el minifundisme. Però el problema és que un cop començat, el procés de concentració és imparabile; tendeix cap al monopoli.

La formació i consolidació de grups potents, com El Correo, Prensa Canaria i el Grup Z, ha suposat un augment de la qualitat del producte. I a més han obligat, El País, per exemple, a obrir edicions locals.

Els 3 o 4 grans grups europeus de comunicació ja tenen tots un peu a Espanya" (Enric Bastardes).

### **Quina funció han de tenir els mitjans**

Aquesta mercantilització de la informació i dels mitjans fa que es consideri rendible només un tipus de productes lligats als espasmes malaltisos de la trepidant actualitat o a la morbositat i l'espectacularització dels sentiments i les tragèdies humanes. No hi ha reflexió... la lluita per les audiències suposadament afamades d'espectacle converteix a les grans audiències en la coartada per mantenir la superficialitat d'una societat de consum lligada als interessos publicitaris. I això tant val per la televisió com pel contagi que la premsa sofreix del predomini de la imatge colpidora per sobre de la reflexió contextualitzadora.

"Cal un equilibri entre l'actualitat trepidant i la reflexió. Cal crear uns espais intermedis.

Entrem en la dècada de l'autoregulació, perquè s'ha abusat amb els reality shows i els programes escombraria.. S'ha fet groguisme i ara la idea que es va imposant és l'autoregulació.. Però que passa quan tots ho assumim i alguns no? Cal continuar la competència ferotge a veure qui la fa més grossa... o cal apostar a mitjà termini i esperar que el públic doni suport a una programació seriosa" (Montserrat Nebot).

"Caldrà tornar a l'enfoc més crític de la informació. Per exemple "Liberation" ho fa bé: dona visions àmplies. L'alternativa seria un diari que fos crític, que donés una visió global amb totes les postures o amb les d'algun especialista que en sàpiga" (Mercè Conesa).

La mercantilització d'una banda i l'interès polític homogeneïtzador de l'altre, fan la vida impossible a les possibilitats que ofereixen avui les tecnologies per a la producció local d'informació arrelada al medi.

"Les experiències de base (TV locals) és difícil que puguin reeixir. Són com les de ràdio que no han aconseguit arrelar.

Tenen una penetració escassa.. No és fàcil quan el mercat esdevé tan ferotge.

És a tot Europa que s'ha canviat el model dels darrers anys (emissores centrals, regionals, locals) per raons tecnològiques i ideològiques. Quin sentit té una televisió local? com es finança? Té sentit dedicar uns pressupostos a una televisió local que complau a una minoria quan hi ha altres necessitats per cobrir? Teòricament està molt bé, però en la pràctica té un abast limitat" (Enric Sopena).

No sembla que s'hagi plantejat la possibilitats de realitzar acords entre televisions públiques centrals/regionals i emissores locals, pels quals aquestes fossin mínimament finançades a canvi de la cobertura de la informació local -evitant els desplaçament d'equips centrals-. Amb aquest suport s'enfortirien les emissores locals i es podria potenciar un marc ampli d'experimentació de noves idees i professionals, afavorint una xarxa de "pedreres" locals...

### **Influència de les noves tecnologies**

Hem vist un clar impacte de les noves tecnologies en la transformació de la professió. Però, per alguns això és només un primer pas que pot portar a un canvi radical dels hàbits adquirits, tant en la producció de la informació com en les relacions socials existents.

"La premsa per sortir de l'impasse hauria de fer un producte més bo (introduint infografia), anar substituint el diari-paper pel diari electrònic (només l'edició del dominical del New York Times consumeix 50.000 arbres, -segons el comentari de Bertelsmann a les jornades de "La premsa a l'any 2000"). També la premsa tindrà una funció de donar altres serveis" (Mercè Conesa).

"Les noves tecnologies estan democratitzant la informació: cada vegada són menys costoses i són més difícils de controlar centralitzadament. La generalització del PC, el cable (les autopistes informatives d'Al Gore) obren enormes possibilitats de fer circular informació més enllà de les limitacions convencionals" (Vicent Partal).

## **7. Prospotes**

No hi ha gaire reflexió sobre situacions ideals de les regles de joc que han d'organitzar els mitjans i la professió d'una altra manera que vagi més enllà de les limitacions actuals.

### **Situació ideal**

El pes del sistema és definitiu. Les regles de joc actuals que condicionen els mitjans de comunicació no es poden qüestionar si no es transformen les del sistema. -Però potser, per la seva influència, qüestionar-les és també empènyer el canvi de socie-

tat-. Dins el marc actual només hi veuen dues úniques vies: intentar alternatives al marge... i aprofitar forats a dintre.

"En l'ecosistema comunicatiu, la majoria dels mitjans treballen a favor del sistema però hi ha intersticis: fent mitjans diferents; oposant-se des de dintre, amb un marge de maniobra. No existeixen vies úniques. No es poden canviar els mitjans sense canviar la societat" (Xavier Giró).

El marge de maniobra és força limitat, com ens ho mostra els exemples següents ja citats.

"El que queda són sortides particulars. Per exemple: Javier Artocha, de "El Periódico", com que està molt interessat en els temes de Tercer Món, de tant en tant aconsegueix colar alguna cosa. Es diu que són temes que no interessen la gent, que el que interessa són les "potències", però no està gens clar. La prova és que de vegades, temes d'aquests (Tercer Món, Quart Món, etc) han tingut un gran èxit. La sensibilitat del periodista és important.

Un altre exemple, una amiga meva, de la que no diré el nom, té una estratègia que em convenç. Ella diu que només amb que un cop al semestre pugui col·locar algun dels seus temes es dona per satisfeta" (Mari Ángeles López)

L'allunyament de les possibilitats del canvi està interioritzat. Llegir-ne molts o no llegir-ne cap?

"El mitjà ideal no existeix. La situació ideal és la lectura contrastada de tots els diaris, o de més d'un si més no". (Àlex Masllorens).

### **Protecció jurídica**

Sembla que hi ha consens sobre la importància de la protecció jurídica de la professió. Però també, que és un procés molt lent i que no sempre té l'efectivitat esperada:

"Cal estatuts de redacció, codi deontològic, clàusula de consciència i secret professional. Hi ha un anquilosament dels mitjans públics". (Roura)

"Els Estatuts de Redacció tenen per objectiu evitar la manipulació informativa per part dels de dalt. És un compromís que va sorgir al II Congrés de Periodistes, el mateix on es va decidir la constitució del Sindicat de Periodistes (1992) on es va proposar l'Estatut Marc, de mínims.

A "El Periódico" l'estatut de redacció està aprovat i en marxa des de l'octubre. Un cop per mes, hi ha reunió del comitè professional (escollit per sufragi universal de la redacció) amb el director. A "El País", l'estatut i les reunions del comitè professional existien abans del Congrés. A "La Vanguardia" i a "TV3", estan en vies d'elaboració" (Mari Ángeles López).



"Cal que l'Estatut de Redacció serveixi. Per exemple a "El País" no serveix" (Regina Farré).

"Cal clàusula de consciència, que ara està aparcada, i cal vetllar pel bon funcionament dels consells de redacció, que sembla que en funciona un a "El Periódico" (Montserrat Minobis).

"El codi deontològic ja limita els perills d'instrumentalització. No crec en més lleis. De la llei protectora a la censura hi ha un pas. Amb el codi ètic ja n'hi ha prou. El periodista sempre està condicionat i ha de trampejar" (Montserrat Nebot).

"Pot haver-hi una dignificació de la professió des de dins de l'actual marc. De fet, no és una situació tan diferent de la de la resta del món occidental. El que sí que és diferent és la capacitat de resposta del periodista davant els abusos de la seva empresa. La solució passa per la constitució de sindicats més forts, amb marges legals sòlids que permetin unes millors regles de joc segons les quals els empresaris estan més limitats que ací.

Arran de la Llei de Fraga vam pensar que ens podíem autoregular però per això caldria estar molt organitzats.

El Sindicat de Periodistes de Catalunya -únic a l'Estat- apareix com a reacció a una situació de crisi organitzativa de la professió (poca implantació dels sindicats clàssics). Caldria una Federació de Sindicats Espanyols (tenim esperances, ja que en altres punts hi ha possibilitats que es creïn sindicats inspirats en el català) perquè els grups de comunicació no són "locals". També és fonamental la participació en la Federació Internacional de Periodistes, al cap i a la fi les empreses multimèdia son transnacionals.

El Sindicat va iniciar el seu procés constituent arran del 26è Congrés del Col·legi de Periodistes (oct-nov 1992). "El Col·legi es trobava amb una limitació evident, era inadequat per organitzar les redaccions d'una manera militant" (Enric Bastardes).

### **Societat de redactors**

Allò que semblaria fàcil, no ho és. L'autogestió sense suport públic és molt difícil. La competència amb la dinàmica draconiana de les empreses privades, la manca del capital suficient i la pròpia actitud no empresarial dels periodistes... fan molt difícil aquesta alternativa.

"Le Monde és un cas especial. En aquest moment és difícil. Els pocs intents que hi ha hagut de fer cooperatives de periodistes han resultat iniciatives fallides. Un obstacle fonamental és que les noves tecnologies són molt cares" (Mari Angeles López).

L'experiència -que potser explica un dels elements del fracàs de les societats de redacció- és dràstica:

"Jo no muntaria mai un diari".(Conesa)

## La televisió pública i la BBC

Si "Le Monde" o "Liberation" són els models d'un tipus de premsa ideal dins aquest món, la BBC ho és pel que fa al model de televisió pública. Però, no tothom en fa la mateixa valoració.

"El model BBC és que les majories parlamentàries no es tradueixin automàticament en el control de la TV. Cal canviar els estatuts de les TV públiques" (Joan Roura).

"M'agrada més el model de la BBC. Els estaments socials intervenen però també amb control parlamentari, perquè no és una empresa privada. El govern de torn no ha de triar el Director General. Es tria en funció de la professionalitat" (Montserrat Nebot).

"Cal desmitificar la BBC. El canvi en el sistema de nomenar el Director General del Govern pel Parlament no significaria grans coses. Si el partit en el Govern té majoria absoluta en el Parlament, elegiria el que voldria. Si tingués majoria relativa caldria pactar-ho amb el partit de coalició. Igualment el nomenat sabria qui l'ha triat. Garantiria més la independència?"

Altres sistemes... un consell d'homes bons que no siguin polítics... és molt perillós, qui són.. qui els tria... Si hem de recórrer als col·legis professionals... com si fossin purs... és un nou tipus de corporativisme.. que ja havia inventat Salazar i Franco.

Més val les coses clares que inventar fórmules més perilloses en nom de la societat. Mentre maní un partit més val que els alts càrrecs siguin propers. És el mecanisme millor: quan es vota també s'està votant el tipus de televisió. Això també passa a França. Les coses són com són. Cal que l'empresa pública estigui controlada pels partits. Sinó, pervertim la democràcia" (Enric Sopena).

Sobre l'atzucac de Ràdio Televisió Espanyola hi ha acord en què el sistema de finançament de la publicitat és absurd per una televisió que fa "servei públic".

"La situació actual de TVE és absurda, en haver de competir amb les privades però havent d'assumir funcions de servei públic (no tot pel criteri de rendibilitat econòmica) i no tenir suport dels pressupostos de l'Estat. Una opció seria la de fer pagar un canon (com Canal+) per aquells que vulguin una programació de qualitat" (Montserrat Nebot).

"La pressió empresarial a la TV pública és menor que a la privada. Cal una televisió pública de debò, objectiva i independent" (Closas).

"Seria millor que TVE no depengués en exclusiva de la publicitat. No s'ha abordat el tema del finançament. El mercat s'ha trencat i s'ha creat la crisi financera de RTVE. És

l'única empresa de ràdio televisió pública europea (incloses les autonòmiques) que no rep subvenció. És un dels molts errors del PSOE. En les pàgines de comunicació de "El País" de fa cinc diumenges (vg 20 març) Jordi García Candau fa unes declaracions que denuncia aquest fet.

Ara és mal temps per intentar que es financi amb els pressupostos de l'Estat, pels problemes de dèficit públic. Falta lucidesa, coratge per prendre decisions. Rebem bufetades pel fet de ser un servei públic però en canvi no rebem contraprestació de l'Estat. Curiosament ningú no qüestiona que TV3 costi uns diners a tots els ciutadans de Catalunya (i de l'Estat). És una situació perversa.

Directius i treballadors tenen clara aquesta situació. Perquè no la fan saber als ciutadans a través de RTVE?

Una campanya d'informació sobre la situació de RTVE faria pujar els colors al Govern... L'article de Jordi García Candau ja ho ha fet" (Enric Sopena).

### **Els estudis de periodisme**

En general no s'ha parlat de la formació dels periodistes. Però els qui ho han fet discrepen sobre el sistema tradicional...

"Els estudis per preparar periodistes serien un suplement de 2 anys de tècniques per aquells llicenciats en qualsevol altre carrera. Si un no sap redactar el primer any, no en sabrà després de 4 ó 5" (Vicent Partal).

"La carrera de periodisme està equivocada. Caldria un tronc comú i 2 anys d'especialitat lligada a la realitat. La Facultat està allunyada de la professió" (Josep M Huertas).

### **Conclusió: acceptació de les regles actuals i manca de nous marcs**

En general es percep una visió crítica sobre la situació actual, però amb un cert to pessimista i, sobretot, amb poca il·lusió en què pugui haver-hi cap canvi -si no canvia la societat -....

A partir de les crues descripcions de la vida periodística que hem aplegat, sembla que no hauria de sobtar que, com passa en qualsevol empresa, la direcció vulgui controlar el producte. El que sobte és constatar que en general el públic -i molts futurs periodistes- continua considerant que la funció dels mitjans, públics i privats, ha de ser la d'informar correctament i no s'acaba de creure que pugui ser possible que algú estableixi filtres comercials o polítics en un tema tant important com la informació.

Sobta també que, a diferència de la percepció ciutadana del poder dels periodistes i dels mitjans per incidir en la realitat... els professionals no sembla que la comparteixin gens. No es veuen amb llibertat per tractar els temes que voldrien, ni com els agradaria... Com si no depengués d'ells.

El cas més xocant és el d'Enric Sopena. És el director d'un important centre de Televisió pública. Ell, com el director general de TVE veuen que el sistema de finançament de TVE és absurd (com ho veu gran part dels professionals). Tindrien la possibilitat de fer servir la televisió per donar informació a la població del perquè de les dificultats financeres de TVE i de deixar clar que TVE, durant 10 anys només ha viscut de la publicitat: que és l'única TV pública que viu només amb finançament privat. Tenen un problema, tenen un mitjà per fer-lo conèixer... i... no s'atreveixen.

La veu anònima de TVC expressa clarament el que les intervencions de la majoria semblen traspuar:

"No m'he plantejat mai quin marc diferent haurien de tenir el mitjans per superar aquestes limitacions. Però potser caldria fer-ho". (Anònim)

Alguns d'aquests professionals, han estat antics lluitadors, individuals i organitzats per aconseguir la llibertat d'expressió. Es va aconseguir allò que semblava impossible... i ara redescobreixen unes limitacions molt més subtils... però ja no hi ha projecte de canvi. I els més joves ja en tenen prou per obrir-se un espai laboral...

Podem plantejar el dubte de si els periodistes més crítics poguéssin decidir... no farien el mateix que els qui critiquen... o bé si es mantindrien en la defensa d'un enfoc independent. Però això seria possible en el marc mercantilitzat i polititzat actual?

Sense una decidida represa de nous projectes, que tinguin en compte la complexitat social, política i tecnològica del present, la llibertat d'expressió i la possibilitat d'una informació crítica, contrastada i globalitzadora està greument amenaçada.

La llibertat es mou entre la burocràcia -del control públic- i la mercantilització -dels interessos privats-. Però, de moment, la recerca de noves fórmules no sembla ser ni la preocupació -ni pot ser la possibilitat- dels professionals, massa apressats per la trepidant producció de l'actualitat.

## 8. Entrevistes

1. **Xavier Giró.** (Professor a la Facultat de CCC de la UAB. CAP redacció de El Viejo Topo).

(Entrevista realitzada per Eva Molinos i Jordi Juan el 25 de novembre de 1993 a la UAB. Duració: 45 minuts)

Existeixen notícies indiscutibles (per exemple, enfonsament d'un edifici) però, evidentment, els mitjans seleccionen. I, normalment, la selecció es fa segons el que decidiran la resta de mitjans. Només és fa ommissió per part d'un diari quan la informació afecta el poder que està relacionat amb el diari "el que no pot fer un diari és equivocar-se contra un amic".

L'última veu, qui decideix, és el director, "com Déu en la ment d'un humà, símbol de poder absolut (els caps de secció, bisbes)". Però, decideixen segons uns criteris. El director és el representant del propietari però manté una certa autonomia perquè té informació política. Però pot perdre-ho tot ràpidament. "Dirigir un diari és com conduir un cotxe, s'ha de tenir moltes coses en compte".

L'autocensura és la pressió més important i, a més, és difícil que la gent ho reconegui. Hi ha també un control explícit, que és pel qual vetlla la jerarquia eclesiàstica. A tots els nivells hi ha gent que és més conscient i d'altra que ho és molt menys. La intervenció dels caps té lloc a tots els nivells, adequant-se a cada un d'ells.

"Els mitjans de comunicació construeixen la realitat perquè fan present el món en el cap dels individus". Exemple: els bisbes de Girona escriuen una carta contra Convergència. Un diari titula: "Pujol arremete contra la carta episcopal", un altre: "Pujol lamenta la carta episcopal".

"La llibertat no es limita a la llibertat d'acollir, és escollir entre què". Política i Economia són les seccions més controlades. Política nacional i/o política nacional, depèn del diari.

El marge de maniobra del periodista es guanya a pols. Si estàs clarament en contra, no; però, si la teva oposició no és tan radical, sí.

Els mitjans de comunicació neixen per respondre a una necessitat de la societat. Però són una oportunitat de negoci i d'influència política. El cas de "El Observador" és clar. Que es mantingui o no la tensió per fer la feina ben feta depèn del diari i de la secció.

Les rutines de la premsa, la immediatesa són molt importants. La premsa precipita decisions en favor de la línia editorial del diari. Aquest és un punt freqüent de conflicte entre comunicòlegs i periodistes. Els acadèmics veuen a tot arreu la mà política mentre que els periodistes consideren que la gran censura és la premsa.

L'organització de l'empresa periodística és paral·lela a l'organització del treball en l'empresa capitalista.

Els diaris no són una necessitat real. Els mitjans de comunicació observen la realitat i s'observen uns als altres (=lògica del mercat). També la premsa escrita està preocupada pel moviment de les audiències. Últimament la pressió de l'audiència ha augmentat. Amb el creixement de la crisi es produeix, d'una banda, escassetat de recursos i, d'altra, una major tendència a l'individualització (a vegades camuflada de col·lectiva).

Hi ha molta informació d'agències i de les diferents vies de informació elaborada (gabinets de premsa institucional i d'empresa). Aquestes fonts tenen més pes quant més petit és el diari. En els mitjans grans, les agències aixequen les alertes. Sense agències, "els petits anirien de cul, els grans no tant". De vegades, els periodistes desplaçats (TV) llegeixen els textos que els envien des de la central.

La premsa escrita presumeix de donar informacions més profundes. Hi ha un cert menyspreu des dels periodistes dels diaris respecte als de TV. Això genera un pique, als de TV els costa admetre les limitacions del seu mitjà. Corporativisme respecte als altres mitjans i respecte als altres treballadors dels mitjans.

La situació ideal? L'ecosistema comunicatiu, la majoria dels mitjans treballen a favor del sistema. Hi ha intersticis: a) mitjans diferents; b) la gent que s'oposa des de dintre, dins del seu marge de maniobra. No existeixen vies úniques. No es poden canviar els mitjans sense canviar la societat. La concentració és molt preocupant.

**2. Ramon Aymerich.** Periodista especialitzat en economia. Ex-redactor de "El Observador" i actual cap de premsa de la "Fundació la Caixa". Professor de "periodisme econòmic" a la "Facultat de CCC de la UAB".

(Entrevista realitzada per Martí Olivella el 25 de gener de 1994 al seu despatx de la Fundació "La Caixa", durant 1 hora.)

Del 76 al 79 es va passar de la censura a la disbauxa. Els periodistes van fer la seva en la informació política, econòmica i de societat. Després el poder va aprendre a dirigir els temes i els mitjans estan més lligats que mai.

Ara hi ha molta homogeneïtat dels diaris amb una excessiva complicitat i compenetració de les direccions amb el poder. Per exemple, els sindicats no tenen cap diari que faci costat a les seves propostes. Hi ha una gran uniformització de la informació.

El procés de control de la informació funciona quan el director munta un "cristo" pel tractament d'una determinada informació. El redactor aprèn per no tornar-la a vessar. L'auto-control es reforça i acaba guanyant la comoditat mental del periodista.

Cada vegada és més difícil que hi hagi outsiders en la premsa, perquè muntar un mitjà és molt car.

Els periodistes que tenien un codi ètic favorable a la democràcia i al socialisme van sucumbir en les primers anys de govern del PSOE. Després de 3 anys de govern socialista el periodista se sent confús, sense model de referència: no sap si treballa pel lector, per l'empresa, pel poder polític, pels empresaris...? No sap on va. No es fica amb ningú si no li aconsella el poder.

Les empreses cerquen la reducció de costos introduint tecnologia que substitueix llocs de treball i facilita l'accés a la professió de qualsevol que faci funcionar un ordinador. Es treballa a preu fet, no es reflexiona, no s'elaboren els temes. Tenir experiència és castigat. El model són els més joves.

S'està produint la contaminació de la premsa per part de la televisió. Des de fa 5 anys hi ha subdirectors dels diaris escoltant que diuen les ràdios i les televisions. La informació de la ràdio, que és la menys elaborada, marca la premsa.

El mimetisme dona seguretat. "El País" i "La Vanguardia" són forts i no tenen por de treure una notícia, però estan molt a prop dels poders. Els petits, segueixen els forts i tenen por de vessar-la.

Les institucions donen tema als redactors i als directors. Els redactors com a molt proporcionen el 25% de les notícies.

Els temes tabús són: la "Casa Real" i "El Corte Inglés" (posa molta publicitat). Les grans empreses tenen molta capacitat de pressió: Gas Natural, Seat, el Barça...

El Col·legi de Periodistes no resol la situació, està massa vinculat als grups de poder i empreses periodístiques. El Sindicat ho està fent bé. Interessant l'informe sobre "El Observador" publicat a "Capçalera" per en Pernau.

El marc legal està resolt, però no està massa clar que és fer mitjà avui. Cal una formació molt acurada dels periodistes, però això vol dir diners i temps.

Les empreses han de cercar més els seus interessos i desvincular-se del poder polític. Falten empresaris de premsa que es mantinguin lluny dels polítics. En Ruiz Mateos ha après la lliçó: "Si hagués comprat l'ABC no m'haurien expropiat". Però cal fortes inversions (6.000 milions) i un període llarg per esperar rendibilitat (6 anys?).

Els Consells de redacció han de tenir els seus Estatuts que els defensin.

En la transició, el PSUC va apostar per la institucionalització i les altres forces no tenien massa projecte. Des de la transició hi ha uns quants periodistes que han quedat expulsats de la professió: Vilanova, Reixach, G. Mompert..

El Triangle es dedica a la intoxicació, pagat per Albert Garrofé. Per exemple, no s'ha ficat mai amb Javier de la Rosa ni amb Tibigarderns. "4 Semanas" és un bon mitjà. El Periódico està marcant el límit d'un diari pel que fa a la relació entre imatge i text, i deriva cap a Esports i Societat.



3. **Àlex Masllorens**. Periodista. Impulsor de "El diari de la Pau" i de "La Productora". Actualment treballa a "Immigració" de Càritas.

(Entrevista realitzada per Eva Molinos, l'1 de febrer de 1994 a Barcelona. Durada: 45 minuts)

Del que jo conec de la professió, als petits diaris i premses la gran pressió és econòmica i el que importa al periodista és omplir un espai. Per això recorren tant a les informacions de les agències i oficines de premsa.

Sovint els periodistes normals es desprecien ells mateixos i la seva feina. Però, també hi ha dels que són conscients de la seva importància.

Últimament hi ha la moda de convertir-se ells mateixos en notícia, sobretot de la de televisió. És preocupant.

Existeixen importants diferències entre els diferents mitjans pel que fa a qualitat. La premsa és caracteritzada per ser més reflexiva.

D'autolimitació n'hi ha molta. Tret de casos puntuals (14D, Guerra del Golf...), a les empreses la imposició directa és poca. És més freqüent l'autocensura per conservar un status (director, redactor en cap...). Els que imposen la línia són els periodistes de dalt segons el que pensen que volen els que paguen.

Alguns periodistes amb inquietuts aconseguen colar algun gol de tant en tant. Un exemple, una notícia sobre l'experiència d'uns drapaires de Sabadell que s'havien organitzat. Va costar molt que sortís, finalment va publicar-se en un suplement de cap de setmana ("El Periódico") i va ser un èxit; la resta de mitjans se'n van fer ressò.

Respecte a la limitació per força, un exemple: en l'època dura de "El Correu Català", amb motiu del centenari de Marx, el Villatoro i jo vam escriure un article amb bona dosi d'automoderació. Però, es veu que la dosi no era suficient perquè no es va publicar. El Josep Sanz, que llavors era el redactor en cap, el va aturar. Això va passar abans del 84.

Quan et fiques amb els pobres pots dir tot el que vulguis però si critiques un dels que compten tot ha d'estar contrastat, has de donar-li l'oportunitat de defensar-se. A més, la indignitat dels quiquis es pressuposa. Els tòpics (raça, etc) es retroalimenten.

Les excuses de que un determinat tema no agrada a l'audiència... sovint són falses.

La llibertat d'expressió està bé com a objectiu però a la realitat, a les societats occidentals, del que es tracta és de fer creure a la gent que és molt més lliure del que ho és en realitat.

El mitjà ideal no existeix. La situació ideal és la lectura contrastada de tots els diaris, o de més d'un si més no.

Propostes? Fa vint anys la premsa volia ser una eina de canvi, però avui en dia falta el sentit militant dels periodistes.

A les empreses periodístiques existeix una ideologia explícita, la què es revela a través de les editorials. Hi ha supervisió ideològica: Joan Tàpia controla amb molta cura i personalment la secció d'"economia". Viladot, compte sobretot a "política catalana".

L'objectiu de l'empresa periodística és més el de crear la notícia que el de reproduir la realitat, més influir que informar. Les "empreses" desmilloren el producte, en tots els sentits. En els últims temps, hi ha un augment de la frivolitat (per exemple, els pobres no venen si no hi ha morbo pel mig).

La televisió és molt diferent a la premsa. La gran virtut de la TV és que dicta què és notícia i què no ho és. Autoreferència. Els mitjans estan contínuament fent autoreferència. Hi ha coherència de tots els diaris, per consens explícit. Com passa a totes les empreses, de vegades decideixen sense ser conscients de la transcendència de la seva posició.

Els periodistes tenen possibilitat d'influir tant en la manera com es tracten els temes com en els temes que surten -i amb quins titulars surten-. Possibilitat puntual, no llibertat. Tothom té una responsabilitat.

#### 4. Joan Roura. Mundo Diario, El País, TVE, TVC.

(Entrevista realitzada per Jordi Juan, a TV3 el dia 22 de febrer. Duració 40 minuts.)

Cada cop es decideix més amunt què és notícia: escaletes, primeres planes, la jerarquització de la notícia. Les divisions i formats de l'informatiu són decisius perquè les orientacions predeterminen els continguts, tal com ho fa un "tabloid". Ara hi ha més informació de primera mà, perquè hi ha més diners per a corresponsals i enviats especials, cosa que abans només es podia permetre "La Vanguardia".

La piràmide del poder: direcció, consell de redacció (caps de secció), redactor. Més pes de la pressió directa que de l'autocensura. Exemples. El cas de la crònica de la Besses sobre l'autocrítica de la TV francesa de la manera com havia informat de la Guerra del Golf, que va saltar. Trucades des de dalt per dir que s'ha de fer una visita del Papa. Les rodes de premsa són un cas clar d'autocensura: ningú no pregunta allò que no toca. Cas flagrant de la vaga general: la majoria de les redaccions van votar a favor de la vaga, però les informacions de la vaga tenen un to contrari. De vegades, cas del Periódico, els titulars tenen poc a veure amb el contingut, cosa que indica la mà negra de la direcció. A Madrid els mitjans es vigilen més els uns als altres, però a Catalunya hi ha més vigilància de l'entorn pròpiament dita. La "dictadura de l'audiència" és una excusa excel·lent per fer les escaletes que vol la direcció dels mitjans. La qualitat té audiència, com ho demostren programes com "Ciudadans".

Estem en el punt més baix de la llibertat d'expressió des de 1978, tant als mitjans públics com als privats, i va en augment. Des que hi ha el "pacte del Liceu" (PSOE-CIU), mai no hi havia hagut tants mitjans per defensar una mateixa política.

Model BBC: que les majories parlamentàries no es tradueixin automàticament en control de la TV. Cal canviar els estatuts de les TV públiques. Calen estatuts de redacció, codi deontològic, clàusula de consciència i secret professional. Anquilosament dels mitjans públics. Periodistes avui dia encara moderadament d'esquerres, però poc militants.

## 5. Mari Àngeles López. El Periódico.

(Entrevista realitzada per Eva Molinos a Barcelona, el 24 de febrer de 1994. Duració: 90 minuts)

Només parla de la premsa escrita diària, que és el mitjà que coneix.

Notícia? Depèn del plantejament del mitjà. Hi ha canals estratificats. Les informacions són de 2 tipus:

- fonts institucionals ==> tots els mitjans alhora.
- exclusives periodístiques.

El staff és qui marca la pauta i qui decideix, mitjançant les decisions de la reunió de coordinació dels caps d'àrees, caps de secció i els caps de redacció.

La informació està absolutament estratificada:

a) Fonts cada cop més institucionals ( "literalment, inundació de papers"). També són importants les fonts extraoficials, aquelles personals del periodista, collita particular (un cap de redacció pot destruir fàcilment la llarga feina del periodista de fer-se seva una font. Especialment, en el cas de certs caps joves que no entenen la importància de cuidar les fonts).

b) Els criteris de selecció de les notícies depenen en bona mesura de la sensibilitat personal del cap de redacció per distribuir l'espai disponible. Seleccions successives: cap de secció ==> cap d'àrea (si existeix) ==> reunió amb la resta de caps d'àrea i el cap de redacció (pot haver-hi més d'un cap de redacció). L'última paraula la té el cap de redacció (que normalment sintonitza amb els propietaris del diari). Normalment, els redactors de tropa proposen temes d'acord amb els seus criteris.

Censures explícites, quan es topa amb interessos comercials. Exemple: la cursa de "El Corte Inglés". 2 mesos abans tots els diaris donen ja prèvies. El dia de la cursa, l'esdeveniment es cobreix magníficament. Cobertura desproporcionada. Altres entitats amb poder de suggeriment són SEAT, els bancs, etc..

Pot ser més que censura...Encàrrecs: "L'Illa". Quan s'havia d'inaugurar tots els diaris en van parlar molt però en el cas de "El Periódico" va ser exagerat. Causa: barreja d'interessos comercials i la debilitat personal del redactor en cap (li agradava molt la idea, Barcelona al nivell europeu).

Nivell polític: les pressions pesen molt. S'exigeix la sintonia política. Lluites (la freqüència depèn del periodista -hi ha persones més dòcils i d'altres menys- i del mitjà concrets) entre el periodista i l'staff. -"Yo soy un mercenario de la información" (citad, no identificat).

Saben els periodistes que hi treballen a qui pertany un diari? No existeixen dades però saps a qui interessa complaure (vox populi).

Quins objectius són prioritaris, els comercials o els polítics? La veritat és que es difícil de dir, no se sap quins pesen més. Exemple: El mes de gener passat, quan Maragall va fer públic el balanç de la ciutat, "El Periódico" va dedicar una plana i mitja al tema. Els periodistes consideraven que era excessiu però la decisió depenia del redactor en cap i ell en té debilitat... El periodista no controla l'espai.

Abans, els diaris eren un equip, amb la coparticipació dels periodistes. Ara la informació i les empreses estan fortament estratificades.

La informàtica és un element amb gran poder d'aïllament i d'estratificació. Les seccions no s'intercomuniqueu entre elles, únicament hi ha coordinació des de dalt.

Però, l'element decisiu de transformació de les redaccions no ha estat tant la informàtica com la jerarquització -estratificació de les categories professionals- dins la redacció. La nova figura entre el redactor en cap i el subdirector: els coordinadors d'àrea. Aquesta jerarquització respon a la voluntat de controlar la informació per part dels propietaris, tot i que de bon principi aquesta no fos la intenció manifestada. "Los compromisos políticos nunca los sabremos".

La millora de la qualitat del producte informatiu ha estat l'excusa de les transformacions, tant de la introducció de la informàtica com de la progressiva jerarquització. Es parla en termes de control de qualitat, per aconseguir un bon acabat. Però on s'arriba és a un control absolut de la informació. I, mentrestant, la qualitat no ha millorat: es continuen fent cagades diàriament -i sovint són errades greus-.

Quant a les limitacions que es deriven de les rutines, depèn del periodista. Hi ha periodistes que "continuan dando el callo todos los días, que luchan cada día".

Des de l'empresa és més fàcil aconseguir la sintonia dels periodistes joves, els nouvinguts. Evidentment la precarietat del lloc de treball és decisiva. Però, també és veritat que un cop la situació laboral està més consolidada la docilitat no s'acaba. Probablement és qüestió d'inèrcia, i també són importants els vincles personals, afectius, que es creen. Afiliació i situació dins del grup humà que és la redacció.

Un altre problema de la proliferació de caps joves és el fet que l'ascens hagi estat tan ràpid: fa que no tenen experiència pròpia sobre el treball que han de dirigir i això té greus conseqüències, com ara que canviant els titulars d'un article es puguin carregar fàcilment una font valuosa per al periodista que l'ha escrit. Són insensibles perquè no tenen ni idea de la feina i el temps que porta el fer-se una font.

Hi ha molts casos d'ascensos de vertigen en els llocs de mitjana responsabilitat. En general l'ascens pot fer-se per tres vies:

- 1- per mèrits,
- 2- per amistats,
- 3- per docilitat.

Aquesta darrera és molt valorada i efectiva. El problema és que la gent que la utilitza "acostuma a acabar cremada fàcilment". Sobretot en el cas dels joves, és delicat perquè es troben entre la jerarquia i la tropa i, en realitat, no estant integrats ni en un nivell ni en l'altre.

Existeixen nivells de censura diferents segons les seccions. Les seccions on el control és major són les de política catalana i espanyola.

La censura, com ja he explicat, sovint és fa en un altre sentit, més aviat en el sentit contrari: encàrrecs i instruccions. Exemple: durant 4 anys he estat l'encarregada de la secció d'educació. Des de fa un any aproximadament estic a comarques. La raó és que va haver un canvi de redactor en cap i al nou no li agradava com portava Educació. Després d'un cert temps de desaprovacions amb excuses diferents, va acabar explicant-me que els temes que jo proposava no es corresponien amb els seus objectius. Em va proposar que fes reportatges. El que volia era que anés als bars de les universitats a tafanejar i que després escrivís alguna cosa graciosa.

Com que aquest plantejament no m'interessava, mai ho vaig fer. I per això em van passar a un altra secció.

En cert sentit "es bueno que haya chirridos, disonancias entre los criterios de los de tropa i los responsables".

Els interessos ideològics existeixen i són importants. La censura no és escandalosa però sí eficaç. Més que censura, el que hi ha és dirigisme, és diferent a la censura d'anys enrera. En el cas de "El Mundo", per exemple, l'orientació ideològica és evident, el paga la dreta per fer la contra.

Perspectives? El perill bàsic, avui per avui, és la concentració creixent dels mitjans. Es tendeix al monopoli. No sé si es pot trencar la barrera des de la base. En tot cas, els periodistes estem molt allunyats.

El gran problema és la mercantilització de la informació.

Entre els periodistes, en general, hi ha consciència de la importància del nostre treball però quant a l'actitud (les ganes de presentar batalla), depèn... Sóc pessimista.

Les joves generacions ho tenen difícil, és un moment complicat. Les condicions actuals són pitjors que quan vam començar nosaltres (redaccions=illes, precarietat laboral etc.).

Propostes, vies de millora... **Estatuts de Redacció**. Objectiu: evitar la manipulació informativa per part dels de dalt. Compromís que va sorgir al II Congrés de Periodistes, el mateix on es va

decidir la constitució del Sindicat de Periodistes (1992) on es va proposar l'Estatut Marc, de mínims. A "El Periódico" l'estatut de redacció està aprovat i en marxa des de l'octubre. Un cop per mes, reunió del comitè professional (escollit per sufragi universal de la redacció) amb el director. A "El País", l'estatut i les reunions del comitè professional existien abans del Congrés. A "La Vanguardia" i a "TV3", en vies d'elaboració.

Societat de redactors. Le Monde és un cas especial. En aquest moment és difícil. Els pocs intents que hi ha hagut de fer cooperatives de periodistes han resultat iniciatives fallides. Un obstacle fonamental és que les noves tecnologies són molt cares.

El que queda són sortides particulars. Exemples: Javier Artocha, de "El Periódico", com que està molt interessat en els temes de Tercer Món, de tant en tant aconsegueix colar alguna cosa. Es diu que són temes que no interessen la gent, que el que interessa són les potències, però no està gens clar. La prova és que de vegades, temes d'aquests (Tercer Món, Quart Món, etc) han tingut un gran èxit. La sensibilitat del periodista és important. Un altre exemple, una amiga meva, de la que no diré el nom, té una estratègia que em convenç. Ella diu que només amb que un cop al semestre pugui col·locar algun dels seus temes es dona per satisfeta.

## 6. Regina Farré. Mundo diario, TVC.

(Entrevista realitzada per Jordi Juan, a TV3 el dia 2 de març. Duració 1 hora.)

Els criteris de selecció de la notícia no són estrictament professionals: escaletes, sumaris, portades. Influència dels polítics, de l'economia, de la publicitat, de l'amiguisme. A la TV és on hi ha el control més estricte: vídeos que salten. Voluntat que la TV funcionés malgrat la vaga general. Més llibertat a la ràdio: les paraules se les emporta el vent. Cas publicitat "El Corte Inglés". Llatinoamèrica no existeix a TV3. Molt control a RNE, on la gent que no combrega se l'envia a Ràdio Exterior d'Espanya. Autocensura sí. Consell de Redacció. Des de dalt es modifiquen escaletes. Trucades. Pujol a roda de premsa respon que és cert que hi ha massa Orca Ulisses. A l'escaleta d'aquell TNV passa del 5 al 10.

Ha deixat de ser notícia la informació laboral i de moviments socials. Tractament de la informació cada cop més superficial. No hi ha seguiment més enllà de quan salta la llebre, candent. Director info no diaris: "Ens va bé que a Rússia hi hagi merder". Eleccions: treure cadires buides, inserts estúpids. CIU amb musiqueta.

María Ángeles López degradada a "El Periódico" d'Educació a Comarques. Diego Armario a Ràdio Exterior. Cas del "Diners", de l'assessor que havia de venir de l'"Observador" però al final no el van agafar per informe que era conflictiu sindicalment. Pas després de vacances de Ramon Espuny de Catalunya Política a Cultura.

La investigació s'ha utilitzat com a arma de pressió amb poderosos: cas Amedo. Unanimitat que fa fàstic. L'angúnia de destacar coses que els altres no destaquen. Comparació de rodes de premsa entre periodistes al final. Es tira molt d'agència.

Mercadeig de les exclusives: Felipe parla amb els periodistes que el deixen bé. A Espanya no opina, quan és a Internacional sí. Regals a Economia: cobrir fets perquè un tio paga.

1994: un dels moments que la llibertat d'expressió està més amenaçada: homogeneïtat. Contractes temporals, gent que no està en plantilla. (vaga obsessió piquets).

Estatut de Redacció que serveixi: a "El País" no serveix. No surten a la llum els problemes de molta gent exclosa.



## 7. Montserrat Minobis. Ràdio Nacional d'Espanya

(Entrevista realitzada per Jordi Juan, el dia 7 de març.  
Duració 45 minuts.)

Accentuació del caràcter morbós, de la informació política, econòmica i esportiva. De la informació política interessa la informació extrapolítica. Els mitjans públics s'han deixat arrossegar pel joc competitiu entre empreses públiques i privades.

No creu en les lleis del mercat que s'invoquen per imposar una determinada programació. L'audiència consumeix allò que li dónes. Precipitació a l'hora de fer conjeitures. Hi ha poc periodisme de carrer i massa ordinador. Pressió dels redactors en cap. La proliferació de gabinets de premsa ha portat al control de la informació. Dictadura de l'evasió.

S'exerceix l'autocensura: no es diu "no ho diguis", sinó que les propostes es deixen aparcades. De vegades sí que existeix veto, però ara la censura és més aviat que un "superior" et suggereixi "vols dir que això té interès?" Sovint telefonades al director, de poder a poder.

Consells de redacció. Als contestataris se'ls arracona, se'ls té fent coses sense gaire transcendència. Argument de "qui paga mana". Et recorden que "el teu sou surt de la publicitat".

A RNE hi mana Madrid, que és des d'on vénen les directrius. Tots els contractes se signen a Madrid. Ràdio 4 tinguda per un fet polític, no periodístic, cultural o lingüístic. Volien que Tino Romero fes el programa dels matins de Radio 1 a Madrid i li van oferir la lluna. "Aquí está el poder". Centralisme més accentuat des que hi ha el Diego Carcedo, que vol convertir en purs repetidors els centres autonòmics.

Llibertat d'expressió sí però condicionada per les "lleis del mercat". Li agradaria pensar que a aquest país els polítics són d'esquerres i que, malgrat tot, respecten aquesta llibertat. Obstacles dels partits als consells de redacció als ens públics. Lloança del sistema britànic. No al sensacionalisme. Cal clàusula de consciència, ara aparcada, i vetllar pel bon funcionament dels consells de redacció, que sembla que funciona a "El Periódico".

L'espectre ideològic, en teoria, sembla que sí que està tot cobert. Però, per exemple, bronca del Ramon Font, perquè en un info matinal no va obrir amb la notícia de la recuperació de Samaranch. La por dels directius a rebre una trucada del PSC o de CIU. Gens d'acord que el poder als mitjans sigui una corretja de transmissió del Parlament. Els mitjans públics han de ser més objectius, educatius i culturals. El pacte PSOE-CIU ha fet que els mitjans públics sota el seu control siguin menys agressius els uns amb els altres, menys tendenciositat.

**8. Vicent Partal.** Estudis de Magisteri i de Geografia i Història. Inici de la professió 1983. Especialista en internacional. Col·laborador de diversos mitjans, actualment a Catalunya Ràdio.

(Entrevista realitzada per Eva Molinos i Martí Olivella el 8 de març de 1994 a un local de pça Catalunya, durant 1 hora.)

La censura actual és diferent de la clàssica. A l'Estat Espanyol hi ha tres temes intocables: la Monarquia, el terrorisme i la unitat d'Espanya. En cada mitjà hi ha algú que vetlla per la correcció d'aquestes informacions.

Les limitacions provinents del sector comercial -mitjançant l'amenaça de reduir la publicitat- són comuns arreu del món.

L'estructura de la professió periodística a Espanya és una de les principals causes de l'autocensura. Els periodistes de base són poc autònoms. Acostumen a ser molt joves, estan poc preparats i, per tant, poc disposats a enfrontar-se amb la direcció. Estan temptats a seguir la línia fàcil: no tenir problemes. La carrera de periodisme està mal estructurada. La pràctica habitual en els mitjans és que quan un periodista porta 10 anys sortint al carrer només té dues opcions: o comença a manar en alguna àrea o es dedica a escriure opinió. Aquest costum prové del franquisme. En la transició es va anar arraconant la vella escola i es van incrementar molts llocs de periodistes nous. Els mitjans tenen massa responsables i els directors són molts joves. A Itàlia, als EUA... és habitual que els redactors siguin persones amb experiència de molts anys, que poden fer front tranquilament a les pressions de qualsevol i que no aspiren a deixar de ser redactors perquè es consideri que són uns bons professionals.

Amb aquesta situació de dependència dels redactors, el polític sols ha de pressionar el director del mitjà, perquè aquest ja controla els periodistes. A Europa, també es donen casos de control de la direcció sobre els redactors, però acostumen a provocar una reacció d'aquests. Als EUA és impensable que un director d'un mitjà dini amb un polític.

El periodista ha de tenir consciència política i fer política. Però el seu posicionament polític l'ha de distingir de la professió. De nou, som hereus del franquisme. Per lluitar contra el franquisme alguns periodistes es van habitar a certs vicis: manipular la informació estava justificat. Però n'hi ha alguns que, ara, continuen fent el mateix, de forma injustificada. Enric Sopena havia treballat contra el franquisme, però ara censura.

En general hi ha una macdonalització de la notícia.

L'esquema de selecció de notícies és més o menys aquest: arriba un telex, d'entre tots els papers el cap de secció tria els temes interessants -que molts cops vol dir que són els temes que agraden al seu cap-. Hi ha diaris que a les 10 del matí ja tenen la portada decidida!

En general cada vegada se surt menys al carrer a cercar informacions. Hi ha diaris que ofereixen servei de menjador als redactors... "i quan surten?" (Regàs li comentà això a Alfons Quintà en ocasió de visitar "El Observador").

Em pregunto si el periodista pot dir la veritat o si hi ha una limitació intrínseca. El periodista no pot ser imparcial. Queda afectat per nombrosos condicionants. Però sí que pot ser honrat: que no amagui informació. És normal que la prioritzi i l'organitzi a la seva manera, però que no l'amagui. S'han amagat moltes coses. Per exemple: la xiulada al Rei a l'Estadi Olímpic; l'assassinat a sang freda dels militants d'ETA a Lliçà (que produí l'aplaudiment de la redacció de TVE Sant Cugat), els amors del Rei, l'especulació del Poble Nou i tota posició anti olímpades... amb un pacte de silenci. Un periodista suec estava sorprès de veure el suport unànim, perquè, deia, que un esdeveniment com aquest sempre provoca un percentatge de població en contra...

Els estudis per preparar periodistes serien un suplement de 2 anys de tècniques per aquells llicenciats en qualsevol altre carrera. Si un no sap redactar el primer any, no en sabrà després de 4 ó 5.

Hi ha poc periodisme d'investigació, perquè cal assumir el risc del fracàs. El tema fonamental d'un periodista és cuidar les fonts.

Per fer periodisme internacional cal conèixer molta història i tenir una desconfiança respecte a tot, malgrat això, sempre te la poden clavar.

Les noves tecnologies estan democratitzant la informació: cada vegada són menys costoses i són més difícils de controlar centralitzadament. La generalització del PC, el cable (les autopistes informatives d'Al Gore) obren enormes possibilitats de fer circular informació més enllà de les limitacions convencionals.

Hi ha mitjans que creuen que el més important és la informació internacional, però no hi posen els mitjans ni la gent necessaris. El mitjà de referència hauria de ser el que fa millor la informació del país. L'èxit del New York Times, a diferència del que es creu, es fonamenta en les seves edicions locals i no sols en la internacional.

No ens hem d'enganyar. La informació internacional és la més embotellada de totes. Totes les televisions disposen de les mateixes imatges. I la informació internacional és molt sesgada perquè és molt difícil de fer. Acostuma a faltar coneixement del país i del tema. La feblesa econòmica de les empreses impedeix que hi hagi corresponsals permanents. Molts corresponsals ho són per amistat amb la direcció o com a premi. En Llibert Ferri en sap molt, però no el mantenen perquè no fa la pilota. També hi ha problemes ideològics: Tomás Alcoberro després de tants anys coneix molt bé el món àrab i en defensa les seves posicions. Això no agrada.

Hi ha fets de repercussió internacional que són fruit de planificació prèvia. L'ONU després de la Guerra del Golf, havia d'intervenir per demostrar el seu paper en el nou ordre mundial. Podia intervenir a Angola? amb molta més violència i fam que a Somàlia? però s'hauria d'haver enfrontat amb dos exèrcits molt potents,.. Podia intervenir a Sudan, però hi ha un conflicte entre cristians i musulmans que posava en posició delicada a Butros Ghali (d'origen cristià). Es va decidir la intervenció -amb suport mediàtic- a Somàlia pensant que seria un objectiu fàcil i brillant.

En les limitacions de la premsa, el factor comercial és secundari en relació al factor polític. Els mitjans públics tenen sentit per democratitzar els mitjans, però no estic a favor dels mitjans públics perquè l'estatalisme porta al paternalisme i aquest trenca les iniciatives cíviques. La trama cívica del 1975 s'ha desfet per la intervenció de l'estat. TV3 podia haver seguit el sistema de la BBC.

L'Estat hauria de posar les bases perquè la proliferació de mitjans fos possible. Sobre 20 ó 30 televisions segur que n'hi haurien 5 d'innovadores. Quants més mitjans, més competència i més dissonància possible. L'Estat ha de facilitar les infraestructures perquè els mitjans puguin treballar, per exemple reduint problemes (que Telefònica no faci només acords globals amb les empreses més fortes), que la distribució de premsa sigui pública i al servei de totes les publicacions (com a França).

La publicitat institucional la suprimiria. Estic en contra que es gastin els diners de tots per fer publicitat. I esdevé un control excessiu que pressiona els mitjans. Es poden cercar altres fonts d'ingressos que no siguin els de la publicitat: incrementar la política de subscripcions, aprofitar l'empresa per vendre altres serveis... En definitiva, el diari l'hauria de pagar el lector com a Àustria, que no hi ha publicitat: menys pàgines, més control de les despeses, suprimir les despeses de prestigi (corresponents a una actuació política): Directors que cobren 11 milions a l'any, que disposen de cotxes amb xofer i pisos de 250.000 ptes al mes...

## 9. Anònim. Treballa des fa anys a Televisió de Catalunya.

(Entrevista realitzada per Martí Olivella el 15 de març de 1994 al bar dels Estudis de Sant Joan Despí de TV de Catalunya)

En el cas de TV de Catalunya veig diferents tipus de limitacions.

La primera és la pressió del partit sobre la direcció. La mateixa direcció pensa "aquest tema no agradarà al partit" o no agradarà a tal amic que té carnet. Es tracta sempre de quedar bé amb els superiors. Són més "papistes que el papa" (més pujolistes que Pujol).

Quan la Guerra del Golf es va veure un pro americanisme descarat. La majoria dels caps de TVC han rebut allò que entre passadissos es diu "beques de la CIA" per anar a estudiar als EUA. Quan els seleccionen han de contestar un qüestionari.

La pressió comercial es fa de moltes maneres. Per exemple un patrocinador suggereix que es facin reportatges sobre determinades empreses...

Al cap dels anys aquest conjunt de limitacions frenen l'autonomia del periodista. Les males experiències del passat condicionen el risc de nous experiments.

Tant en les privades com en les públiques funciona allò de qui paga mana.

En la història de TVC hi ha hagut un canvi en el tractament dels informatius. Van començar un grup d'ENG's que no eren periodistes, formats per l'ENAF en prioritzar la imatge sobre el text. Però a mesura que els periodistes de diari han estat majoria han anat canviant l'estil.

No m'he plantejat mai quin marc diferent haurien de tenir el mitjans per superar aquestes limitacions. Però potser caldria fer-ho.

**10. Mercè Conesa.** Redactora de "El Periódico" de la secció de societat i ecologia.

(Entrevista realitzada per Martí Olivella el 24 de març de 1994 al locutori de El Periódico, durant 1 hora.)

Els fenòmens nous més significatius d'aquesta dècada són:

- 1 - Espectacularització de la informació
- 2 - Allunyament de la realitat
- 3 - Homogeneïtzació de les informacions.

La televisió és un espectacle. La ràdio ha optat per ser la veu de la societat institucional. S'ha revifat. La premsa no ha sabut trobar la seva manera d'estar i l'ha de trobar.

1. La premsa escrita enfoca espectacularment els fets normals. (Per exemple quan hi ha un cas de meningitis en una escola es dedica molt espai malgrat s'hagi comprovat que no hi ha cap epidèmia). En "El Periódico" es dediquen moltes pàgines a aquest tipus d'informacions.

Aquesta espectacularització, que ja venia de lluny per la pressió del tractament informatiu de la televisió, es va destapar amb el tractament de les nenes d'Alcàsser.

La notícia hauria de ser allò que t'explica també el perquè. Però de fet, és notícia allò que enganxa la gent, que toca la fibra sensible de l'espectador, els sentiments... Per exemple, en el tractament de la SIDA es donen notícies amb una vessant espectacular.. Es tracta d'escandalitzar!

2. L'allunyament de la realitat. El periodista queda molt afectat per les noves tecnologies, positivament, però també l'allunyen de la realitat. La premsa queda arrossegada pels espectacles de la televisió. La tecnologia afebleix el periodista perquè no pot contrastar els fets allunyats, que li arriben electrònicament, però que s'han de publicar perquè la televisió l'emet. Els qui decideixen què es publica són una gent que passa moltes hores tancats i no tenen una apreciació del què passa i donen poca capacitat de decidir als periodistes.

3. Homogeneïtzació. Tots els diaris diuen el mateix (s'ha perdut la informació local, propera a la gent de cada lloc). Els responsables dels diaris veuen tot el dia la CNN. Donen prioritat a la realitat institucional, es fan diaris per a la societat que està afectada per les polèmiques institucionals. El periodista de peu desapareixerà perquè porta informacions properes que queden desbancades per les grans notícies.

Què hauria de fer la premsa per sortir de l'impasse?

- fer un producte més bo (introduint infografia)
- substituir el diari paper pel diari electrònic

(només l'edició del dominical del New York Times consumeix 50.000 arbres, -comentari de Bertelsmann a les jornades de "La premsa a l'any 2000").

Caldrà tornar al enfoc més crític de la informació. Per exemple "Liberation" ho fa bé: dóna visions àmplies.

També la premsa tindrà una funció de donar serveis.

Cal canviar el model de promoció social dins els mitjans sense que signifiqui que ascendir sigui ocupar un càrrec burocràtic, i deixi de fer de periodista. Les dones en general no volen aquest tipus de promoció.

Aquesta dècada els diaris han hagut d'estar atents per no perdre el tren de la innovació tecnològica. En general no s'han perdut lectors, però tampoc se n'han guanyat. Es compren els diaris els caps de setmana.

Les limitacions. No hi ha pressions. Com a redactors no arriben. Hi ha algun cas que es va tapar (El pare de Javier del Rosa en l'afer de la Banca Garriga i Nogués i la Zona Franca). Les notícies es publiquen però com? en un racó? El problema és la valoració de la notícia, com es tracta i on es publica. Les "valoracions" aturen temes durant setmanes perquè es dóna prioritat a d'altres. No es censura, però hi ha prioritats espectacularitzadores que resten espai per a d'altres informacions.

Possiblement hi ha coses que algun diari té i que no es publiquen.

L'alternativa seria una línia crítica i globalitzadora.

El diari que m'agradaria: que sigui crític, doni una visió global amb totes les postures o d'algun especialista que en sàpiga.

Però els esforços només van a la modernització (diari electrònic).

Prima la publicitat. Es determinen els espais publicitaris, després s'omplen amb gràfica i, per fi, amb text. La publicitat és l'únic sistema per finançar el diari (amb 100 ptes es paga just el paper).

Hi ha una crisi dels diaris i dels periodistes tradicionals. No es pot competir amb les "grans" notícies. Els corresponsals tampoc poden competir amb les grans agències i cadenes, però el periodista pot contextualitzar el fet pels seus lectors, i l'agència, no.

Jo no muntaria mai un diari.

**11. Llibert Ferri.** 45 anys, ha passat per Mundo Diario, Diari de Barcelona, El Temps i TV3, on treballa actualment. Ha estat corresponsal a Moscou i n'és l'enviat especial habitual de TVC.

(Entrevista realitzada per Jordi Juan, a TV3 el dia 6 d'abril. Duració 45 minuts.)

Les notícies es ressalten segons la seva rendibilitat política, ideològica o econòmica. En les trameses de les grans agències internacionals de notícies es palesa quins són els grans interessos de mercat. La nòmina dels directius és variable segons l'aproximació a les fites. Fidelitat no per ideologia sinó per sou. Al marge d'això, hi ha d'haver sintonia entre caps i direcció.

Avui dia s'imposa la compulsivitat, no és contrasta. Cas de censura directa: crònica de la Besses durant la guerra del Golf sobre l'autocrítica dels canals francesos sobre com n'havien informat. La funció del mitjà no hauria de ser competir sinó informar. El mercat no hauria de ser dels interessos sinó de l'opinió pública. El "TN NIT" truca als diaris per poder obrir com ells.

"Reuters", vinculada a Jeffrey Sachs i FMI, fa una deformació total de la realitat de Rússia, amb un suport incondicional de Ieltsin. "EFE i AFP" són més fiables a Moscou. Les agències són monopolis. "AFP" liberal d'esquerra, lligada al govern francès. "Reuters" més conservadora.

Nivell baix de professionalitat, d'ètica, d'independència, d'obertura de mires, de posada al dia. Periodisme com a sentit ètic de la vida: dir la veritat del que està passant. Autocensura és igual a corrupció, però és una tradició llegada pel franquisme. Falta d'escola democràtica en la premsa.

Dictadura de l'audiència o sobre l'audiència? Perquè les audiències es formen. A TV s'ha notat l'arribada de les privades, però ja abans hi havia un cert groguisme a TV3, per la captació de molta gent provinent de "El Periódico".

La llibertat d'expressió als mitjans de comunicació és igual a la llibertat de votar o de consumir. Pots elegir entre el mal i el pitjor, però no pots rebutjar. Vivim, però, en una etapa negra per a la llibertat d'expressió i d'informació. A Europa van ser bons anys per a la llibertat d'expressió la dècada dels anys 30 (no a l'Europa feixista) i la postguerra de la Segona Guerra Mundial. Hi havia molt més debat.

Tots els seguidors de Popper acaben al Fons Monetari Internacional. Per superar la situació cal la valentia dels sectors no corruptes, del sector jove. La gent de baix està molt desarmada, cosa que fa venir por del populisme.



## 12. Albert Closas. Secció Economia de TV3.

(Entrevista realitzada per Jordi Juan, a TV3 el dia 14 d'abril. Duració 15 minuts.)

El marge de llibertat depèn de cada secció.

A la secció de Catalunya hi poden trucar en Pujol o el PSC, però a Internacional no hi trucarà en Clinton. Encara que també es "Reuters" i el monopoli d'agències és qui decideix a Internacional de què es pot informar.

A Economia es pateix per no tenir imatges. La complicació de l'economia, la seva dificultat tècnica, dóna un marge de llibertat davant els directius, que per norma general no n'entenen gaire però saben que darrerament, han de treure notícies econòmiques perquè l'endemà "La Vanguardia" les treu en portada. Hi ha hagut un clar increment de la informació econòmica.

La pressió empresarial a la TV pública és menor que a la privada. Cal una televisió pública de debò, objectiva i independent. Hi ha però una relació amb la filosofia i la cultura dominants.

**13. Montserrat Nebot.** Directora dels serveis Informatius de TVE a Sant Cugat.

(Entrevista realitzada per Martí Olivella el 14 d'abril de 1994 al seu despatx de Sant Cugat, durant 1 hora i 15 minuts.)

La premsa va jugar un paper molt especial en la transició.

Ara s'ha de trobar el paper de la premsa en la societat democràtica. Avui no té sentit fer allò que es feia en el franquisme (colar informacions).

En la transició el periodisme polític va portar a establir un interès comú entre polítics i periodistes. Encara hi ha polítics que creuen que la premsa ha de jugar de suport del seu partit. Uns i altres eren co-partíceps de la transició. Ara tots ens hem d'adaptar.

Les empreses volen guanyar diners. El que prima és l'interès d'empresa. No crec en que les empreses cerquin l'interès general. Des del 82 a TVE hi ha un interès en la democràcia.

El periodista fa de portantveu de la societat i d'allò que el poder vol dir. Estem entremig.

Anem de costat en com evolucionen les coses. Vivim en l'imperi del diner, i això marca a tothom.

Abans, per un jove periodista era una sort poder col·laborar en un mitjà. Ara, si no hi ha diners...

La il·lusió de la transició es pot tornar a tenir...

Hi ha desànim. Cal il·lusió...

Però s'ha caigut en la dictadura dels gabinets de premsa. Ja no som periodistes. El paper del periodista queda desdibuixat.

Hem de traduir coses com l'economia en un llenguatge senzill.

El periodisme d'investigació val molts diners. I la dictadura dels diners és pitjor que la dictadura política. La llibertat és molt complicada.

El lloc on treballes, el tipus d'empresa, et condiciona.

L'empresa pública és en la que es té més llibertat.

No hi pot haver cap límit (excepte el constitucional). Tot se sap i tot s'ha de saber. Una altra cosa és com es toquen, com es tracten, el temes: enfoc sensacionalista, primera pàgina o breu...

Hi ha una cadena de mando...però no es pot estar mirant tot el que es fa. És molt personal.

Sóc cap d'informatius de Sant Cugat, he estat en molt càrrecs des de fa molts anys i no he tingut mai carnet de partit. És una qüestió de confiança.

L'empresa condiciona el periodista. La manca de temps, les preses, també: no permet decisions mesurades.

La publicitat condiciona a posteriori. Tenen un instrument molt fàcil de pressió. "El Corte Ingles" quan hi ha vagues sempre truquen...

La Televisió pública està en mans dels polítics de la pluralitat del Parlament, però amb interessos partidistes.

El codi deontològic ja limita els perills d'instrumentalització. No crec en més lleis. De la llei protectora a la censura hi ha un pas. Amb el codi ètic ja n'hi ha prou. El periodista sempre està, condicionat i ha de trampejar. Em fa pànic que l'Església pontifiqui sobre la televisió.

Tot i així, m'agrada més el model de la BBC. Els estaments socials intervenen però també amb control parlamentari, perquè no és una empresa privada. El govern de torn no ha de triar el Director General. Es tria en funció de la professionalitat.

Estem immersos en la bogeria de la contraprogramació.

Cal un equilibri entre l'actualitat trepidant i la reflexió. Cal crear uns espais intermedis.

Les cadenes generalistes s'acabaran. La gent es farà la seva programació. Deixarem de ser el punt de mira.

La societat influeix a la televisió. Ara els diners ho impregnen tot.

Entrem en la dècada de l'autoregulació, perquè s'ha abusat amb els reality shows i els programes escombraria.. S'ha fet groguisme i ara la idea que es va imposant és l'autoregulació.. Però que passa quan tots ho assumim i alguns no? Cal continuar la competència ferotge a veure qui la fa més grossa... o cal apostar a mitjà termini i esperar que el públic doni suport a una programació seriosa.

La situació actual de TVE és absurda, en haver de competir amb les privades però havent d'assumir funcions de servei públic (no tot pel criteri de rendibilitat econòmica) i no tenir suport dels pressupostos de l'Estat. Una opció seria la de fer pagar un canon (com Canal+) per aquells que vulguin una programació de qualitat.

**14. Josep Maria Huertas Claveria.** Redactor de El Periódico, secció cultura. Un dels fundadors del Grup Democràtic de Periodistes. Els seu empresonament durant el 1975-76 provocà la primera vaga dels treballadors de premsa des de la Guerra Civil.

(Entrevista realitzada per Martí Olivella el 26 d'abril de 1994 al vestíbul de El Periódico, durant 3/4 d'hora. El tema: "canvis en les limitacions del periodisme en el 74, el 84 i el 94").

En el 74 es comença a perfilar l'interès per les qüestions polítiques. En el 75 es produeix un canvi important amb un super interès per les coses prohibides: política i sexe.

En les redaccions no sabies que pensava el teu company. Només si hi havia molta intimitat, fora de la redacció, podies saber si algú militava en algun partit.

El Grup Democràtic de Periodistes aplegava una quarta part de la professió.

En la transició comença a ser més fàcil. Hi ha tres actituds més clares. Els "professionalistes" que defensen que el periodista no s'ha de comprometre amb cap organització (però que aplega a vegades els més dogmàtics). Els "compromesos" en militància de base d'organitzacions o partits al marge de la professió i que els permet un contacte directe amb nous protagonistes. El tercer grup és format pels que estan connectats amb organitzacions però es mantenen distanciat professionalment. Aquesta divisió dura fins el 1980.

La premsa comença a patir serioses crisis. El 77, 20 periodistes se'n van del "Brusi" per aplicació de la clàusula de consciència. El 80 amb la crisi del Grup Mundo hi ha la defenestració del periodisme progre, d'un grup escorat a l'esquerra, amb la pèrdua de 555 professionals de la premsa. Del 80 al 85 hi ha una època de crisis amb molt bons professionals fent feinetes. Es van col·locant en l'auge dels gabinets de premsa i a TV3 (i més tard a les TV privades). El 84 el Brusi autogestionari peta i el 85 s'enfonsen El Correo Catalan i El Noticiero.

Del 75 al 85 només queda La Vanguardia. La resta s'han enfonsat i han estat substituïts per El Periódico, L'Avui i El País. Dels nous diaris que han aparegut des del 85 no en queda cap: Claro, El Dia, El Observador, El Brusi, Nou Diari.. Els gabinets de comunicació ja no creixen amb la crisi. Les revistes especialitzades funcionen però les generalistes estan condemnades.

Tots els diaris tiren cap al centre, i són "pro" els uns o "pro" els altres. El Mundo és l'únic nou que funciona perquè ha optat per un enfoc radical: està contra uns i altres. Això te el perill del "groc" però aconsegueix el seu públic diferenciat. A Catalunya hi ha molta més prudència. La Vanguardia sempre vol estar bé amb els qui manen. L'Avui és pro Convergència i El Periódico i El País pro socialistes.

En aquest procés hi ha un canvi de gent (molts pleguen i en vénen de nous) i de mentalitat. El concepte de solidaritat dels

**15. Enric Sopena.** Director de TVE de Sant Cugat.

(Entrevista realitzada per Martí Olivella el 28 d'abril de 1994 al seu despatx de Sant Cugat, durant 1 hora i 30 minuts.)

El canvi d'UCD a PSOE va suposar l'accés als llocs de comandament i als llocs clau dels informatius de TVE a gent que fins aquells moment havien estat en situació marginal o vedats per treballar a TVE.

Es produeix un relleu fruit del canvi polític amb personalitats pròximes a posicions progressistes. Tenen un paper més protagonista.

Amb el pas del franquisme a la UCD ja es produeix un canvi però és més amortit, és un reciclatge típic dels personatges que fa UCD: Robles Piquer, penúltim Director General d'UCD és un clar ex franquista del Ministerio de Información y Turismo. La TVE d'UCD reflecteix els trànsfuges del franquisme. Es nota en els continguts.

En canvi, tan Calviño, com Pilar Miró, com Solana, com Jordi Garcia Candau són personalitats d'extracció democràtica i antifranquista. Enric Sopena s'incorpora a RTVE com d'altres que no hi havien estat mai abans. Aquests canvis provoquen d'immediat una reacció en els mitjans escrits i radiofònics més conservadors amb un implacable seguiment crític de totes aquestes etapes. Es crea una ferotge oposició d'AP-PP i d'altres minories.

Hem estat gent que estem més enllà de les adscripcions partidistes, en el sentit de militància en el PSOE (n'hi ha hagut poques). Els càrrecs de confiança hem estat gent que no hem ocultat la coincidència bàsica amb el projecte socialista. Hem donat suport crític al socialisme, a la socialdemocràcia.

Els professionals propers a altres partits (PCE) expliquen les seves visions sobre el control dels nous quadres posats pel PSOE. La meua visió no és la mateixa. Nego l'afirmació que hi ha hagut una actitud d'hostigament als professionals progressistes no propers als PSOE.

El grau de llibertat a RTVE és superior al d'altres empreses del sector, conceptualment, per la mateixa essència pública del mitjà. Però això no vol dir que hi ha hagut situacions complicades més puntuals que genèriques, provocades per la conjuntura política concreta. Hem intentat no potenciar o moderar conflictes que altres mitjans han magnificat.

Si algú fes un seguiment rigorós de les informacions de TVE durant 10 anys, es veuria com tots els temes, inclosos els més negatius per a la imatge del PSOE han estat abordats i explicats a través dels mecanismes informatius de TVE. Si més o menys bé... depèn de cadascú.

No es pot dir que s'hagin amagat informacions. És inevitable que en un mitjà públic les pressions siguin permanent i constants. Però justament aquest ambient dificulta molt la manipulació. Reps crítiques de la premsa, trucades de tots els partits, veus del Parlament... Aquest ambient és alhora nociu i higiènic.

anys 70 desapareix. Ni el cas Fernández ni el cas Vinader susciten la mobilització del cas Huertas.

El que domina és "no et compliquis la vida". Els diaris ara són menys crítics, però més ben fets amb professionals més competents. Està ben vist que et decantis per la línia del diari. El periodista independent està molt mal vist.

La carrera de periodisme està equivocada. Caldria un tronc comú i 2 anys d'especialitat lligada a la realitat. La Facultat està allunyada de la professió. Els becaris ara són explotats i els professionals amb experiència passen d'ells. No els cuiden per potenciar als més bons. La professió creu poc en els joves. Ibañez Escofet deia que la principal qualitat de la professió és ser humil. I això no hi és. Hi ha una gran altivesa.

(Recomana que mirem la darrera "Capçalera" núm 50: hi ha un article seu que repassa les relacions entre periodisme i política des dels 60).

Si amaguessis una informació s'organitzaria un escàndol que no paga la pena... Fins i tot hi ha pressió dels redactors, dels sindicats... Tot això no passa en un mitjà privat. La pressió és menor.

Per exemple el Sindicat de Periodistes ha demanat la dimissió de la Cap d'informatius Carme Paez, no per ser pitjor que qualsevol altre cap, sinó per fer un canvi en la programació. Això en una empresa privada els treballadors s'ho pensen dos cops per por a represàlies... La protecció d'un treballador a TVE és molt superior a la d'altres mitjans privats.

El peatge i la glòria de la casa és la fiscalització superior que rep més que no pas els altres mitjans.

Un bon estudi a fer seria el del seguiment rigorós de la BBC i d'altres RTV públiques europees. Crec que s'ha de desmitificar la BBC. Totes pateixen dels mateixos problemes que el model espanyol (que no deixa de ser semblant a l'europeu).

Hi ha un llibre molt interessant "Els primers ministres i la BBC" que mostra els intents de manipulació dels primers ministres britànics sobre la BBC.

Vivim sota una estratègia claríssima de denigrar l'empresa pública en els últims 15 anys. Hi ha una ofensiva contra l'intervencionisme de l'Estat: la consigna és "menys Estat més societat".

Destruir les estructures estatals (entre elles RTVE). Als anys 80 van començar una campanya dient que no hi hauria llibertat fins que no hi haguessin televisions privades. Però la societat són grans empreses i trusts multimèdia. 10 persones al món controlen la informació. Aquest tipus de gent sap molt bé que només l'ensulsiada de TVE pot fer reeixir el seu negoci (per interessos polítics, econòmics,...)

Això no vol dir que no s'ha de reconèixer les misèries i els errors d'aquesta casa.

El canvi en el sistema de nomenar el Director General del Govern pel Parlament no significaria grans coses. Si el partit en el Govern té majoria absoluta en el Parlament, elegiria el que voldria. Si tingués majoria relativa caldria pactar-ho amb el partit de coalició. Igualment el nomenat sabria qui l'ha triat. Garantiria més la independència?

Altres sistemes... un consell d'homes bons que no siguin polítics... és molt perillós, qui són.. qui els tria... Si hem de recórrer als col·legis professionals... com si fossin purs... és un nou tipus de corporativisme.. que ja havia inventat Salazar i Franco.

Més val les coses clares que inventar fórmules més perilloses en nom de la societat. Mentre mani un partit més val que els alts càrrecs siguin propers. És el mecanisme millor: quan es vota també s'està votant el tipus de televisió. Això també passa a França. Les coses són com són. Cal que l'empresa pública estigui controlada pels partits. Sinó, pervertim la democràcia.

No som automàtics. La BBC s'hauria de revisar de debò. S'ha magnificat. També deu tenir les seves misèries.

Seria millor que TVE no depengués en exclusiva de la publicitat. No s'ha abordat el tema del finançament. El mercat s'ha trencat i s'ha creat la crisi financera de RTVE. És l'única empresa de ràdio televisió pública europea (incloses les autonòmiques) que no rep subvenció. És un dels molts errors del PSOE. Calviño va independitzar RTVE per desmarcar-se de la imatge que RTVE era una cova de lladres. Féu una bona gestió. El 83 s'acabaren les subvencions. Durant els 80 hi ha excedent de publicitat. Però el 1990, amb la fragmentació del mercat degut a la legalització de les privades i a la crisi econòmica que redueix la demanda publicitària, es deixa a RTVE a la ma de Déu.

En les pàgines de comunicació de "El País" de fa cinc diumenges (vg 27 març o 3 d'abril) Jordi Garcia Candau fa unes declaracions que denuncia aquest fet. RTVE manté un tinglado enorme. RN no té publicitat i disposa de vàries cadenes (R2 - clàssica- R5 - informació-) inclosa Radio Exterior (que són un servei públic). S'ha carregat R4 excepte la de Catalunya. RNE es finançava amb els excedents de TVE.

TVE és la projecció exterior d'Espanya (via satèl·lits es veu arreu) i disposa de centres territorials (poc rendibles comercialment) per raons autonòmiques -en el cas de Catalunya amb programació en català. (Antena 3, amb els canvis, es va carregar la informació catalana). TVE fa programes de servei públic (parlaments, misses, actes polítics..) amb corresponsals a tot el món... Tot això costa molts diners i no sempre dóna audiència ni publicitat.

Ara és mal temps per intentar que es financi amb els pressupostos de l'Estat, pels problemes de dèficit públic. Falta lucidesa, coratge per prendre decisions. Rebem bufetades pel fet de ser un servei públic però en canvi no rebem contraprestació de l'Estat. Curiosament ningú no qüestiona que TV3 costi uns diners a tots els ciutadans de Catalunya (i de l'Estat). És una situació perversa.

(L'entrevistador suggereix la proposta que si directius i treballadors tenen clara aquesta situació que la facin saber als ciutadans a través de RTVE, perquè la majoria de la gent -inclosos molts estudiants de CCC-, estan convençuts que RTVE es finança amb diner públic. Queda sorprès. Tocat...i diu:)

Una campanya d'informació sobre la situació de RTVE faria pujar els colors al Govern... L'article de Jordi Garcia Candau ja ho ha fet.

(Li comenta que era en "El País" i no a TVE. A més qui voldria ocupar el lloc dels directius d'una empresa que està sentenciada si res no es modifica? Contesta:)

Estic d'acord...

Les experiències de base (TV locals) és difícil que puguin reeixir. És com les de ràdio que no han aconseguit arrelar. Tenen



una penetració escassa.. No és fàcil quan el mercat esdevé tan ferotge.

És a tot Europa que s'ha canviat el model dels darrers anys (emissores centrals, regionals, locals) per raons tecnològiques i ideològiques. Quin sentit té una televisió local? com es finança? Té sentit dedicar uns pressupostos a una televisió local que complau a una minoria quan hi ha altres necessitats per cobrir? Teòricament està molt bé, però en la pràctica té un abast limitat.

(Suggereix com veuria un acord entre televisió pública central/regional i emissores locals, que fossin mínimament finançades a canvi de la cobertura de la informació local -que no calgués desplaçar equips centrals- i que permetés potenciar un marc ampli d'experimentació de noves idees i professionals. Afavorir una pedrera local... No ho veu malament... però...)

## Jordi García Candau

Director general de Radiotelevisión Española

El director general de RTVE, Jordi García Candau [43 años, Vila-Real (Castellón)], tiene el récord de permanencia en el cargo: cuatro años y 25 días. Abogado y periodista, lamenta que el Gobierno no haya definido aún el modelo de televisión pública y sus contrapartidas presupuestarias, y recuerda que Solchaga nunca asumió la realidad de RTVE.



Jordi García Candau, en su despacho de Prado del Rey.

# "Todos nos hemos caído por un precipicio"

J. SÁMANO / J. PRADES, Madrid  
**Pregunta.** ¿Qué siente al estar en el ojo del huracán nada menos que de un pacto de Estado?

**Respuesta.** Pues estoy muy tranquilo. Que en este país este año sin renovar al defensor del pueblo, a los miembros del Consejo General del Poder Judicial, y que no se haga porque puede llegar a un pacto sobre RTVE me parece tan desmesurado y tan irresponsable que me supera con mucho.

P. Pero usted ha sido reelegido de manera irregular, sin que haya sido renovado el Consejo de Administración.

R. De forma criticada sí, irregular no. El Consejo está en funciones desde junio, y no se sabe cuándo se resolverá esa situación. Entonces, ¿hasta cuándo puede estar un director general en funciones? ¿Un año, dos? No tiene ni pies ni cabeza.

P. ¿Usted cree que el director general debería ser nombrado por el Parlamento?

R. En Europa lo elige el Gobierno. La radiotelevisión pública tiene una función de Estado y, por tanto, es razonable que tenga relación con el Gobierno.

P. ¿Cuánta relación?  
 R. Ha habido momentos durante mi mandato en los que ha sido muy directa, y RTVE ha actuado de forma muy determinada.

P. ¿En momentos de campaña electoral?

R. No, no, para nada. Me refiero a la guerra del Golfo u otras crisis internacionales.

P. ¿Quién es su interlocutor en el Gobierno?

R. Depende de los temas. Real-

mente no hay una tutela, porque, desgraciadamente, algunas veces el director general tiene una absoluta independencia del Gobierno. Digo desgraciadamente porque, con una relación de sometimiento, no existirían algunos de los problemas que sufrimos en esta casa.

P. ¿Lamenta esa independencia porque el Gobierno no subvenciona a RTVE tanto como usted querría?

R. Sí, sin duda. Cualquier órgano de la Administración tiene una relación directa con un ministerio. Ahí encuentra la solución para muchos de sus problemas.

P. ¿Se ha sentido alguna vez abandonado por el Gobierno?

R. He tenido una etapa muy mala. Ya digo que la independencia se paga. Aún tenemos pendiente el definir el modelo de la televisión pública y sobre todo el asumir la realidad: que en España había un monopolio que permitió, equivocadamente, la autofinanciación en los primeros años del Gobierno socialista. Luego se rompió ese monopolio y no ha habido un crecimiento de la inversión publicitaria. Eso ha llevado a RTVE a una situación financiera realmente penosa. Es un hecho singular en Europa. El Estado alemán invierte 60.000 millones en la radio televisión pública; Francia, 110.000; Italia, 200.000. En España, 26.000 millones.

P. ¿Pero usted ha tratado de

convencerlo de que no lo han contratado?

R. He tratado de convencerlo, a veces, incluso me he sentido hasta examinado por algún área del poder en la que al final del debate se me decía: "Bueno, está la razón, pero ni un duro".

P. ¿Se refiere a Solchaga?

R. Evidentemente. Es incomprensible. No se ha querido mirar la realidad.

P. Es decir, que parece que el Gobierno ha dejado a un lado a RTVE.

R. El Gobierno trata de resolver un problema jurídico como cambiar el estatuto y, al amparo de esa modificación, resolver los problemas de financiación. Como eso se demora, cada vez tenemos más problemas.

P. Usted pide que se defina el modelo de TVE. ¿Cuál es el suyo?

R. Un país democrático necesita contrapoderes en los medios de comunicación. Frente al monopolio público, que era una perversion en sí mismo, no hay otra cosa más perversa que el monopolio de los privados. Creo en un modelo mixto de televisión pública y privada.

P. ¿Coincide su proyecto con el del Gobierno?

R. Se tiene que despejar el tema de la financiación pública. Si, como espero, llegamos a un acuerdo, modificaríamos aún más nuestra programación. En abril habrá más programas cultu-

rales, educativos, documentales, de debate. Nos estamos singularizando cada vez más. Pero, mientras tengamos que hacer las televisiones educativas, los programas religiosos y las campañas electorales, necesitaremos programas comerciales para pagarlos. Sabemos que televisión tenemos que hacer, pero se necesitan unas contrapartidas presupuestarias. ¿Hay alguien que pueda pensar que Coca-Cola financie la santa misa? No puede ser que Coca-Cola y El Corte Inglés paguen los servicios del Estado.

P. ¿La oposición también está de acuerdo con su modelo?

R. Sí, aunque luego tenga que decir otra cosa porque suene bien a determinados intereses.

P. ¿Y esa televisión subvencionada implica competir, en igualdad con las privadas, por el mercado publicitario?

R. Yo sería el hombre más feliz del mundo llevando una televisión sin publicidad, pero no es posible. En cualquier caso, estamos estudiando fórmulas que pueden ser admitidas por las privadas.

P. ¿Qué fórmulas?

R. Puede haber algún tipo de limitación. Pero antes habría que arreglar las cosas. Ahora hay anuncios en televisión cuyo precio está por debajo de las cuñas radiofónicas. Ha habido un desvario impresionante. TVE es en estos momentos un 25% más cara que el resto, cuando la tendencia es rebajar precios hasta un 95%.

P. ¿Las privadas acusan a RTVE de competencia desleal? Una televisión con ayuda estatal puede permitirse el lujo de contratar a quien quiera.

R. Eso no es así. Cuando TVE era un monopolio, marcaba los precios. Con la llegada de las autonómicas y privadas, en un momento dado, con el cambio accionarial de una empresa, este país llegó a un desvario total.

P. ¿Se refiere a la entrada de Mario Conde en Antena 3?

R. Eso cambió el mercado, desde luego. Ha habido una locura global y, unos por otros, hemos llegado a un precipicio, nos hemos caído y ahora estamos llenos de heridas y arañazos.

P. ¿Cuánto debe RTVE?

R. 190.000 millones.

P. El PP habla de 350.000.

R. No voy a discutir. Yo tampoco discuto las cifras del PP. Los datos se verifican, no se especula sobre ellos. Para que la televisión pública sea rentable, habría que eliminar ciertos servicios. Por ejemplo, si ahora dicen que mañana eliminamos los centros territoriales, pues muy bien; tendríamos un problema laboral y un ahorro de 20.000 millones. ¿Desaparece RNE? Se ahorran otros 26.000 millones. Con más parados ¿Cerramos la orquesta? 2.000 millones menos. ¿Se clausuran los canales internacionales? Ahorramos otros 12.000... Hay otra cuestión: yo mañana puedo bajar las tarifas publicitarias un 25%. Pero si lo hago me cargo el mercado. No hacerlo ha provocado que en los últimos cuatro meses hayamos dejado de ingresar 15.000 millones. ¿Conviene poner en situación de quiebra a todas las televisiones? Soy responsable y me trago el marrón. Esa es la realidad.

P. Le han atacado desde muchos frentes y en alguno se las han hecho pasar moradas. Pero nunca le han cogido metiendo mano en el cajón del dinero público.

R. Pues no. Si algún patrimonio puedo dejar a mis hijos es mi honradez. Es por lo único que no estoy dispuesto a aguantar ninguna imperfuncción. Ni una broma.

P. Sin embargo, El Partido Popular se querreló contra usted por malversación de fondos y prevaricación. Han pedido reiteradamente su dimisión y le ha acusado de favorecer los intereses del Gobierno.

R. Hay una cierta desmesura en la oposición. Lo comprendo, pero no lo comparto. Cuando el PP presentó una querrela política, porque fue política, contra mí, hubo importantes miembros del PP que, a título personal, llamaron para mostrar su contrariedad.

P. Usted insinuó en el Parlamento que algunos partidos le habían pedido favores a cambio de no hostigarle.

R. En el momento que se presentó la querrela se intentó hacer una transacción a la que yo me negué y que por pudor ni comento.

P. ¿Como el intento por parte de algún partido por hacerse con el control de los informativos?

R. Como muchas cosas. Eran muchas cosas. De orden organizativo y personal, pero no acepté. La verdad es que si hubiera aceptado, al menos así se dijo, no hubieran presentado la querrela contra mí.

P. ¿Tiene carne del PSOE?

R. No. Tengo carne de identidad, de periodista, de abogado y del Vila-Real Club de Fútbol.

P. ¿Recuerda cuándo fueron a su primera toma de posesión?

R. Creo que estaban los ministros Virgilio Zapatero, Enrique Mújica, Rosa Conde y Jorge Semprún. También estaba el defensor del pueblo, Álvaro Gil-Robles, y algunos secretarios de Estado.

P. De aquella foto en usted el mundo superviviente.

R. Eso se arreglará con el tiempo.

*"Con la entrada de Mario Conde en Antena 3 el mercado llegó a un desvario total"*

**16. Enric Bastardes.** (President del Sindicat de Periodistes i redactor d'El País).

(Entrevista realitzada per Eva Molinos el 5 de maig al Sindicat de Periodistes. Durada: 2 hores)

El canvi substancial és el de l'estructura de la propietat dels mitjans. Les limitacions són el no poder parlar de determinades coses. En els mitjans públics que depenen del govern central hi ha control però als mitjans que depenen dels governs autonòmics la manipulació és més descarnada (intervencionisme més directe). El senyor Pujol de tant en tant s'aixeca un dia amb ganes de que l'entrevistin i hores després a Catalunya Ràdio hi ha una entrevista amb el Pujol. Als mitjans privats, les limitacions depenen de qui compon el capital social de l'empresa.

La transformació de l'estructura en els últims anys es caracteritza per una progressiva i imparable concentració. La gran novetat és la intervenció dels sectors financers. Banesto: crèdits sense interès a certes empreses de comunicació (Antena 3 i Grupo Z) que ara, a causa de la crisi del banc, estan en perill. Voluntat d'intervenció política. Després de la crisi de Banesto, situació precària per a aquests mitjans perquè probablement el nou amo voldrà cobrar, com a mínim, els interessos.

Els grups específics de comunicació són els més sòlids; mantenen una posició forta i una tendència política constant. Les empreses amb capital "mixt", desorientació.

L'autolimitació que imposa l'estructura del capital és la limitació més important. En els mitjans públics, el que determina la informació és l'estructura política.

Abans de la democràcia, l'Estat il·lustrava tots els nivells de la comunicació. Omnipresència. La Llei Fraga (en la pràctica; censura absoluta) s'ha anat acabant però sense que mai hagi estat abolida d'un cop. Permetia el segrest de la informació de manera arbitrària, no era una censura lògica. Aquest no saber a què atènyer-se creava unes tensions histèriques entre el periodisme. Existeixen uns quants elements tabú: la Corona, les Forces Armades i l'Església Catòlica. Tot i que és cert que aquests dos últims s'han anat "obrint". Pel que fa a les forces armades, "des d'El Tejerazo es va obrir la veda". Ficar-se amb la Església encara pot portar problemes i protestes, però s'ha anat evolucionant. Avui en dia allò que, personalment, em sembla més greu és la confusió entre llibertat d'expressió i mal periodisme (nous gèneres pseudo-informatius....).

En el moment de l'escàndol de Banca Catalana (teoria del complot anti-català explotada pels pujolistes per justificar-se), ens sentíem prou pressionats, no podíem fer valoracions objectives perquè ràpidament se'ns tildava d'anticatalanistes. Avui, ara mateix, el que es respira és desconcert, desconcert del govern (tot i que el PSOE ja havia tingut molts avisos).

No, no ho crec que aquest sigui un dels pitjors moments per a la llibertat d'expressió. A mi el que em preocupa és la confu-

sió entre la llibertat d'expressió i la manipulació de l'opinió pública.

A Madrid el clima és irrespirable d'enfrontament entre les redaccions dels diferents mitjans. I, sobretot, enfrontament entre comunicadors. No hi ha ni punt de comparació amb la situació a Barcelona.

Un problema molt greu de la professió és el clima de desprestigi. El desprestigi dels periodistes és conseqüència en bona mesura dels comunicadors i contertulis de les ràdios i les televisions que parlen de qualsevol tema en la més insultant impunitat, incompetència i frivolitat. El descrèdit del món del periodisme és paral·lel al del món de la política i de les institucions. Durant la Transició ser periodista era motiu de prestigi. Ara és tot el contrari.

Hi ha més gent bona del que sembla. En general, la meua percepció és que la major part dels periodistes van entrar a la professió per una motivació ètica. També és cert que molta gent l'ha anat deixant pel camí (per culpa de pressions i de la indefensió davant aquestes). A la que grates una mica trobes que hi ha aquestes motivacions fonamentals i per això hi ha incomoditats. Penso que també a les Facultats la gent arriba per una motivació ètica.

Pot haver-hi una dignificació de la professió des de dins de l'actual marc. De fet, no és una situació tan diferent de la de la resta del món occidental. El que sí que és diferent és la capacitat de resposta del periodista davant els abusos de la seva empresa. La solució passa per la constitució de sindicats més forts, amb marges legals sòlids que permetin unes millors regles de joc segons les quals els empresaris estan més limitats que ací.

Arran de la Llei de Fraga vam pensar que ens podíem autoregular però per això caldria estar molt organitzats.

El Sindicat de Periodistes de Catalunya -únic a l'Estat- apareix com a reacció a una situació de crisi organitzativa de la professió (poca implantació dels sindicats clàssics). Caldria una Federació de Sindicats Espanyols (tenim esperances, ja que en altres punts hi ha possibilitats que es creïn sindicats inspirats en el català) perquè els grups de comunicació no són "locals". També és fonamental la participació en la Federació Internacional de Periodistes, al cap i a la fi les empreses multimèdia són transnacionals.

El Sindicat va iniciar el seu procés constituent arran del 2on Congrés del Col·legi de Periodistes (oct-nov 1992). "El Col·legi es trobava amb una limitació evident, era inadequat per organitzar les redaccions d'una manera militant".

Tot i la proximitat geogràfica, el Col·legi i el Sindicat estan completament desvinculats. Aquesta independència completa és important per evitar que les dues institucions es perjudiquin mútuament.

Nombre de periodistes en exercici a Catalunya, 4500. El Sindicat, 800 socis. Es una proporció respectable en un sol any de funcionament.

Tant en el món del periodisme com en el món polític, existeixen sectors que porten la iniciativa de la corrupció -mecanismes econòmics-. Però aquestes iniciatives són difícils de denunciar i detectar. A vegades com a periodista en tens la certesa però no pots demostrar-ho per tant has de callar.

Cal que el periodista mantingui les seves fonts pròpies, que no es converteixi en un buròcrata. Això depèn de cadascú i del mitjà on treballa. Mitjans "bons" els que guanyen diners (només d'aquesta manera es pot tenir un garant fiable d'independència. No han de sotmetre's als interessos de les entitats financeres. Des del punt de vista estrictament professional, els millors mitjans són aquells que manifesten la seva voluntat negociadora mitjançant l'existència dels Estatuts de Redacció). Aquests mitjans representen també una garantia pel lector. Els mitjans amb Estatuts ja funcionant: El País i El Periódico. Altres mitjans que ho estan negociant: La Vanguardia, RTVE (Jordi Garcia Candau es va manifestar a favor en una entrevista tot i que després ho hagi anant ajornant), TV3 (estem pressionant-hi molt. La secció sindicat hi és molt important).

Els mitjans dolents són aquells on les condicions laborals són més precàries: moltes ràdios, premsa comarcal (poca contractació fixa, veritable caciquisme). Ex. a Lleida alguns diaris tenien prohibit esmentar el nom de la discoteca "Big Ben", tot i que la premsa nacional l'identificava constantment.

Es pot parlar de "El Corte Inglés" sense problemes. A El País hem parlat de SEAT amb absoluta llibertat, tot i que és un dels majors anunciants. Un diari fort té capacitat de pressió.

L'estructura de les empreses de comunicació a l'Estat està caracteritzada perquè hi conviuen empreses dels Primer Món amb empreses del Tercer Món.

A més, a les ràdios, hi ha empreses dins d'empreses. Per exemple, L. del Olmo funciona com a un empresari que busca qui patrocini els seus programes. Manipulació.

Els comportaments a les redaccions sovint no són gens ètics; competència entre companys i entre redaccions. La rivalitat de vegades està propiciada pels directius dels mitjans. Però la situació a Catalunya és molt menys agressiva que a Madrid. La individualitat i la competitivitat estan provocades per la vulnerabilitat laboral. (El País, rumors de tancament o reducció de l'edició de Catalunya. Estimulat per alguns dels càrrecs a Barcelona. El rumor coincideix amb el moment que estem negociant el conveni d'empresa. Cal esforç de racionalitat. Una iniciativa d'aquest tipus no tindria sentit. El País, 8 anys amb beneficis anuals manifestos).

Una concentració mínima és imprescindible perquè les empreses siguin sòlides i rendibles. Però la concentració a Europa és tan preocupant que preocupa el Parlament Europeu i s'han produït intents de fer una legislació anti-concentració a nivell europeu.

Casos greus a Alemanya, França i Itàlia. Per cert, a aquest darrer país el nivell de concentració és brutal, quasi monopoli, malgrat que hi ha un sindicat de periodistes molt fort -30.000 afiliats- que convoca vagues que tothom fa en contra d'aquesta concentració. Per exemple, vaga dels periodistes per evitar el control de La República per part de Berlusconi. El Sindicat català s'ha inspirat en el sindicat italià. El més important és el respecte de les regles democràtiques, si es juguen a fons són suficients.

A Espanya la concentració és inevitable. Estic prou d'acord amb Cebrián que s'ha de combatre el minifundisme. Però el problema és que un cop començat, el procés de concentració és imparable; tendeix cap al monopoli.

La formació i consolidació de grups potents, com El Correo, Prensa Canaria i el Grup Z, ha suposat un augment de la qualitat del producte. I a més han obligat, El País, per exemple, a obrir edicions locals.

Els 3 o 4 grans grups europeus de comunicació ja tenen tots un peu a Espanya.

La composició accionarial de les empreses de comunicació canvia constantment. La llei obliga els mitjans a publicar un cop a l'any aquesta composició i els resultats de l'exercici anterior. Però els mitjans passen.

PRISA ha comprat Antena 3 Ràdio per desmantellar-la. Sinó, no li veig el sentit.

Com més professionals són les empreses, menys ideologia tenen. Els banquers no inverteixen per la rendibilitat econòmica. La prova són els assajos de Mario Conde o Ll. Prenafeta.

A "El País" teníem informacions garantides que el Ministre d'Agricultura anava a dimitir un dia abans que ho fes però des de dalt es va vetar la informació perquè "no estava prou contrastada". Això va provocar immediatament una "bronca" dels Consell de Redacció al dtor adjunt i el proper divendres s'entrevistaran amb el director per parlar-ne. L'amo d'un mitjà ha de ser el seu lector (això ho tenen molt clar els del New York Times). No és la primera vegada que passa una cosa similar, per això la redacció està tan susceptible. A "El País" el nivell d'exigència professional és molt fort i per la mateixa raó també els periodistes exigeixen als directius.

Polanco (al voltant de 49%) ha anat quedant-se amb el control accionarial del diari a mesura que altres accionistes venien accions per raons de desacord polític. En moments delicats s'havia arribat a donar informacions que perjudicaven gent del seu consell d'administració. Alguns periodistes tenen una porció simbòlica d'accions. Mentre que en les qüestions polítiques Polanco ha resistit prou la temptació dirigista, al suplement de cultura es beneficia clarament els llibres del grup Timón (Ed. Santillana...) la qual cosa ha suposat una minva de la qualitat del producte. Es normal. Les concessions ideològiques tenen sovint aquest preu.

CONFIDENCIAL: "El País" fa sovint enquestes per seguir-ne l'evolució pel que fa als lectors. S'ha detectat que tot i que les

vendes del diari han pujat, en els últims 5 o 6 anys el nombre de persones que llegeix les editorials ha baixat molt. En els millors moments 45% dels lectors llegien les editorials. En els últims 5 o 6 anys ha hi hagut una davallada impressionant. Les últimes dades apunten cap a un 2%. La millor època coincideix amb els atacs del diari al govern de la UCD. El País va ser impulsor del "acoso y derribo".

L'aliniament amb un grup polític -PSOE en el cas de El País- és sobre tot per coincidència d'ideologia i confluència d'interessos.

A "El País" es feien regularment (2 cops per any) uns caps de setmana intensius on es reunien tots els caps alts i baixos (dels redactors en cap en amunt) per anar definint la línia editorial en les situacions concretes segons el que interpreten que vol el ciutadà. Últimament es fan molt pocs d'aquests caps de setmana però n'hi ha un previst pel proper mes, probablement. Hi ha hagut molts canvis a la redacció. L'agilitat per donar al ciutadà el que espera va ser la clau perquè "El País" passés de 250.000 a 450.000 lectors en només dos mesos. Per això ara hi ha l'enfrontament entre la direcció, que dubta per atacar el PSOE, i la redacció, que pensa que és perillós per l'empresa per fer-ho.

## 9. Fonts documentals consultades

Sobre fets tant recents no hi ha gaire bibliografia. Les referències més interessants són les produïdes pel Col·legi de Periodistes de Catalunya (Capçalera i Annals) i els debats i informacions recollides per la premsa.

- "L'Ètica de cada dia", Annals del Periodisme Català nº 22, any X, segona època, gener-juny de 1993. Ed. Col·legi de Periodistes de Catalunya.

- Documents del Segon Congrés de Periodistes Catalans (30, 31 d'octubre i 1 de novembre de 1992):

"Periodisme i empresa"

"Anàlisi del perfil del periodista de Catalunya".

- Articles de premsa:

La libertad de información a ambos lados del Atlàntico.  
El País, dijous 17/3/94.

El pacto entre el Grupo Correo y ABC implica la mayor  
concentración de la prensa española.  
El País, divendres 15/4/94.

Todos nos hemos caído por un precipicio.  
El País, diumenge 20/3/94.

La prensa será en breve la fuente de ideas para el 90% de los  
españoles.  
El País, divendres 22/4/94.

CiU ha de governar amb el PSOE. Entrevista a Antonio Franco,  
director de El Periódico.  
Regió 7, diumenge 7/novembre/de 1993.

Todos hemos caído por un precipicio. Entrevista a Jordi García  
Candau.  
El País, diumenge, 20 de març de 1994.