

El tractament de la nacionalitat en els mitjans de comunicació

Marc SEGALÉS i DALMAU



En primer lloc m'agradaria agrair la invitació de la SAC a participar en aquesta nova jornada i felicitar-la per l'organització de la 26a edició de la Diada d'Andorra a la Universitat Catalana d'Estiu així com també per l'obtenció del premi Canigó, que reconeix els trenta anys de trajectòria de divulgació científica de la Societat Andorrana de Ciències.

També m'agradaria felicitar la SAC per l'encert de dedicar tota una jornada a reflexionar i debatre sobre la nacionalitat i tot allò que pot comportar des dels múltiples vessants des dels quals que es pot abordar.

I és que els mitjans de comunicació, i comencem a entrar en matèria, aborden la qüestió de la nacionalitat, excepte en determinats casos que més endavant veurem, de forma molt puntual i, com no pot ser d'una altra manera, ja que és la seva tasca fonamental, aplicant el més estricte criteri informatiu. És a dir, i deixant de banda que en alguna ocasió en les pàgines o seccions d'opinió hi pugui haver un article o una reflexió sobre el tema amb una mica més de profunditat, el tractament de la nacionalitat es limita puntualment a l'aparició d'un fet noticable: la retirada del passaport, i per tant de la nacionalitat andorrana, a un ciutadà de qui s'ha constatat que tenia també el passaport d'un altre país, o la presentació d'una iniciativa legislativa per modificar la Llei de la nacionalitat i el seu posterior debat en seu parlamentària, en serien dos dels exemples més clars i a la vegada més recents que podríem trobar.

És aleshores quan els mitjans, a través dels seus editorials, es posicionen en relació amb aquesta qüestió i insten, generalment, el Govern i les diferents forces polítiques, que de fet són a qui pertoca fer o no els canvis que es considerin oportuns, a seguir les recomanacions del Consell d'Europa pel que fa als anys de residència necessaris per poder accedir a la nacionalitat andorrana per naturalització o a buscar una solució per a la qüestió de la doble nacionalitat, no permesa amb la legislació actual però com és sabut un fet ben present en la nostra societat.

Més enllà d'aquests casos puntuals, i com apuntàvem anteriorment, sí que hi ha un altre àmbit en què no ben bé el terme en sí però sí l'ús de la nacionalitat que en fan els mitjans de comunicació mereix algunes reflexions i consideracions. Em refereixo a l'ús de la nacionalitat que fan els mitjans a l'hora de tractar la informació de caràcter social i, més concretament, la de successos.

Un petit exemple:

Enxampat un turista amb una pena de 5 anys de presó pendent des del 2004

Detinguts dos romanesos per manipular parquímetres

Detingut un xinès pel robatori en una joieria

Però també:

Tailàndia absol i allibera el jove andorrà retingut

La Generalitat tornarà l'IVA als andorrans

Aposta pel talent andorrà

Són sis titulars agafats a l'atzar dels que s'han pogut llegir als diaris i sentir a la televisió i les ràdios del país aquestes darreres setmanes. Tot i que estic convençut que en cap dels sis casos mencionats no hi ha hagut una mala intenció manifesta, no deixa de ser curiós, per dir-ho d'alguna manera, que en els titulars de les notícies que tindrien un sentit més negatiu figurin les paraules *turista*, *romanesos* i *xinès* i que, per contra, en les que tindrien un caràcter més positiu es repeteixi *andorrà* i *andorrans*. Què hauria costat parlar d'un *home* detingut amb una pena pendent, o de *dos joves*, perquè així eren, detinguts per manipular parquímetres o d'un *home* detingut pel robatori en una joieria? Doncs segurament el mateix esforç que si s'hagués parlat d'un *caçador*, perquè ho era quan es va informar de la detenció, absolut i alliberat a Tailàndia; que una empresa organitzava un concurs per escollir un *dissenyador* del país, o que la Generalitat retornarà l'IVA a *totes aquelles persones que visquin a Andorra i comprin a Catalunya* perquè seria força complicat per l'executiu català explicar que només retornà l'IVA als andorrans com si es vol, i aquí sí que amb una mica de mala intenció, es pot interpretar del titular publicat. No es tracta simplement d'utilitzar un llenguatge políticament correcte com dirien alguns, si no més aviat de posar les coses al lloc que els pertoca, amb l'ordre correcte i mirant d'evitar caure en tòpics i estereotips. A la vegada, i sense alterar el que acabem de citar, cal mantenir el rigor informatiu i garantir el dret dels ciutadans de ser correctament informats.

Negar que el discurs que construeixen els mitjans de comunicació té una gran influència en la visió que tenen els ciutadans de la societat és negar allò que és evident. I és que, fidels a la seva raó de ser, els mitjans informen sí, però també exerceixen com a motor del que coneixem com a opinió pública, perquè malgrat que no són els mitjans en si els que la creen, sí que ajuden a conformar-la.

Els mitjans de comunicació constitueixen un dels molts espais d'acció social on opera una construcció, reconstrucció i redefinició dels fets, mentre s'exerceixen efectes sobre el curs d'elecció. Els relats mediàtics participen així de la construcció social de la realitat que retransmeten i al mateix temps produeixen noves dinàmiques d'interacció social. Els mitjans de comunicació proposen, aleshores, una posada en escena que acaba per condicionar i modelar les relacions interpersonals i intergrupals en la vida quotidiana, i més en un Estat petit com el nostre.

A tot això, en el cas d'Andorra i a causa de les particulars característiques del país, amb una majoria de població immigrada i on el poder és en mans d'una minoria, cal afegir-hi un rol d'element de cohesió social.

I és que com s'ha dit i han apuntat algun dels ponents d'aquesta jornada, la nacionalitat és un signe, i sense cap mena de dubte el més clar, de pertinença, però no pot passar per alt que els mitjans de comunicació ajuden a fomentar en bona part de la població immigrada un sentiment i una consciència de pertinença a una realitat.

Per aquest motiu, és imprescindible que els mitjans s'autoexigeixin un rigor en el tracte de les informacions i mirin d'evitar que aquestes, malgrat que gairebé en la totalitat dels casos no es pot afirmar que hi hagi una intenció manifesta, puguin considerar-se discriminatòries envers cap col·lectiu nacional. És evident que en aquesta qüestió, com de fet gairebé en qualsevol, tot és opinable i hi haurà aquells que relativitzaran la importància d'aquest aspecte. Naturalment, i ha de ser així, cadascú i, en aquest cas cada mitjà de comunicació, té la seva pròpia manera de fer i el seu llibre d'estil, que no ha de ser ni millor ni pitjor que el pugui tenir un altre. En el cas del BONDIA, i com a exemple del que parlava d'autoexigència d'un determinat rigor i de la manca de mala intenció, quan va sortir a la llum el 30 de gener del 2004 portava a les seves pàgines una secció anomenada *Terra natal* en què es recollien notícies dels països d'origen de bona part dels ciutadans d'Andorra, principalment Espanya, França i Portugal. Naturalment, la creació d'aquesta secció en aquell moment no tenia cap intenció discriminatòria sinó que volia aportar un plus d'informació als lectors del BONDIA. Un any i mig després, es va decidir, i crec que amb bon criteri, suprimir aquesta secció, que, malgrat no ser la intenció dels impulsors del diari en aquell moment, podia fer la sensació que classificava els ciutadans del país en funció del seu origen i que de ben segur poc ajudava, des d'aquest àmbit, a fomentar la integració i la cohesió social.

Aquest exemple concret del BONDIA serveix per constatar que els mitjans poden, si volen, corregir i rectificar determinades actituds que, malgrat ser del tot legítimes, poden comportar interpretacions que no s'ajusten a la voluntat inicial dels diferents mitjans.

I és que malgrat l'evident tendència al sensacionalisme, com a conseqüència del procés pervers que emana de la necessitat de cridar l'atenció per acaparar lectors en els cas dels diaris, espectadors en la televisió, i oients en el cas de les ràdios, i així mirar de captar publicitat, cal que els mitjans no oblidin ni renunciïn al seu rol d'element que ajuda a fomentar la integració social.

La crisi, que com a qualsevol sector de la nostra economia, també ha castigat amb duresa els mitjans de comunicació amb retallades de plantilles que dificulten en la majoria de casos la correcta cobertura dels diferents esdeveniments, no pot servir d'excusa perquè els mitjans i els professionals que hi treballen deixin de banda les seves obligacions i oblidin el codi deontològic, que regeix o hauria de regir la professió periodística, i les recomanacions dels llibres d'estil. I és que és precisament en un moment de crisi com l'actual, on la revolució de les noves tecnologies i l'explosió de les xarxes socials han multiplicat les opcions dels ciutadans per accedir a tot tipus d'informació, quan els mitjans de comunicació i els seus professionals han de reivindicar més el seu rol i defensar la seva bona pràctica.

Marc Segalés i Dalmau,
periodista i director dels diaris gratuïts 'BonDia' i 'Més Andorra'