

EL PERIODISME, VÍCTIMA DELS SEUS ÈXITS

ERNEST UDINA I ABELLÓ

Sense que se sàpiga ben bé qui ha estat el primer a formular-la, la frase «El periodisme, víctima dels seus èxits», que ha fet fortuna a França, reflecteix encertadament una de les polèmiques principals, si no la principal, en el món del periodisme. Es tracta, a més, d'una polèmica que transcendeix els mateixos periodistes per arribar fins a la societat en què especialment política i magistrats diuen la seva.

En la jornada sobre els «Límits de la informació» organitzada pel Col·legi de Periodistes de Catalunya el 18 de setembre de 1993, el director de *Le Monde Diplomatique*, Ignacio Ramonet, advertí que «informar no és comunicar». Plantejava, en definitiva, que el comunicador és com una espècie de publicista i l'informador ha de ser el periodista, és a dir, aquell qui transmet la notícia. Cal passar d'aquesta volguda simplificació del pensament de Ramonet a una altra definició del periodisme, de Llorenç Gomis, segons la qual el periodista és el qui dia a dia, hora a hora, recrea el present social que esdevé referència indispensable per a conèixer què passa en la societat.

Del què passa al per què passa —en el doble sentit d'analitzar el passat, els antecedents, i el futur, la previsible evolució— només hi ha un pas. El periodisme modern ha franquejat aquest pas. El problema no és que el periodista hagi de ser solamet un informador neutre i que, en canvi, avui esdevingui un comunicador, és a dir, aquell qui interpreta i opina, aquell qui esdevé actor social de protagonisme. El problema és no saber distingir la informació o la comunicació com la mercaderia econòmica que és —el dilema de sempre, «informar o vendre»— d'allò que també ha de ser, «escollir de fer saber o un contracte amb la gent», segons que defineix Jacques Lesourne, l'economista ex-director de *Le Monde*. En aquest segon aspecte, el de l'elecció, és on ha de radicar la força del periodisme.

L'elecció, la tria, no es pot fer sense tenir en compte el que vol la gent, el que li agrada. Però és tan perillós com fàcil, seguint aquesta dinàmica, instal·lar-se en la manipulació.

«Periodista és aquell qui diu a la gent el que passa a la gent», ha escrit el director de *La Repubblica*, Eugenio Scalfari. Per tant, és necessari que el periodista sigui «aquell qui té en compte els fets que contradiuen la seva pròpia idea dels fets», segons el també ex-director de *Le Monde* André Fontaine. En conseqüència, «el periodisme és interpretar la societat», com diu el director de *Le Figaro*, Franz-Olivier Giesbert.

El periodisme és informar, comunicar (si s'entén per comunicar la interpretació que és implícita a la informació i l'opinió sempre que quedi ben diferenciada de la informació); i això implica triar, escollir, en un marc en el qual evidentment vendre diaris o tenir audiència a la ràdio i la televisió és molt important perquè és la condició que fa possible poder informar (el fet) i comunicar (els seus efectes). El periodisme, en canvi, no és manipulació, no és apostolat.

Quasi tothom està d'acord amb el principi d'informar més que vendre, de comunicar més que manipular. Però els problemes són pertot arreu. Molts periodistes influents dels Estats Units s'han preguntat si l'afany protagonista d'esdevenir descobridors d'un altre Watergate no els ha dut excessivament lluny en l'afer del Whitewater protagonitzat per Bill i Hillary Clinton. Al Japó, molts periodistes creuen que el fet que l'emperadriu perdés la parla durant alguns mesos a causa dels «disgustos que li dona la premsa» ha estat molt negatiu. Creuen que és negatiu perquè això afavorirà més autocensura. Tots a l'una, els periodistes dels mitjans de comunicació britànics no sensacionalistes van considerar que la publicació de les fotos de Diana al gimnàs donaria ales als qui volen regular la llibertat d'expressió.

A tot arreu, el dilema és el mateix: informar o vendre, comunicar o manipular. Aquest dilema ha esdevingut protagonista del debat social ja que en la societat de la comunicació és lògic que els mitjans de comunicació social, els que conformen el present social de referència, siguin protagonistes, bé de la informació i la comunicació, bé de vendre més i de manipular millor.

La polèmica és ben present també al sud del Pirineu. A Madrid, tot criticant indirectament el diari *El País*, el director del diari *El Mundo*, Pedro J. Ramírez, ha declarat que pregona «un nou model de democràcia», és a dir, la denúncia sistemàtica dels poders establerts.

Efectivament, la informació periodística comporta aquest valor afegit de la comunicació, entenent per aquesta la crítica, la denúncia, els fets reals contra els fets que es volen imposar. Guy Debord escrivia el 1988 a *Commentaires sur la société du spectacle* que les múltiples fonts de comunicació de la societat actual el que fan és donar ordres, és a dir, no solament comuniquen allò que volen, sinó que volen que es comuniqui tal

com ells ho diuen, donen la informació i allò que s'ha de pensar de la informació.

S'ha de fugir de la visió apocalíptica que la pluralitat de les fonts d'informació o de comunicació és dolenta. Al contrari, és una evolució positiva i el periodista no s'ha de creure que ell té el monopoli de la informació. Però mai no ha de perdre de vista que qualsevol institució, entitat, empresa, comunica lògicament en favor propi, mentre que el periodista no comunica al servei de cap poder, sinó del lector, de l'oient, del televident.

«No he vist professionals més preocupats per la deontologia que els periodistes, però curiosament no parlen mai de com els condiciona el propietari del seu mitjà de comunicació», deia Fèlix Martí, president del Centre Unesco a Catalunya, en les recents jornades del Patronat Català pro-Europa a Calella de Palafrugell. Ho va posar com a exemple que avui es parla molt d'ètica, fins i tot en els negocis, com a estratègia de «rentar-se la cara», no per necessitats o desigs ètics.

Juntament amb la pluralitat de les fonts, un dels temes de més debat avui és l'anomenat «periodisme d'investigació». Per molt que es digui, no és un invent actual. Només cal recordar aquell «Doctor Livingstone, I presume...?». Cal anar amb compte. En la recent presentació del llibre *Periodista*, de Margarita Rivièrre, el director de *La Vanguardia*, Joan Tàpia, va advertir que «sota el periodisme d'investigació, que és contrast de moltes fonts plurals, s'amaga de vegades el que vol dir una sola font, per intoxicar».

Aquest debat no té una solució científica perquè el periodisme, com la realitat social, no és una ciència. El perill està a perdre l'equilibri. Si el periodista oblida que independència, rigor i crítica és la trilogia de la seva professió, cau en el conformisme. Si, però, vol esdevenir el campió d'una nova democràcia, el profeta de temps millors, l'autoritat que dictamina sobre el bé i el mal, en comptes d'intèrpret de la realitat social esdevé un predicador al servei de la seva pròpia ideologia o de la d'uns altres.

El perill d'un periodisme com a víctima dels seus èxits és doble. En el primer cas, un bon exemple és la Guerra del Golf: els periodistes nord-americans anaven carregats, almenys en actitud subjectiva, d'independència, de rigor i de crítica. Qui donava les ordres, però, havia après molt del Vietnam. La guerra que havia de ser «en directe» esdevingué totalment censurada.

En el segon cas, un bon exemple són alguns mitjans de comunicació de Madrid, on —probablement per manca d'una societat civil forta— no pocs periodistes s'han tornat protagonistes de l'oposició al poder polític establert.

Per la banda del conformisme o del protagonisme excessiu, el periodista ha esdevingut lògicament una de les professions més criticades, un dels professionals menys creïbles, segons no poques enquestes, en les societats actuals.

És molt bonic dir que «el periodisme és el millor ofici del món», com ha dit García Márquez, a què es podria afegir allò de Saint-Exupéry: «El millor ofici dels homes perquè s'ocupa de l'esdevenidor dels homes.» Potser, però, en els temps que corren, és més exacte recordar Paul Valéry, per a qui el periodisme és «una professió delirant». I hi afegia: «Les persones que l'exerceixen estan sempre afligides d'un cert deliri de grandesa, com correspon a una professió la primera matèria de la qual és l'opinió que els altres tenen d'un.»

Probablement, la veritat periodística es troba en l'equilibri entre totes dues definicions. Un equilibri molt difícil en un temps en què s'ha acomplert, com teoritza Philippe Breton (llibre *L'Explosion de la communication*, Boréal, París, 1989), «el naixement d'una nova ideologia, la ideologia de la comunicació, com a alternativa de les ideologies de la utopia política». Berlusconi n'és un bon exemple. Però enlloc no és escrit que sigui l'inici d'un procés inaturable. El periodisme ha de buscar sempre el seu lloc en l'evolució de les societats. Si no troba aquest equilibri, serà víctima dels seus èxits.