

PERIODISME I PAIS: UNA REFLEXIÓ

Què és un periodista? li varen preguntar a Eugenio Scalfari. I el director fundador del diari italià “La República” va contestar: Periodista és gent que li diu a la gent allò que li passa a la gent”.

I per a qui treballa un periodista? Per els seus lectors, oients, espectadors, seguidors a les xarxes i Internet, com recordava Esther Vera, directora del diari ARA diumenge passat en el seu article.

I els periodistes estem complint amb aquest doble objectiu?.

La resposta, ja els ho avanço, no és contundent per què no pot ser-ho. Hi ha de tot, com en tots els oficis. No seré tan corporativista com per caure en el parany de la negació ni l’afirmació generals. Ni tan desagraït com per condemnar la meva feina, la meva dedicació de més de 40 anys, a les brases de l’infern. Prou condemnat que està ja el periodisme!

Però abans de contestar si els periodistes estem fent prou bé la nostra feina en aquests moments crucials, permetin-me que retrocedeixi una mica en el temps, no gaire, per dibuixar el context imprescindible que ajudi a entendre el que passa, (en la meva opinió, és clar!).

Quan ara fa 10 anys la crisi que encara cueja va exposar els seus primers símptomes amb l’esclat de l’escàndol de les “sub-prime” que va provocar la caiguda posterior de *Lehman Brothers*, les empreses periodístiques ja feia temps que podien percebre que a causa, - especialment però no únicament - de les noves tecnologies, un dia o un altre haurien de redreçar el seu rumb. Ho van començar a fer, - unes més que altres – però més per novetat que per convenciment. Eren les últimes raneres d’una llarga època de vaques grasses que havien permès guanyar molts diners, i fer apostes més agosarades per ambiciosos i vanitoses, i no pas que racionals per lògiques i viables. No és més criticable que el que van fer altres sectors econòmics que es vantaven dels beneficis d’un flux creixent

que, per primer cop en la història del darrer segle, no semblava tenir ni aturador ni fi. Finalment, no ha estat així, com bé sabem i encara patim, però admetem que nosaltres també respiràvem el mateix aire, compartíem les mateixes alegries i devíem les mateixes hipoteques. Ja llavors, hi havia veus d'economistes que alertaven. I tant ells com els periodistes que els transcrivien o interrogàvem érem titllats de negatius i etiquetats de tendenciosos o radicals. La banca pressionava i els governs, tots, pensaven més en el seu discurs tàctic i electoralista que no pas en prevenir els ciutadans dels perills que venien. I en no haver-se explicat a temps, després van haver de justificar-se tard i malament, reconeixent la crisi que ja feia temps que els ciutadans patíem. I així ha quedat de malmesa la imatge dels governs, la fiabilitat dels bancs i la credibilitat dels mitjans.

La força d'aquella crisi econòmica global va fer descarrilar la crisi local, la pròpia de les empreses informatives, públiques i privades i especialment del periodisme com a sector clau en una societat democràtica. I davant la urgència de la supervivència es va haver de prioritzar. Tot i això, la patacada ha estat forta: en 10 anys es calcula en uns 400 els mitjans de tota mena a l'estat espanyol que han desaparegut i en uns 15.000 els llocs de treball directes que s'han perdut. També a Internet, on es va recloure una part dels professionals acomiadats en xifres tan significatives com els 2.771 de l'any 2013. Haver fet en aquest camp de la necessitat virtut, no ha evitat que 121 portals s'hagin quedat sense actualitzar o directament hagin mort segons dades que consten a l'informe anual de la professió periodística.

No es preocupin que no els atabalaré més amb xifres ni casuística. Si m'he permès aquesta llicència però, és per descriure l'abast del desastre que a Catalunya i, com a rèplica de la gran sacsejada que ha suposat la reestructuració interna de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, ha fet perdre més de 1.200 llocs de treball indirectes en el sector audiovisual, segons ha avaluat el Clúster de Catalunya en relació amb els pocs menys de 400 que la mateixa empresa pública ha reduït dels més de 2.000 que tenia.

Per tant, tot això ho sabem per què tot això ho hem viscut. I alguns ho han patit o encara ho pateixen. I no fa tant com per haver-ho oblidat. Al contrari, ho hem de tenir present per saber la dimensió real del que estem parlant.

Òbviament, aquesta crisi dual ha tingut efecte en els continguts. I aquests, tendents a la reducció dels seus costos, han afectat la seva qualitat. Si a tot això hi afegim que les xarxes, i de manera més especial Twitter, han potenciat el periodista que tots portem dins – sí, qualsevol de vostès també, com demostren amb els seus missatges -, arribem a la conclusió que el món del periodisme està tan immers en la confusió general que no acaba de trobar l'accés a la porta de sortida. Si més no a casa nostra, perquè a altres indrets i en mitjans del món, la recuperació del rigor ha ajudat a la recuperació del missatge, del periodisme en majúscules i, en conseqüència, dels beneficis de l'empresa. Però ja entrarem en aquest apartat una mica més endavant.

Arribats a aquest punt, no els sorprendré si els dic que vivim un moment convuls, en un món que no ho és menys. Seria una obvietat. Com ho seria dir-los que aquest món convuls ens té alterats a tots. És una evidència. Per això, hem hagut d'aprendre a acceptar una realitat que sembla inalterable encara que sigui per poder descriure-la. I tot descrivint-la, sembla com si cada dia que passa ens anéssim sorprenent fins i tot de què encara hi hagi alguna cosa que ens sorprengui. Gran paradoxa: ens sorprenem de la sorpresa. O ho fem creure.

No els dic res que no sàpiguen si insisteixo en què som al mig d'una gran convulsió que té característiques de revolució. Adaptada als nous temps, cert, però revolució al cap i a la fi. I com sol passar quan un és al mig d'un canvi sense precedents, es perd la perspectiva i apareix la impossibilitat d'abastar-ne la seva dimensió real.

A partir d'una mínima capacitat d'anàlisi, que vol dir també d'autocrítica, apunto dos grans conceptes que sonen molt solemnes però que crec que resumeixen amb una certa claredat la síntesi d'aquest estat de confusió:

1/ Crisi de projecte. 2/ Pèrdua de l'objectiu.

Quan parlo de la crisi de projecte periodístic, em refereixo a la crisi d'identitat d'una feina bàsica i elemental en qualsevol societat moderna, oberta i globalitzada. Democràtica en definitiva. No cal citar a Jefferson, un dels pares dels Estats Units, per recordar que hi pot haver informació sense democràcia però no hi pot haver democràcia sense informació. I això val per tothom. Tant pels que la defensen més que la practiquen, com per els que la reclamen més que la faciliten.

Per què si el periodista és gent que li explica a la gent allò que li passa a la gent, el periodista ho hauria de poder fer i practicar amb la professionalitat que se li ha d'exigir i amb la llibertat que se li ha de concedir.

La crisi de projecte equival, en alguns casos, a la pèrdua del nord empresarial. En el sector públic, perquè s'han prioritzar interessos parcials, partidaris i partidistes. I en el privat, perquè en alguns casos ja només estan pendants dels resultats econòmics, perseguint mantenir uns estàndards avui ja inviables. De fet, la majoria de les grans empreses internacionals de comunicació ja hi ha renunciat perquè han avaluat correctament la situació. Com ho resumeix, Charlie Beckett, professor de la *London School of Economics* i analista de la transformació digital: "s'ha d'admetre que el periodisme no és rentable".

Si no és negoci, vol dir que és un servei bàsic per a la societat. Això, porta al periodisme a recuperar el seu objectiu perdut. Que és el segon punt que els comentava.

I quin és aquest objectiu: recordar senzillament qui és el client del periodista, per a qui treballa el periodista, a qui es deu el periodista. Resposta, a la societat.

La gran bonança econòmica primer, amb la seva corresponent xarxa clientelar, i la urgència per superar la crisi després, amb la necessitat d'ingressos per evitar el col·lapse definitiu, són els elements que van portar a les empreses periodístiques a un àmbit més confortable i menys conflictiu. En definitiva, el van desviar del seu camí, i els seus destinataris reals – els ciutadans - es van quedar com a mers observadors primer i van acabar amb un sentiment d'abandonament després. Com es lògic, van

buscar alternatives i es van trobar a Internet i les xarxes socials que els van anar satisfent perquè els deien el que creien que havien de sentir. I una de les coses que els van fer notar, de manera gens ingènua, per cert, era que els mitjans convencionals responen a uns interessos que ja no són els d'ells, els dels ciutadans, si no els d'aquells que havien dictat les mesures d'austeritat per continuar afavorint als de sempre. I com que el balanç ha estat el trist augment de la pobresa, la lamentable reducció de la classe mitjana i el crític enriquiment de cada cop menys corporacions i persones que, en canvi, aclaparen més control sobre l'economia mundial i condicionen governs i estats, doncs dit i fet: el ciutadà abandonat pels mitjans convencionals s'ha abraonat a la bogeria digital en la facilitat que li dóna que tot és immediat, pensant que això l'allibera de les manipulacions interessades i de les maquinacions perverses.

Però les coses en aquest aspecte tampoc són tan simples. I així tenim que davant d'uns objectius denunciabls, n'hi ha uns altres que també ho són. No siguem ingenus. Els dits "mitjans alternatius" ens han portat un suposat periodisme alternatiu, en molts casos, basat en la manca de contrast veritable i desinteressat de la notícia, en la difusió d'un rumor o en la plataforma de propaganda disfressada d'informació. Aquest suposat periodisme que ha triomfat parcialment gràcies a la forma impactant i sensacionalista de vendre el seu producte, troba la seva amplifcació en la persecució de l'audiència a qualsevol preu, i en un concepte mal entès de la immediatesa. I aleshores, difonen, encara que sigui amb tímides reserves, falses notícies que queden. Com a notícies, no com a falses, lamentablement.

I d'aquestes suposades notícies se'n serveix la política per projectar-hi les seves tensions. Això acaba creant un bucle d'acció-reacció que, adobat amb un to de vegades impertinent, provocatiu i fins i tot insultant, atrau l'atenció del més despistat o de l'incendiari que tots podem ser si no contem abans fins a 10. Acció complerta i objectiu aconseguit. A quin preu?. Aquesta és la qüestió.

D'entrada, formant part d'una societat per primer cop a la història desinformada per excés. Els nostres besavis ho eren per defecte, tenien accés a molt poc del que passava, mai en temps i real i quan ho sabien els

fets ja estaven desfasats. Ara això ja no és així, tot el contrari. Els d'una certa edat n'hem viscut l'evolució progressiva d'aquestes facilitats.

Ara tenim tantes possibilitats de saber què passa en el moment que passa allà on passa, que un cop satisfet el primer instint i després d'un seguiment lleuger, ens fem una composició de lloc que pot ser tan aparentment àmplia com incompleta, tan egoistament diversa com superficial. Hi han contribuït molts factors a aquesta desinformació, però especialment allò que ara se'n diu "l'experiència d'usuari". Un parany, perquè fent-nos creure que llegim el món real, el que veritablement fem és llegir un món afí, perquè així ho dissenyen els algoritmes a partir del nostre consum preferent i individual. Per tant, en apartar allò que em molesta, em desagrada o m'incomoda, fem desaparèixer com per encanteri el món real per fer-nos el món a mida.

És a dir, si ara vostès i jo fessin un cerca a Google, vostès i jo obtindríem resultats diferents.

Fa 4 anys el Washington Post ho va entendre perfectament. Per això, ara, com a empresa ja tecnològica, personalitza temàtica i continguts adaptat al perfil que el diari té de cada un dels seus lectors. Ara bé, per neutralitzar el possible efecte negatiu que això té, què ha fet? Ha apostat per fer més periodisme comptant amb els millors periodistes. Ha tornat, doncs, a l'essència.

Al nostre país, en canvi, tot indica que estem fent el contrari. D'una banda, perquè a nivell empresarial – com que governen els gerents obsessionats de l'Excel - no es dóna valor a la feina periodística, i per tant, no es vol pagar el cost real d'una bona informació. I de l'altra, perquè el permanent conflicte polític fa que la propaganda vagi limitant la informació. Veiem l'exemple del procés català, que avui ha entrat en la recta final del seu desenllaç.

A través d'una acció de propaganda digna de ser estudiada amb deteniment, mai vista fins ara i utilitzant especialment les xarxes socials, ha fet saltar pels aires qualsevol autocrítica i assenyala a qui gosa demanar algun aclariment de ser pràcticament un traïdor a la pàtria. A qualsevol de les pàtries. I això ho fa en connivència amb alguns mitjans que, aplicant la

seva legitimitat a posicionar-se com creuen convenient per convicció o interessos, han renunciat al periodisme deixant de formular - o no permetent fer - les preguntes que busquen resposta. Que sempre n'hi ha, que quasi sempre solen ser les impertinents i que conformen l'exigència periodística per poder fer la seva funció i informar adequadament la ciutadania.

La pressió política sobre algunes empreses a canvi de subvencions i ajuts, sumada a la posició avançada i personal d'alguns periodistes que prioritzen les seves lliures i respectables conviccions individuals per davant de les seves obligacions professionals, hi fan la resta. D'una banda i de l'altra. Un exemple de diumenge passat. Una cadena privada de televisió d'abast estatal va emetre un programa de debat monogràfic sobre el referèndum. Primera part, una taula amb polítics. Segona, una taula amb periodistes. Diferència? No gaires per què la divisió dels primers va ser seguida per la dels segons utilitzant quasi els mateixos arguments que reflectien idèntiques posicions. Ah!. I en mig, un cara a cara que aprofundia en les dues trinxeres. Resum?. Qui passi o intenti passar ara pel mig d'aquests dos grans fronts és abatut pel foc creuat. Fa nosa.

Per exemple, fa 3 setmanes vam patir un atemptat gihadista terrible a casa nostra, i des d'aleshores hem vist policies enfrontant-se, governs interpel·lant-se, guerra de banderes, suposades informacions i batalla entre els mitjans... i , entre tot això, jo he trobat a faltar algunes preguntes. Sabem els ciutadans si estem més segurs ara? Què sap la policia d'altres moviments de possibles gihadistes a casa nostra? Com ha afectat i afectarà econòmicament l'atac? Com estan avui les víctimes? Ahir em vaig trobar amb un advocat que em va explicar que una d'aquestes víctimes se li havia presentat al despatx demanant ajut, perquè cap dels molts telèfons que li havien donat personalment representants de les administracions, totes, ara no li contestaven. I que el servei de psicòlegs que havien posat a la seva disposició l'obligava a desplaçar-se a un altre municipi, fet que li provocava encara més angoixa perquè no se sent fort com per sortir de casa.

No són aquestes les històries que hauríem d'estar explicant? No són aquestes les preguntes que hauríem d'estar fent? És lògic que 3 setmanes després d'una sacsejada tan forta, ja no expliquem res més?

No voldria deixar-los ni amb més preocupació de la que puguin tenir ni amb la resignació que no hi ha sortida, per què no és cert. N'hi ha. I arribarà. I aquesta sortida que alguns mitjans internacionals i de prestigi ja han trobat, passarà per tornar als orígens. Per recuperar el paper, ara trastocat, a partir de les bases que han permès que siguem ciutadans lliures amb capacitat de decisió a partir d'una opinió fonamentada en una informació veraç. I aquesta informació tornarà a ser discriminada i seleccionada gràcies a l'aplicació del mètode elemental del periodisme: investigar, contrastar i difondre en el context imprescindible que tota notícia important ha de portar incorporada. Perquè avui el periodisme seriós, democràtic i constructiu s'ha de preocupar més d'explicar el com i el per què que no pas el què. Perquè aquest què ja és a l'abast de qualsevol ciutadà a l'instant.

El problema però, està en aclarir primer i demostrar després, per què aquest mateix ciutadà que ha preferit creure's més el seu igual explicant-li amb mirada parcial allò que diu que sap o ha vist, ha restat als mitjans convencionals la credibilitat que abans tenien. El repte? recuperar aquesta credibilitat. I això no passa tampoc per menystenir ni criticar les alternatives. Han vingut per quedar-se. El seu potencial és enorme, el seu impacte colossal, i la seva força indiscutible. Per això, hem d'aprendre a treure'n el millor profit i a canalitzar més be totes les seves grans possibilitats i posar-les al servei del periodisme. No al revés.

Perquè si realment volem ser ciutadans lliures, hem de defensar el nostre grau individual de llibertat. I això passa per estar ben informats, no manipulats. I decidir d'acord amb els dubtes que el bon periodisme que sempre ha de plantejar. Perquè si dóna veu a totes les parts, si sintetitza la pluralitat i potencia la discrepància, ajuda a que deixem de veure les coses només en blanc i negre. Per tant, dóna força als grisos, és a dir, als matisos. I tots sabem que la veritat està feta de matisos.

Resumint, i citant la Bíblia: és la veritat la que ens farà lliures.

I la veritat sempre és fruit d'una bona informació. Per això, hem de saber destriar el gra de la palla, cosa que fa el periodisme a través dels periodistes. Aquella gent que li explica a la gent allò que li passa a la gent.

Moltes gràcies.