

El que i el com de la informació de qualitat

Victòria Camps Catedràtica de Filosofia Moral i Política. Universitat Autònoma de Barcelona

■ El qué y el cómo de la información de calidad

La ponencia de Victòria Camps se estructura en torno a cinco puntos: el acto de informar, informar con imágenes, la autorregulación, la lucha por la competencia y, por último, la banalidad y la opacidad. En definitiva, se produce una colisión entre el derecho a la información y el derecho a la intimidad. El primero de los dos tiene que estar vinculado al deber de servicio público de los medios de comunicación audiovisual. La autora se manifiesta a favor de la autorregulación y destaca como hechos preocupantes la banalización y la falta de transparencia informativa en torno a algunos temas.

■ Quality information – what and how

This report by Victòria Camps is structured around five points: the act of informing; informing with images; self-regulation; the struggle to compete; and banality and opacity. The right to information and the right to privacy are in conflict. The right to information needs to be linked to the public service duty of the audio-visual media. The author declares herself to be in favour of self-regulation and highlights the worrying issues of the increasing banality and the lack of transparency in information on certain questions.

■ Le pourquoi et le comment de l'information de qualité

L'exposé de Victòria Camps est structuré autour de 5 points : l'action d'informer, informer avec des images, l'autorégulation, la lutte pour la compétitivité, la banalité et l'opacité. En définitive, le droit de l'information se heurte au droit à l'intimité. Le droit à l'information doit être lié au devoir d'assurer un service public attaché aux médias. L'auteur se prononce en faveur de l'autorégulation et elle souligne comme des faits préoccupants la banalité et le manque de transparence dans l'information touchant à certains sujets.

1 L'acte d'informer

En la societat de la informació i del coneixement sembla que hauríem de tenir clar què vol dir informar i què vol dir conèixer. Tanmateix, cap d'aquests dos mots té un significat evident. Informar, etimològicament, vol dir donar forma a una cosa. El problema consisteix a determinar quina situació triem per a donar-li forma i quina forma li donem. Cal tenir criteris sobre quins continguts informatius són rellevants, preferents, interessants, i quina és la millor manera de fer-los arribar al receptor perquè entengui el que tractem de fer-li conèixer. És a dir, que la idea ingènua segons la qual els mitjans de comunicació són un reflex de la realitat és molt imprecisa. No hi ha cap mirall que pugui reflectir tota la realitat, és impossible. El mirall el posem nosaltres on ens sembla, reflectirà les imatges que vulguem que reflecteixi. És equivocat, doncs, pressuposar que el periodista informa des d'un punt de vista impersonal, des del Nowhere. Tan equivocat com pensar que podem ésser absolutament imparcials. Les notícies, d'una altra banda, són novetats, anuncis de quelcom desconegut fins aleshores. Tampoc la decisió sobre el que és noticable no és una decisió òbvia. Les notícies amb víctimes, sobretot si ho són d'actes violents, obren els informatius. L'assassinat, l'agressió, el maltractament, constitueixen les accions més repulsives i moralment condemnables en les societats humanes. La mort en si mateixa és el nom del mal que no podem explicar-nos. És per això que les tragèdies humanes són noticiables. Ara bé, ho són tal i com ho haurien de ser? No és ofensiva la visió de segons quines víctimes? És recomanable convertir en notícia el terrorisme? N'hi ha prou amb una notícia d'escassos minuts per a informar de les grans tragèdies personals?

Dit més breument, informar és un acte, però un acte intel·ligent. Cosa que no implica que totes les informacions ho siguin d'intel·ligents, sinó que per tal d'obtenir-les, elaborar-les i difondre-les cal utilitzar

l'intel·lecte. Informar no és com dormir, menjar o estar cansat, que poden ser accions merament animals. L'acció humana, a diferència de l'acció animal, és racional i intencional. El que fem ho fem per alguna raó o per algun motiu, amb una finalitat específica. Fem una caminada diària perquè ens han dit que és sa fer exercici, anem al cinema per passar una bona estona, no mengem carn perquè ens fa por la malaltia de les vaques boges. Sempre hi ha un perquè, una raó que explica el sentit del que fem. D'una altra banda, informar és una acció humana, un acte lingüístic, ja que informem mitjançant el llenguatge, però un acte que gairebé mai no acaba en si mateix, sinó que n'arrossega i en suposa d'altres. L'informant, efectivament, tria un contingut informatiu entre un seguit de possibilitats, i ho fa pensant en el públic al qual va dirigida la informació que vol transmetre. En la societat de masses, el públic és, en principi, tothom sense distinció, en especial el públic del mitjà informatiu més popular: la televisió. Del públic de la televisió en diem l'audiència, en general. Un fet no menyspreable a l'hora de valorar el perquè, el què i el com de les informacions que considerem més rellevants.

No sols l'informant es dirigeix a un públic, sinó que es proposa fer quelcom específic mitjançant l'acte d'informar: prestar un servei, incrementar l'audiència o les vendes, ser el primer a donar la notícia, competir amb l'adversari, provocar, almar, desmuntar o ampliar una altra informació. Els actes lingüístics són complexos i mai no es presenten en estat pur. Estan moguts per intencions no sempre manifestes, ja que expressar clarament les intencions a vegades no és eficaç. Si el que vull és provocar o crear alarma social, no diré et vull provocar o desitjo almar-vos; dient-ho així de clar mai no assoliríem els nostres objectius. Cal amagar les intencions perquè l'efecte sigui implacable. En determinades circumstàncies, la finalitat de la informació transcendeix el mateix acte informatiu tot tractant de produir en el receptor alguna altra acció: en informar que demà hi haurà una gran manifestació estem incitant la gent que hi vagi i no es quedi a casa; en informar de la novetat i la singularitat d'un programa com Gran Hermano, pretenem que l'audiència s'hi enganxi; no se'ns informa adequadament d'un perill com el de les vaques boges per no crear alarma social. Les possibles conseqüències de l'acte informatiu

poden esperonar la informació, però també controlar-la o censurar-la.

Ateses aquestes premisses, hem de concloure que no és gens senzill informar bé. Perquè la bondat de la informació no depèn d'ella mateixa, sinó de la intencionalitat de l'acte. La gent òbviament ho sap i, perquè ho sap, rep la informació amb una certa recança. La sospita que la informació mai no és del tot transparent acompanya el seguiment de qualsevol espai informatiu, especialment si pretén ser impactant. Davant la voluntat de cridar l'atenció sobre alguna cosa, ens preguntem quin interès hi deu haver al darrere; una pregunta que fa palès que les informacions sempre són interpretacions de la realitat i, en conseqüència, no es troben gaire allunyades de les opinions. Som éssers culturals i res no se'ns presenta en estat natural. Tot es manipula, en el sentit literal de la paraula: en passar per les mans de l'home, les coses reben una forma, una aparença que les faci atractives i engrescadores. Hem de concloure, doncs, que l'objectivitat informativa no existeix? La resposta és ambivalent: si i no. Com deia Umberto Eco: l'objectivitat és una il·lusió, però es pot ser objectiu. Cal parar atenció al context de l'objectivitat informativa, que és diferent del d'altres objectivitats. Un context que remet a un altre concepte més adequat: a través de l'acte d'informar no es busca l'objectivitat sinó la credibilitat.

2 Informar amb imatges.

Apliquem la introducció anterior sobre l'acte informatiu al tema d'aquestes jornades: el tractament informatiu de les tragèdies amb víctimes, tot fixant-nos en el mitjà de comunicació més procliu a distorsionar el tractament informatiu, que és la televisió. No perquè la televisió sigui per definició distorsionadora, sinó perquè la informació televisiva és necessàriament més curta i ràpida que la d'altres mitjans i perquè necessita imatges. Dues raons que la fan especialment vulnerable a la utilització perversa i irresponsable. Com deia fa un moment, la realitat només se'ns presenta interpretada, manipulada per algú o, si més no, conformada per la nostra pròpia mirada. No hi ha un mitjà més distorsionador que un altre. El que fa perillosa la televisió són les dues raons esmentades: la rapidesa i la imatge.

De la rapidesa i la urgència de les notícies en parlaré més endavant. Fixem-nos primer en la imatge. Donem per descomptat que la televisió necessita imatges, tot i que el supòsit no pot, ser no hauria d'ésser, tan evident. No ho era en la primera època de la televisió, quan la falta de recursos tècnics i econòmics reduïa els espais informatius a la imatge del presentador que senzillament llegia una pàgina darrere l'altra. La retòrica de la lectura, l'entonació i les modalitats de la veu suplïen, a vegades amb escreix, les imatges.

Sigui com sigui, el cas és que avui no concebem ja un informatiu televisat sense imatges, fins al punt que, si no hi ha imatges, cal inventar-les perquè la informació pugui ser emesa. El problema de les imatges és que, si bé són imprescindibles per tal de cridar l'atenció del públic i enganxar-lo ràpidament, al mateix temps descontextualitzen la notícia, la simplifiquen i la redueixen a pura imatge, si se'm permet la redundància. Una imatge es diu que val més que mil paraules: és la millor manera de fer-ne via i dir-ho tot en uns instants.

Giovanni Sartori, en el seu brillant llibre sobre l'homo videns, es refereix a la pobresa de la imatge si la comparem amb la paraula o el discurs. La imatge d'un pobre representa la pobresa, la imatge d'un colom, la idea de la pau, fins i tot la imatge d'un cotxe o d'un avió poden comunicar la idea de llibertat. Però ni la pobresa ni la pau ni la llibertat es redueixen a la imatge d'un pobre, d'un colom o d'un automòbil. Les imatges apunten a una realitat el significat de la qual necessita una explicació més elaborada. D'una altra banda, com deia, la imatge descontextualitza en el sentit que no deixa veure o no fa explícita tota l'àrea a la qual pertany la idea en qüestió. Un exemple de la descontextualització a què em refereixo és la informació sobre actes violents arran d'una manifestació. Diferents anàlisis que s'han fet sobre el tractament informatiu de la tristament cèlebre manifestació de Sants de fa poc més d'un any denuncien precisament la descontextualització d'unes imatges que fixen l'objectiu en uns quants joves escridassant i tirant pedres, en uns vidres trencats i uns contenidors escampats per terra. Tot plegat transmet una impressió de vandalisme i de batalla campal poc fidel a la complexa totalitat dels fets. Com diu Pierre Bourdieu, la imatge és una mena de fast

food cultural, que aniquila tant la capacitat d'abstracció com la capacitat de judici.

Ara bé, el més preocupant des del punt de vista de l'ètica és que les imatges realment interessants, les que atreuen l'audiència amb un magnetisme especial, són les imatges de persones. Persones que, com sabem, tenen uns drets, són propietàries de la seva imatge: tenen dret a preservar-la precisament de totes aquelles utilitzacions que no hagin estat prèviament acceptades per la persona en qüestió. El dret a la intimitat i a la pròpia imatge és, de fet, un dels límits constitucionals tant de la llibertat d'expressió com del dret a la informació. La llibertat individual, com escrigué magistralment Stuart Mill, només té un límit que és el dany als altres. Ho podem fer tot, àdhuc fer-nos mal a nosaltres mateixos; només per evitar fer mal als altres es justifica la limitació de la llibertat per part dels poders públics o de les lleis. És el que enuncien l'article 20.4 de la Constitució, l'article 9è del Codi deontològic del Col·legi de Periodistes de Catalunya, així com la Llei de protecció del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge.

El que ens preguntem davant de tota aquesta regulació és per què els principis, les normes o les lleis no tenen prou força per a constreynir-nos a actuar com cal. Per què sembla tant difícil aplicar correctament les lleis que tenim i més especialment aquelles que limiten la llibertat d'expressió. Cada cop que es produeix una tragèdia amb víctimes, ens sentim insatisfets, quan no obertament disconformes, amb la manera com ha estat tractada la tragèdia. I el problema gairebé sempre el plantegen les imatges, no les paraules. Les paraules poden ser ambigües, però la fotografia és clara. No costa trobar exemples del que dic: la imatge d'una dona morta al carrer pel cop d'un tros de façana, el suïcidi d'un polític davant la televisió, l'espectacle de cossos desfigurats escampats per terra després d'un accident. El que la llei diu és clar i no sembla interpretable: ningú no té dret a utilitzar la imatge d'una persona sense autorització. Els morts desgraciadament ja no estan en condicions d'autoritzar res, però els familiars sí que poden fer-ho. Perquè, hi ha quelcom més íntim que la pròpia mort? La fotografia d'un cadàver, més encara si la mort ha estat violenta, no és una vulneració indiscutible del dret a la intimitat?

La raó generalment adduïda per tal de justificar la representació d'imatges personals és prou coneguda: l'interès públic. Un personatge públic té menys dret a la intimitat que qualsevol de nosaltres. També les seves tragèdies produeixen més interès, siguin personals o no ho siguin. No entraré ara en el tema de la intimitat dels personatges públics que ens duria massa lluny i ens apartaria del nostre objectiu, si bé aquesta és una qüestió molt mal resolta i que mostra la incapacitat de discernir què és interès públic i què no ho és. Només cal esmentar el cas de la mort de la princesa Diana de Gal·les i el debat posterior sobre la pertinença de les informacions donades. Un altre aspecte d'interès públic que justificaria les representacions de tragèdies personals és veure aquestes representacions com maneres de prevenir tragèdies similars futures. La visió d'un accident en tota la seva crueltat pot resultar eficaç en la prevenció d'ulteriors accidents i beneficiar la societat. Ambdues raons –el personatge públic i la prevenció– tenen, òbviament, un interès públic. Sí però, a qui correspon mesurar-ho i ponderar-ho? Quan i quina imatge d'un personatge públic té realment interès públic i quina credibilitat té l'afirmació que la visió d'accidents prevé d'accidents futurs?

No hi ha respostes ni fórmules generals per a prendre decisions correctes quan ens trobem en la situació d'haver d'escollir. Els juristes que han pensat sobre el tema ens diuen que quan el dret a la informació topa amb altres drets, com el de la intimitat, el primer adopta una posició preferent sobre el segon(1). Per què aquesta posició preferent? No caldria contrarestar la tendència que el dret a la informació passi al davant del dret a la intimitat?

3 A favor de l'autoregulació

Si més no, hi ha una explicació evident de la tendència a preferir el dret a la informació sobre el dret a la intimitat. Consisteix en la prioritat gairebé absoluta que donem a la llibertat i, en especial, a la llibertat d'expressió, de la qual és un subgènere la llibertat d'informació. No vull dir que caldria limitar més la llibertat -de fet ja ho està, de limitada, per la mercantilització de tot, com veurem més endavant-, sinó que cal clarificar què implica i a què compromet ser lliure. Dit d'una altra manera, la llibertat

és indestruïble de la responsabilitat, els drets no són sostenibles sense els seus corresponents deures.

Quan l'interès d'una informació es confon amb la imatge truculenta, morbosa, espectacular o lacrimògena, el que s'està demostrant és que els objectius o les intencions de les informacions es basen en criteris molt pobres. En el tractament de les tragèdies personals passa quelcom molt similar al que succeeix amb els programes televisius dedicats a la infància. Sabem perfectament, perquè tots els estatuts i totes les directives televisives ho prescriuen clarament, que cal protegir la infància. Ara bé, decidir en què consisteix protegir la infància, on hi ha les fronteres del que és permisible o prohibible, no és senzill, ni dirimible en un parell de fórmules. La decisió és finalment una elecció lliure i sempre representa un risc. Sartre deia que buscar en els codis o en les normes la resposta a la indeterminació en què ens trobem quan hem d'escollir és un exemple de mala fe. Perquè la decisió hauria de ser de qui l'ha de prendre i de ningú més.

Que la decisió és finalment nostra és el que volem dir quan ens mostrem a favor no de més regulació sinó d'una autoregulació. El que potser no acabem de tenir clar és que l'autoregulació també és regulació: regles que ens imposem nosaltres mateixos, però regles finalment. L'autoregulació comença, efectivament, per l'elaboració i el consens al voltant d'un codi deontològic. Però aquest només és el punt de partença. Després, el codi ha de ser aplicat i, com que les situacions a que cal aplicar-lo són molt complexes, l'aplicació ha d'estar vinculada al debat i al diàleg. Constituir comissions que controlin l'aplicació d'un codi, procurant que estiguin formades per persones tant de dintre com de fora del gremi, em sembla la manera més adequada d'acceptar i assumir les dificultats que comporta prendre decisions justes quan els casos són difícils. L'avaluació externa del que fem és imprescindible per assegurar la mínima imparcialitat que requereix allò que només pot ser entès com un servei públic.

4 La lluita per la competència.

Hi ha una segona raó que explica per què el dret a la intimitat acaba sent secundari al dret a la informació: És la lluita per ser el primer, la necessitat de competir,

molt lligada a la rapidesa i la febrilitat que acompanya l'obtenció de la informació. La informació es dona en el si d'un món tremendament mercantilitzat, on només se salven de les grapes de l'interès econòmic aquelles activitats que no poden ser convertides en mercaderies (la filosofia en seria un bon exemple). Per a poder informar cal tenir a disposició un diari, una ràdio, una televisió, un portal d'internet. Els mitjans de comunicació són empreses que han de subordinar les bones intencions i fins i tot les normes ètiques a la maximització dels beneficis. És, com tothom sap, aquesta constricció la que duu a trobar en la truculència i l'espectacle la manera més simple de captar l'atenció del públic. Finalment, han estat els tabloides i les revistes del cor els que han imposat la seva manera de fer, perquè és la més ràpida i eficaç: la mirada morbosa és fàcil, no cal pensar gaire per fotografiar la sang. La mirada morbosa ven més que la mirada discreta i prudent.

De tota manera, l'anàlisi que es limita a vincular les distorsions de la informació a la mercantilització és tan obvi que resulta trivial, si no hi afegim res més. Ja el jove Marx –que era periodista– alertava contra una llibertat de premsa industrialitzada: «la teva llibertat no és la meua, li diu la premsa a la indústria» observà en els Escrits de joventut. Convé, doncs, ampliar aquest punt emfasitzant un altre aspecte de la competència. Es tracta del que Bourdieu denomina la circulació circular de la informació, una idea interessant, que consisteix en el fet que la competència força els informadors a pensar no tant en els lectors o en l'audiència com en els altres informadors. Copsar la notícia, donar les imatges primer i abans que ningú, és molt més important que donar bé la notícia o triar les imatges adequades. La premsa per ser el capdavanter és el més gran obstacle a la reflexió i a la deliberació que, com digué Aristòtil, haurien de precedir qualsevol decisió.

El tancament de la informació en un cercle –continua dient Bourdieu– és com un joc de miralls que es reflecteixen mútuament i produeixen un formidable efecte de clausura, de tancament mental. El més greu d'aquest fenomen és la pèrdua de contacte amb el món exterior, conseqüència de tot procés endogàmic. Adquireix més importància que faran o diran els altres mitjans, que la informació mateixa. Dit d'una altra manera, es contemplen els fets des

de la perspectiva de la competició o de la competència, però no de la competència professional, sinó de la competència amb i els altres professionals i contra ells. És com l'alumne que estudia no tant per adquirir coneixements, com per treure millor nota que els seus companys: forçosament, l'estratègia i el resultat canviaran, si l'objectiu és també diferent.

Segurament, aquest cercle tancat que ha anat construint l'empresa mediàtica és la condició que menys pot ajudar a modificar les inèrcies i visions estereotipades de les coses. És també l'enemic més gran de la creativitat. Ja fa temps que ens hem adonat que la doctrina liberal segons la qual la competència produeix més qualitat i més pluralitat no és aplicable als mitjans de comunicació i, especialment, a la televisió. Amb la televisió ha passat exactament el contrari del que anuncia el pensament liberal: més competència significa més uniformitat i més banalitat. Una banalitat derivada de la superficialitat de la televisió. La televisió està obligada a entretenir sempre, fins i tot quan informa, condició que inevitablement banalitzava la informació. Si més no, la redueix a pura anècdota. Ara bé, una cosa és la banalització derivada de la simplificació i una altra la banalització derivada d'uns continguts desprovistos d'interès, trivials. No tinc res en contra de la primera banalització, que és la que fa que molta gent rebi una informació que no tindria perquè no són lectors de diaris. No hi ha dubte que és millor una informació banal que cap informació. Sempre podem esperar que la informació superficial i simplificada acabi estimulando la recerca d'informacions més completes.

5 Banalitat i opacitat

El que em sembla més preocupant és la banalització derivada de la manca de notícies realment interessants. Hom ha constatat que als Estats Units la retransmissió de la caiguda del mur de Berlín, amb dos comentaristes de relleu, fou un fracàs, al contrari del que va passar amb l'estudiant xinès davant d'un tanc a la plaça de Tianammen, un esdeveniment espectacular, però molt menys rellevant. És a dir, la imatge provocadora atrau l'audiència; el comentari profund el fa canviar de canal. Ara bé, la pregunta és: a qui correspon determinar l'interès de les notícies

i la manera de transmetre-les perquè cridin l'atenció del públic? La pregunta té una resposta que sembla òbvia: és l'audiència –l'audímetre, per ser més exactes– el que determina l'interès de la notícia. Quan l'interès decau vol dir que la notícia ha de deixar de ser-ho, deixa de ser interessant.

La resposta és, no cal dir-ho, molt poc il·lustrada. Però no hi fa res, ja que la il·lustració avui ens sembla inevitablement despòtica i tendim a excloure-la com a criteri per valorar interès i adequació de la notícia. Ningú no posseeix el saber absolut i, per tant, ningú no té autoritat suficient per determinar quina és la millor informació. A falta d'autoritats transcendents o immanents, el recurs és posar el termòmetre que mesura la temperatura de l'audiència. És el mètode aparentment més democràtic.

Però passa que, si ens entestem en la teoria segons la qual és el públic el que decideix quines són les informacions més valuoses i les imatges més adequades, haurem de concloure que la premsa del cor, la informació esportiva i els diaris sensacionalistes valen més que qualsevol altra mena d'informació. Si els criteris estrictament comercials no ens satisfan, quins altres criteris poden servir-nos, que siguin mínimament objectivables i no conseqüència de l'aplicació implacable d'un despotisme il·lustrat?

En un altre ordre de qüestions, no allunyat del nostre tema, cal remarcar que el tractament informatiu de les tragèdies personals, lluny de respondre a necessitats i interessos de l'audiència o del públic, hi va en contra. Penso en les mitges veritats –per no dir-ne mentides– que structuren la informació d'accidents o errors poc favorables a l'administració o a les organitzacions econòmiques més potents. La foscor i la manca de transparència es converteixen en un requisit assumit, amb complicitat absoluta, per tots els poders en joc. Casos com l'actual de les vaques boges o el de la colza fa uns quants anys mostren la funció que la informació de qualitat podria tenir en una democràcia, però que gairebé mai no té. El que caldria en aquestes situacions és un periodisme d'investigació difícil de portar a la pràctica ja que topa amb múltiples obstacles: el poder polític i econòmic de què els mitjans finalment depenen per a la pròpia subsistència, la necessitat d'anar de pressa i no aturar-se en investigacions, i, segurament, la falta de

formació del professional. Tanmateix, tenim exemples de periodisme d'investigació de qualitat que representen tant el triomf de la llibertat d'expressió com del dret a la informació.

Efectivament, el dret a la informació no significa gaire res si no està vinculat a un deure, que és el servei públic. Dèiem abans que el públic dels mitjans de comunicació és la massa, és a dir, tothom. Cal arribar a tothom i donar una informació per a tothom, no tan sols per a una elit d'intel·lectuals i gent de la cultura. No oblidem que és el públic en general el destinatari del servei que ofereixen els mitjans. Els mitjans de comunicació audiovisual són, per definició, un servei públic, fins i tot els privats. No sols perquè han d'arribar a tothom quantitativament, sinó perquè han de pensar amb tothom qualitativament. És un imperatiu ètic que el responsable d'emetre informatius es preguntin de què s'ha d'informar i com s'ha de fer. Lligat al dret d'informar hi ha un deure que és informar bé. Com que ja hem dit que el que sigui informar bé i respectant les persones no cap en una fórmula, només ens queda conceptualitzar la bona informació com aquella que subordina la imatge, la competència i la independència al deure d'informar i no a l'inrevés. No és un bon servei informatiu el que només es preocupa de les imatges que poden atraure més audiència, no és bona informació la que resulta més competidora perquè guanya els altres mitjans o emissores, ni ho és la informació incapaç de trencar la complicitat amb els interessos partidistes o sectaris.

He començat fent referència a la societat de la informació i del coneixement. Una societat on les informacions són excessives, superficials i massa ràpides. És gairebé impossible aprofundir en cap informació, ja que l'ansia de novetat i de passar pàgina la fa desaparèixer l'endemà mateix. Si la informació és un servei, preguntem-nos: qui serveix? La gent, i en especial els que més ho necessiten, o més aviat serveix els polítics, els diners, la inèrcia informativa? Fa unes setmanes, Arcadi Espada es referia en un article a un assassinat que va tenir lloc ara fa un any, al barri de Gràcia de Barcelona. Lamentava el periodista les dificultats per tornar a evocar una notícia que ja ha deixat de ser-ho, malgrat que el crim en qüestió continua envoltat de l'opacitat més absoluta. Els familiars de la víctima agrairien que alguna ràdio, algun diari

o la televisió es fes ressò de l'angoixa que els envaeix, però, malauradament, dramàticament, aquell crim ha deixat de ser notícia. I la raó és simple: el temps de la notícia ja va passar. La novetat sempre serà més notícia per inútil o trivial que sigui.

Exemples com aquest i els altres amb què he intentat il·lustrar aquestes pàgines posen en dubte la voluntat de servei de la informació i, més concretament, del tractament informatiu de les tragèdies personals. La voluntat de servei, com a exigència dels mitjans de comunicació i en especial de la tasca informativa, és un valor en si mateix, però ho és també pel protagonisme que tenen els mitjans en el procés de socialització. Dic socialització i no educació perquè sé que aquest segon terme produeix un rebuig immediat per part de gairebé tothom, fins i tot d'aquells que són educadors diguem-ne naturals –com els pares– o professionals –com els professors–. La socialització és un procés d'integració de l'infant a la societat on viu, que té diferents etapes. En els primers anys, el nen s'identifica amb el seu entorn més immediat, sense qüestionar-lo: la família, la casa, l'escola, el carrer, són realitats úniques i indiscutibles. A poc a poc, s'anirà adonant que la realitat i el món coneguts podrien ser diferents. La primera visió del món no contempla contingències de cap mena; la segona, sí. Del reconeixement de la contingència deriven el desig i la possibilitat d'escollir i de canviar. L'infant descobreix que els seus pares, la seva casa, els seus amics, la posició social o econòmica que li han tocat, no són els únics possibles, comença a saber que es troba situat en un món jerarquitzat i avaluat, on hi ha gent i coses que valen més o menys, que són preferides o rebutjades. Doncs bé, és sobretot aquest segon procés socialitzador el que avui instrumentalitzen els mitjans de comunicació, ja que a través dels mitjans es configura l'opinió pública que marca o critica l'escala de valors existent. És absurd negar que la televisió contribueix a la socialització de les persones i, especialment, dels joves i la infància. Si més no, proporciona models i maneres de fer que seran assimilats i copiats pels nous periodistes. Diu Popper que el que fa la televisió, ho vulgui o no, està implicat en l'educació de masses, una mena d'educació terriblement poderosa i important. Diguem-ne socialització, si la paraula educació ens

sembla massa gran... L'ésser humà no és quelcom determinat i acabat per una mena d'essència interna que el determina a ser el que arriba a ser. Homo is quommodo omnia, digué Pico della Mirandola. De l'home en podem fer qualsevol cosa: una persona o un monstre. Quan, a través de la informació mostrem la realitat, estem transmetent una visió de les coses, ensenyem a llegir la realitat tot assenyalant la importància i el valor que ha de tenir cada cosa. Per això he començat dient que l'acte d'informar no és un acte senzill: requereix criteris, capacitat de discerniment i, moltes vegades, valentia. **V.C.**

Nota

(1) Cf. Modesto Saavedra, El derecho a la intimidad, pàg.

Bibliografia

- ALSÍUS, Salvador. Ètica i periodisme. Pòrtic, Barcelona, 1998.
Codis ètics del periodisme televisiu. Pòrtic, Barcelona, 1999.
Catorce dudas sobre el periodismo televisivo.
Cims, Barcelona, 1997.
BOURDIEU, Pierre. Sur la télévision. Liber, París, 1996.
CAMPS, Victòria. El malestar de la vida pública
Grijalbo, Barcelona, 1996.
EPSTEIN, Edward J. News from Nowhere. Television and the News.
Random House, Nova York, 1973.
POPPER, Karl R. & Condry, John. Cattiva maestra televisione.
Reset, Milan, 1994.
SAAVEDRA, Modesto. La libertad de expresión en el estado
de derecho. Ariel, Barcelona, 1987.
SARTORI, Giovanni. Homo videns. Taurus, Madrid, 1998.