

# En quin sentit és un dret la informació?

**Josep Maria Terricabras** Catedràtic de Filosofia.  
Universitat de Girona

## ■ ¿En qué sentido es un derecho la información?

El autor concentra su reflexión en dos aspectos: el interés por la información y el derecho a la información, y considera las relaciones entre información, conocimiento e interés. El derecho a la información no puede presuponer la lesión de los derechos y de la dignidad de las personas. El autor propone adoptar tres principios morales que son básicos en bioética y que también podrían serlo en una socioética del futuro: el principio de no maleficencia, el de beneficencia y el de autonomía.

## ■ In what sense do we have a right to information?

The author focuses on two aspects: the interest in information and the right to information. He considers the links between information, knowledge and interest. The right to information should not be prejudicial to the rights and dignity of individuals. He puts forward three moral principles that are essential in bioethics and which could also be fundamental in socioethics in the future: the principle of nonmaleficence, the principle of beneficence and the principle of autonomy.

## ■ Dans quel sens l'information est-elle un droit ?

L'auteur focalise toute sa réflexion sur deux aspects : l'intérêt pour l'information et le droit à l'information. Il contemple les relations entre l'information, la connaissance et l'intérêt. Le droit à l'information ne peut présupposer la lésion des droits et de la dignité des personnes. Il propose d'adopter trois principes moraux qui sont essentiels en bioéthique et qui pourraient l'être également dans une socio-éthique du futur: le principe de la non médisance, le principe de la bienveillance et le principe de l'autonomie.

Quan es debat sobre el tractament informatiu de les tragèdies personals, fàcilment s'adopten dues posicions extremes: o bé s'està a favor de restringir al màxim la informació amb l'argument que es tracta precisament de tragèdies personals, que no interessin el públic, o bé es defensa, al contrari, que el públic, de fet, sempre té interès per estar informat i que, a més, hi té dret, de manera que com més informació, millor, perquè la informació no s'ha de restringir mai, ni tan sols en els casos personals de tragèdia.

La posició que defensaré a continuació no està a favor de cap d'aquests dos extrems: i és que no estic a favor de restringir la informació sobre la base només de la distinció entre públic i privat, perquè aquesta no és una distinció prou clara i, per tant, si no s'elabora una mica més, no pot servir de criteri per a saber com s'ha d'actuar informativament davant les tragèdies personals; però tampoc no estic a favor d'informar sempre i sense restriccions sobre les tragèdies personals, perquè no comparteixo l'opinió dels que diuen que la informació sempre interessa i, menys encara, que la informació sigui sempre un dret.

En temes com aquest, no és bo anar de pressa; s'ha d'avaluar i matisar. Quan tractem situacions complexes i conflictives, no ens podem orientar en els vells mites teòrics de la precisió i de la certesa absolutes, però és clar que, si volem prendre decisions amb un xic de solidesa i de sentit, tampoc no ens podem conformar amb el recurs a l'arbitrarietat o al caprici, encara que els anomenem «inspiració». Les relacions entre la privadesa personal i la publicitat informativa no troben receptes fàcils, d'aplicació automàtica, sinó que més aviat reclamen aproximacions perspícaces, avaluacions ponderades i judicis matisats. Al capdavall, això és el que fa també tothom, amb relativa naturalitat, en la seva vida quotidiana: perquè, quan no es poden seguir consignes infal·libles i eslògans segurs, gairebé ningú no paralitza les decisions de la seva vida ni les posa en mans de l'atzar, sinó que les pondera de manera reflexiva i temptativa.

Acceptant, doncs, alhora, la dificultat de la tasca i la necessitat d'intentar anàlisis rigoroses, concentraré la meua reflexió sobretot en dos punts: en l'argument de l'interès per la informació –que suposa que la gent sempre té interès a estar informada i que, per tant, com més informació se li doni, millor– i en l'argument del dret a la informació –que no apel·la només a l'interès sinó al dret de tenir informació i que suposa, per tant, que el dret a la informació és constant i inviolable. Repassaré aquests dos arguments per ordre.

## 1 Sobre l'interès per la informació

En la literatura filosòfica, psicològica i pedagògica és constant i unànime l'afirmació que el coneixement va sempre lligat a l'interès, i això vol dir que el coneixement efectiu, eficaç, d'alguna cosa ha d'anar precedit o acompanyat per l'interès, per les ganes, potser per la necessitat de conèixer aquella cosa. El plantejament és clarament pragmàtic i antiteoricista: defensa la prioritat de l'experiència davant la teoria, sosté que és la situació vital la que empeny a conèixer, la que dona la base necessària per al coneixement. Ara bé, mentre el coneixement efectiu d'una cosa depèn lògicament de (la intensitat de) les ganes de conèixer-la, la informació sobre una cosa, en canvi, és independent del coneixement que es tingui d'aquella cosa o de l'interès que s'hi pugui tenir.

Pel que fa, doncs, a la informació, haurem de subratllar alhora dues coses:

a) Que, si una informació és realment una informació –i no una al·lusió o una insinuació, per exemple–, val per si mateixa, és a dir, és lògicament independent del coneixement o de l'interès que, casualment, pugui suscitar entre els que rebin la informació; i que per tant, sempre hi pot haver raons que moguin algú –per exemple, un periodista, però també un polític o un mestre– a donar una determinada informació encara que sàpiga que, de moment, no suscitarà l'interès que podria suscitar si els destinataris ja disposessin de coneixements o d'interessos sobre la matèria. És aquest caràcter independent de la informació allò que justifica que es pugui i vulgui anar més enllà del nivell d'informació i de coneixements de què ja es disposa. Si la informació no fos quelcom que es pogués afegir a informacions prèvies –fins i tot sense gaire connexió

inicial amb elles–, mai no podríem ampliar els límits dels nostres coneixements i mai no podríem adquirir noves informacions, sinó que ens hauríem de limitar a desenvolupar les antigues. Per tant, la informació és ampliable, fins i tot quan no és subjectivament significativa.

b) Alhora també és veritat que l'acolliment que es doni a aquesta informació per part dels destinataris dependrà no solament de l'habilitat pedagògica de qui presenti la informació sinó també en gran part de l'actitud receptiva dels subjectes que l'acullen, de manera que una mateixa informació pot xocar amb nivells diversos d'interès. El nivell d'interès no depèn només de la mera (i abstracta) voluntat de les persones, sinó també de factors com ara edat, circumstàncies socials i culturals, etc., que són allò que condiciona l'acceptació de noves informacions. A més, les informacions que en algun moment acaben desvetllant algun tipus d'interès –i totes són, en principi, susceptibles de desvetllar-ne– tant poden desvetllar un interès llarg i sostingut –ligat a alguna afició, experiència o circumstància vital– com un interès breu i passatger, que equival a satisfer una curiositat que ràpidament es pot abandonar o pot ser substituïda per una altra. Per tant, la informació és rebuda de manera subjectivament diversa, segons el nivell d'interès en què es troba el subjecte afectat.

Si recollim les dues idees que acabem de subratllar, podem dir que no cal que la informació sigui significativa per a ser difosa, però que la informació només és realment eficaç –passa d'informació a coneixement– si és significativa. En la seva feina, el periodista disposa de molta informació i n'ha de difondre molta. Per arribar a triar la informació més adequada –és a dir, més significativa–, el periodista pot apel·lar –de vegades simultàniament– a tres instàncies de decisió: a la informació que l'empresa que paga el seu treball troba més adequada, a la que el públic que compra el seu treball troba més atractiva o a la que el mateix periodista –per raons que poden ser diverses– troba millor.

Certament, el periodista pot triar la informació que l'empresa ja vol i tria. (Aquí «empresa» tant designa l'agència de notícies que passa i prioritza determinades informacions com el responsable jeràrquic a l'interior de l'empresa, que vetlla alhora per

l'orientació ideològica de la informació i pels bons resultats empresarials.) El periodista, però, també pot triar la informació pensant sobretot en l'acceptació que la informació tindrà per part del públic. Observem que, en tots dos casos, el periodista recorre –de gust o per força– a una instància clarament externa per a triar la informació.

De fet, és cert que els mitjans de comunicació estan atents a l'èxit i a l'audiència, però aquesta no és l'única veritat: si només estiguessin atents a això, no podrien arriscar-se a iniciar mai cap aventura nova –perquè no en podrien saber prèviament l'èxit– i quedarien presoners dels èxits segurs, dels ja experimentats per ells mateixos o per la competència. I és que mai no es pot saber exactament què vol el públic: segons com, ho demana tot –se satisfà amb coses molt variades–, però, segons com, no demana res perquè en les enquestes que se li fan només pot opinar sobre una graella d'opcions tancades. La informació periodística no es dona, doncs, perquè el públic la demana, sinó que el públic la demana perquè es dona. En aquest sentit, les peticions del públic no són la causa de l'oferta periodística habitual, sinó que en són l'efecte. I segons l'efecte provocat, l'oferta periodística efectivament reacciona, varia i es readapta.

També hi ha casos, és clar, en què el periodista no depèn estrictament del parer de l'empresa o del públic, sinó que pot triar ell mateix el tipus d'informació que donarà o, almenys, el to amb què la donarà; en fer-ho, segurament que tindrà també present la línia oficial de la seva empresa o el que podríem anomenar «gust mitjà» del seu públic. En qualsevol cas, com més ampli sigui el públic al qual es dirigeix el periodista, més difuminat, més imprecís i borrós serà el «conjunt d'interessos mitjà» d'aquest públic. I és que un interès molt homogeni pressuposa sempre un públic molt homogeni.

Això significa que el periodista que vol arribar al gran públic no s'ha pas de plantejar un perfil d'auditori gaire definit, més aviat al contrari: ha d'anar cap a un públic poc interessat en determinades qüestions, cap a un públic temàticament desinteressat i al qual pugui atreure justament perquè li ofereix alguna cosa que no pertany al ventall dels seus interessos –ni tan sols de les seves curiositats– habituals. Alguns èxits de

programes d'entreteniment i de temàtica dispersa es basen justament en el principi de donar informació per a desinteressats, per a gent que no vol convertir la informació en coneixement, però que, en canvi, vol consumir informació d'una manera poc implicada i poc compromesa. A aquest públic, li va molt bé la informació variada i poc homogènia, la que no exigeix gaire esforç i és molt evident i passadora per si mateixa.

Quan de vegades es diu, per exemple, que la normalitat no és notícia, però que la raresa o l'anormalitat sí que ho són, s'està pensant, de fet, en aquest tipus de públic, molt nombrós, que no és un públic àvid, però que és, en canvi, un públic entregat, no per interès sinó justament per desinterès, per passivitat, per comoditat. Efectivament, entre el públic desinteressat, les rareses creen més atenció, més curiositat passatgera, que no pas allò que es considera comú o habitual; per dir-ho així, les rareses creen una mena d'intriga xocant que, de fet, sura poca estona i que necessita ser reflatada per alguna altra raresa o anormalitat, que al seu torn en necessitarà una altra, en una cursa sense connexió, sense solta, però també sense fi. (Una cosa semblant passa amb una moto petanera: crida més l'atenció –fins i tot de qui no presta atenció– que no pas una moto silenciosa, perquè trenca més la monotonia; ara bé, un cop ha passat la moto, es torna a la monotonia i s'han d'anar repetint els espetecs de moto, o espetecs d'altra mena, si es vol continuar mantenint un cert nivell de soroll, un cert nivell d'alerta, si es vol guanyar l'atenció d'algú, sobretot si es tracta d'algú que està profundament desinteressat per allò que realment passa.)

Amb aquestes observacions no he pretès pas –no em sembla que es pugui fer– clarificar del tot les intricades relacions que hi ha entre informació, coneixement i interès. Simplement he volgut subratllar, d'una banda, la legitimitat lògica de donar una informació que no respongui a cap coneixement o a cap interès, no solament perquè els coneixements s'amplien i els interessos es fabriquen, sinó també perquè sovint acceptem informacions que no ens interessin gens i a les quals no prestem cap altre interès que el derivat de l'atenció momentània, sense cap més pretensió; d'altra banda també he volgut

assenyalar la responsabilitat que assumeix el periodista –ho vulgui o no– quan dona una informació o altra, atès que pot donar-la o no donar-la, que ho pot fer de moltes maneres i amb resultats previsiblement ben diversos.

### 1.1 Interès públic i interès privat

Ara bé, si per informar no cal esperar a conèixer –perquè és de fet impossible– el nivell d'interès del destinatari, ¿quins criteris s'han de fer servir per a triar entre informacions, per a donar l'una o l'altra, per a alimentar o crear uns interessos enfront d'uns altres? Ja es veu que aquest és un problema que, en afectar la llibertat de la informació, afecta la responsabilitat amb què s'exerceix aquesta llibertat. ¿Disposem de criteris per decidir el tipus d'informació que s'hauria de donar, quan sabem que se'n poden donar moltes però que no es poden donar totes?

Com que la pluralitat social és un element bàsic d'una democràcia viva, la discussió ideològica actual ja ha abandonat els tòpics rígids sobre la necessitat que els mitjans de comunicació siguin de propietat privada o pública. Avui tothom és conscient que el que s'ha d'evitar és la concentració empresarial –directa o indirecta– en poques mans, que el pluralisme informatiu ve més garantit pel pluralisme empresarial que no pas pel fet mateix que l'empresa sigui de titularitat pública o privada. Superada, doncs, aquesta etapa, i un cop acceptat, de fet, que els mitjans de comunicació estiguin majoritàriament en mans privades, el que s'ha de discutir realment és la funció i el sentit d'aquests mitjans, sobretot s'ha de veure com es posicionen ells respecte a la relació servei privat/servei públic.

Ningú no espera, és clar, que el capital privat s'oblidi del seu origen i creï un mitjà de comunicació amb un sentit absolutament altruista i desinteressat. És obvi que cada mitjà arrossegà les opinions i els projectes de qui el manté i que defensarà les seves posicions ideològiques, tant en el terreny social com en el polític o l'econòmic. Això és el que s'espera del mitjà perquè li és inevitable. El punt més decisiu consisteix a veure si els lligams i compromisos del mitjà de comunicació només li permeten defensar els interessos del seu grup o bé si també el porten a veure's a si mateix com un factor de crítica social, com un quart poder al servei

–públic i social– de la ciutadania i no exclusivament com un grup de pressió al servei d'interessos privats, que segurament també poden ser defensats d'altres maneres.

El fet que els grups periodístics s'inclinin per una cosa o altra –per una cosa més que per l'altra–, el fet que prioritzin determinats objectius –sobretot quan certs valors entren en conflicte– és el que fa variar la seva política informativa, potser no de manera radical, però sí en el grau, en el matís i, doncs, en el to i en l'estratègia que finalment sempre són decisius.

És cert que, en alguns casos, la diferència entre mitjans agressivament ideològics i mitjans respectuosos amb la pluralitat és molt clara i molt gran. En altres casos, la diferència és francament borrosa i pot ser només de matís. Per això, la diferència entre l'interès privat i l'interès públic de la informació no sempre és prou útil com a criteri, senzillament perquè els interessos sovint es toquen.

Ara bé, la distinció entre públic i privat queda enfortida quan, a més de l'interès –de la intenció– de la informació, també es tenen en compte les seves conseqüències. Perquè l'interès resulta sovint abstracte quan es planteja preguntant «Serveix aquesta informació l'interès públic o el privat?»; tot plegat esdevé, en canvi, ben concret quan la pregunta és «Per a qui té conseqüències aquesta informació i quines conseqüències té?», o si es vol «Qui prodest?», és a dir, «qui interessa, qui beneficia, a qui aprofita, aquesta informació?» I en veure a qui aprofita potser també es pot veure qui perjudica i en què.

En abstracte, qualsevol informació pot beneficiar a qualsevol, tot pot tenir interès per a tothom, tot pot beneficiar o perjudicar tothom. En concret, però, no és pas així: hi ha informacions directament beneficioses o directament perjudicials per a determinades persones o grups. I és clar que el periodista o el grup periodístic que dona la informació no està pas al marge del procés informatiu, i també ha de ser inclòs entre aquells que en reben les conseqüències, bones o dolentes. Vull dir que, així com –ja ho he dit– ningú no pot esperar que un mitjà d'informació sempre estigui disposat a donar informacions encara que perjudiquin la seva ideologia o la seva imatge –resultaria, però, molt estimulants que de vegades ho fes–, així tampoc no hauria de ser esperable que un mitjà estigués

disposat a perjudicar els altres amb les seves informacions encara que això el beneficiés, per exemple, econòmicament. Certament, les informacions periodístiques no solament afecten els destinataris sinó també els emissors.

## 1.2 Tres principis d'ètica

Una informació periodística ha de ser vista sempre com un cas de relacions humanes. I el periodisme és, certament, una activitat que creix i es desenvolupa en el marc de les anomenades ciències socials. Per a guiar-nos moralment en les relacions humanes que entren en joc en qualsevol procés d'informació, em semblaria adequat aplicar tres principis que la bioètica considera bàsics i que una socioètica també hauria d'assumir. Cap dels tres principis no han de ser considerats aïlladament, sinó que es complementen i reforcen.

La prudència moral convida, en primer lloc, a aplicar el principi anomenat de «no maleficència», que s'acostuma a formular així: «la primera cosa, no fer mal» («primum non nocere»). Una interpretació tendenciosa d'aquest principi podria, certament, convidar al desinterès, a la inacció, a la passivitat, adduint que del que es tracta és de no fer mal: ara bé, com que amb la passivitat no solament s'eviten accions perjudicials, sinó que, de fet, es renuncia a actuar, aquesta interpretació del principi podria arribar a ser una manera indirecta de violar-lo, si algú acabés perjudicant un altre –acabés fent-li mal– pel sol fet de romandre passiu, d'abstenir-se d'actuar.

D'aquí que, si es vol assegurar el principi ètic bàsic de no fer mal, ni directament ni indirecta, convé acompanyar i completar el principi amb un altre, anomenat de «beneficència», que diu que s'ha de buscar sempre el bé. Si apliquem al bé allò que, al començament, hem dit de la informació –que és rebuda i interpretada de manera ben diversa, segons els coneixements i els interessos–, haurem de completar encara aquests dos principis amb un tercer, anomenat d'«autonomia» o també «de respecte a les persones»: el principi afirma que qualsevol persona ha de ser respectada en la seva dignitat i en la seva especificitat, és a dir, en la forma específica que en ella pren la seva dignitat. I, certament, la millor manera de respectar l'autonomia d'una persona és tractar-la

–en formulació de Kant– sempre com un fi, mai com un mitjà, mai només com un instrument per a algun altre fi.

La unió dels tres principis morals esmentats –no maleficència, beneficència i autonomia– ens ve a dir que la manipulació, l'engany o el maltractament d'una persona és una indignitat, no justificable per cap altre guany que se'n pugui obtenir. La conjunció d'aquests tres principis ens dóna, doncs, el criteri de moralitat informativa que buscàvem: si la informació té com a conseqüència la lesió d'aquest conjunt de principis, la informació ha de ser evitada, independentment del fet que la informació, tendencialment, respongui més a interessos públics o privats.

Certament, la conjunció d'aquests principis modula un determinat estil de resposta moral, que posa la llibertat i la responsabilitat periodístiques no solament al servei d'interessos i projectes sinó, finalment, al servei del bé de les persones, entès aquest bé sobretot com una defensa de la seva autonomia, de la seva dignitat.

## 1.3 Per exemple

Aquest conjunt de principis permet, és clar, un tractament informatiu molt matisat dels diferents casos en què es posa en públic la intimitat personal. Assenyalaré i comentaré breument tres tipus diferents de casos: a) aquells en què els mitjans de comunicació parlen de la vida privada dels famosos; b) aquells en què l'exposició de la intimitat personal i familiar va indissolublement lligada a la denúncia d'injustícies i delictes; c) aquells, per fi, en què s'informa de detalls personals o íntims d'una persona en ocasió d'una situació conjunturalment desgraciada de la seva vida o de la seva mort.

Els tres tipus de casos són diferents, encara que en tots tres es qüestiona la legitimitat de la intromissió en la intimitat personal. A la llum de les consideracions i dels principis anteriors, vegem on rau l'especificitat de cada cas.

a) La informació atenta i abundant sobre la vida privada dels famosos acaba generant una gran quantitat d'especuladors i grans dosis d'especulació –i, és clar, d'interessos– sobre el tema. Sovint es tracta de notícies fabricades només per a poder ser publicades amb guany a tres bandes: el famós protagonista hi guanya fama i diners; l'empresa

periodística ven més aquell producte i, de rebot, potser algun altre; finalment, hi guanya també el públic addicte que s'entreté amb informacions àgils, volubles, insubstancials, lleugeres, passatgeres, és a dir, artificials i prescindibles. Sovint es tracta d'operacions informatives tan fútils i tan intrascendents, tan exageradament insignificants, que no és gens clar que puguin ofendre la dignitat dels seus protagonistes. Només ho faran quan les operacions informatives, no essent compartides i volgudes pels propis famosos protagonistes, arribin a lesionar la seva intimitat i a perjudicar la seva autonomia. (La qüestió de si s'hauria de protegir moralment i legalment la intimitat de tothom, fins i tot la de les persones que renunciïn lliurement a aquesta intimitat, és un assumpte difícil que requeriria una atenció especial.)

b) Per molt penós que resulti exposar en públic certs detalls escabrosos de la vida privada d'algú, tanmateix quan es fa amb permís de la persona interessada i es fa, a més, per millorar la vida d'aquella persona o la de moltes altres en circumstàncies semblants, llavors d'aquesta publicitat necessària se'n poden esperar raonablement alguns beneficis. Entrarien en aquest capítol, per exemple, les denúncies sobre maltractaments i violència domèstica: tot i que les denúncies periodístiques mateixes representen una certa intromissió en la intimitat personal, tanmateix aquesta intromissió resulta inevitable, perquè necessàriament s'ha de fer públic allò que es denuncia. En tot cas, si el tractament informatiu es fa sense furgar ofensivament en les ferides, pot resultar absolutament justificada la ingerència en la intimitat ja que és també gràcies a ella que la denúncia esdevé efectiva i eficaç.

En casos així, però, s'ha d'insistir en el concepte de «publicitat necessària (o inevitable)», perquè cal evitar sempre l'exposició de detalls que podrien resultar morbosament interessants però que són absolutament irrellevants per a la comprensió del problema, pel fet de tractar-se de dades redundants o bé marginals. Per això no és acceptable –tot i que passa sovint– que un periodista doni detalls –per molt vertaders i contrastats que siguin– sobre, per exemple, agressions sexuals quan es tracta de detalls que no afegixen res a la gravetat dels fets ni a la informació veraç, però en canvi representen una manca de respecte a la intimitat

de la víctima. Per poder denunciar el culpable, sovint s'assenyala amb el dit cap a la víctima. No és just que, després de patir l'agressió del culpable, la víctima encara hagi de patir les agressions del periodista i dels ciutadans que, suposadament, la volen defensar. Quan passa això, la denúncia es transforma en tràgic acarnissament. I és que la informació de denúncia ha de ser continguda, per ajustar-se a l'objectiu buscat, que no és la satisfacció –el plaer– del públic sinó la satisfacció –legal i moral– de la víctima, és a dir, l'inici de reparació de l'ofensa comesa contra ella. Aquí l'aplicació estricta dels tres principis ètics exposats abans resulta especialment important. Si no, en nom de la denúncia de la injustícia, es pot contribuir a la propagació del mal. Certament, la pitjor mena de periodisme és aquella que, en invocar la llibertat de premsa, ni en sap descobrir els límits ni sap respectar la dignitat de les víctimes.

c) El tractament informatiu de tragèdies personals ha de tenir, com sempre, l'objectiu de respectar la dignitat dels afectats, però ho ha de fer amb un to marcadament diferent del que s'ha d'usar en el cas anterior en què hi havia denúncia d'injustícies comeses.

Certament, quan hi ha injustícies pel mig, la defensa de la dignitat de la víctima pot exigir precisament certes intromissions en la seva intimitat agredida i ofesa. En canvi, les tragèdies personals són el resultat de desastres naturals, d'accidents o d'atemptats. Tot i poder tenir aspectes de reivindicació o de denúncia, les tragèdies personals se centren en la situació de desolació i sofriment –sempre inesperat i incompreensible– en què es troben els subjectes víctimes de la tragèdia, així com les persones més properes a ells. En aquests casos, la intimitat ja es posa perillosament al descobert perquè, després de l'accident, l'atemptat o el desastre, les víctimes i les persones més properes a elles no poden dissimular les seves reaccions impulsives, la seva desprotecció física, el seu descontrol psíquic i emocional o algunes de les seves febleses i limitacions.

Es tracta de saber en aquests casos fins a quin punt és lícit aprofitar la situació tràgica per a treure el màxim partit possible de les imatges, les escenes, les opinions i els sentiments dels afectats. Alguns defensen la il·licitud no solament de crear nou material

informatiu a partir de la desgràcia –és a dir, de suscitar situacions i reaccions per poder-ne informar–, sinó fins i tot d'informar del que realment està passant, sense cap afegit, però també sense dissimular detalls, imatges i circumstàncies, per molt xocants o impressionants que siguin. Es discuteix si és lícit usar la tragèdia personal com a material informatiu que es posa a l'abast de tots els ciutadans, sense saber si els que reben la informació tindran, o no, sentiments de simpatia i solidaritat envers les víctimes. Es tracta de saber, doncs, fins a quin punt és lícit convertir una tragèdia personal en objecte d'inspecció pública i, en darrer terme, en espectacle.

M'ha interessat de comparar el cas de la publicitat de la intimitat dels famosos amb el de denúncia d'una injustícia i el d'una tragèdia personal precisament perquè, en comparar-los, es veu més clarament que són casos que reclamen una actitud moral diferent i, doncs, un tractament professional també diferenciat. La intimitat que els famosos exposen a l'anomenada «premsa rosa» és justament una intimitat per a exhibir. Ells tenen una altra intimitat que no ha de ser confosa amb aquesta i que ha de ser respectada. En canvi, la intimitat que es fa pública com a denúncia és una intimitat per a protegir. Per això s'ha de ser particularment sensible: aquí no hi ha dues intimitats sinó una de sola, i s'ha de tenir ben clar que el que es vol és protegir-la. Finalment, la intimitat de la persona que es troba immersa en una tragèdia personal no és una intimitat ni per a exhibir ni per a protegir sinó que és senzillament una intimitat desprotegida. És a dir, aquí el tractament informatiu no ha de perseguir només la protecció de la intimitat, sinó que ha de buscar sobretot la seva no desprotecció, en uns moments en què per efecte de la tragèdia, les defenses personals i col·lectives estan més baixes. El periodista, doncs, no hauria de provocar res que pogués portar les persones afectades a situacions o manifestacions de major descontrol del que la mateixa tragèdia ja ha originat i, alhora, hauria de procurar minimitzar el descontrol involuntari existent. En aquest sentit, sol·licitar declaracions en directe a persones greument afectades per un xoc o fortament afeblides en la seva estabilitat física i psíquica és, amb altíssima probabilitat, posar aquelles persones en una situació de desprotecció moralment inadmissible.

Com que els mitjans informatius no han pas provocat la tragèdia personal, se senten legitimats per tractar-la amb franquesa, potser sense exagerar-la, però també sense falsos pudors. És sobretot en casos així que alguns volen esborrar la distinció entre privat i públic perquè –diuen–, quan tot ja passa en públic, tot es pot fer públic. Si es tracta d'un argument, és senzillament ridícul. Seria com dir que no hi ha distinció entre «teu» i «meu» perquè tu em pots ensenyar tot el que és teu o perquè jo t'ho puc prendre tot.

Evidentment que, en el cas d'una tragèdia personal, passen «en públic» moltes coses que, en circumstàncies normals, no es produirien potser ni en privat. Ara bé, que les coses passin en públic, no vol dir que ja siguin públiques. Les coses només són públiques quan es fan públiques, no quan passen en públic. I és que, segons com, gairebé tot en la vida passa en públic, en el sentit que pot ser vist, comentat i criticat per algú. Estrictament parlant, només els pensaments –i no tots– no són públics, justament perquè no són alguna cosa que passa sinó que es té. I és que les coses que passen, per definició, sempre passen en públic, ja que podrien ser objecte d'atenció del públic, si n'hi hagués allà en aquell moment. Les coses, doncs, no són públiques quan es fan en públic, quan passen en públic –cosa, per definició, inevitable–, sinó quan es fan públiques.

I és evident que, en el cas de tragèdies personals, els implicats fan el que fan en públic, però no ho estan fent públic de cap manera. Només ho farien realment públic si, podent-ho mantenir discretament per a si mateixos o per a un grup petit, es decidissin a donar-ho a conèixer indiscriminadament. Això és el que fan precisament els famosos que esbomben la seva pretesa intimitat. En les tragèdies personals, però, no hi ha cap decisió d'aquesta mena i no té, doncs, cap sentit dir que els afectats fan públic el que els passa. En aquelles circumstàncies, que el que passa es faci públic o no depèn només de qui està en condicions de prendre'n la decisió, a saber, el periodista que per això mateix n'ha d'assumir l'única responsabilitat.

Llavors, però, la qüestió no és si tot es pot fer públic –perquè, evidentment, es pot fer–, sinó què s'ha de fer públic i amb quins criteris. Recordant el que ja he dit abans, la decisió periodística hauria de combinar aquí el respecte a la dignitat de les persones afectades amb

una bona resposta a la pregunta sobre les conseqüències de la publicitat, és a dir, sobre qui interessa, qui beneficia, que determinades imatges, opinions o situacions es facin públiques. En aquest punt, el respecte a la privadesa no es basa només en el respecte que es té als privats, no es fa només en nom de l'interès privat, sinó també precisament en nom de l'interès públic. I és que són especialment respectuosos amb la privadesa aquells que saben que només s'ha de fer públic allò que tindrà conseqüències beneficioses potser per als privats, però segurament per a molts més.

Les meves consideracions fins ara s'han basat en el major o menor interès que hi pot haver per a donar una determinada informació, interès que pot no ser ni concordant ni unànim, i que sempre hauria d'estar subjecte a criteris de responsabilitat. És hora ja que entri, ni que sigui més breument, en un altre tipus d'argumentació, aquell que, superant la idea de l'interès, opina que el ciutadà sempre té dret a estar informat, més enllà de qualsevol consideració de conveniència o de prudència.

## 2. Sobre el dret a la informació

Pel que acabo de dir, ja es veu que nego que es pugui tenir dret il·limitat a la informació: no em sembla, per exemple, que es pugui tenir dret a informacions que pressuposin la lesió dels drets i de la dignitat d'altres persones.

### 2.1 Dret i poder

Sovint parlem dels drets amb molt poca precaució. És cert que hi ha un lligam entre dret i poder, però això no ens ha de portar a confondre les dues coses. Tanmateix, hi ha qui accepta aquesta màxima: «si ho puc fer o ho puc obtenir, hi tinc dret». La màxima és, òbviament, errònia. Tots hem fet repetidament una doble experiència: la de veure que es reconeixen drets que no s'apliquen –es tenen drets sense poder– i la de veure que hi ha qui exerceix un poder al qual no creiem que tingui dret –es té poder sense dret. En el primer cas, hi ha una llei que, de fet, és buida, perquè no té força; en el segon en canvi, la força, el poder, no estan emparats per la llei.

La dissonància entre llei i poder és bastant més complexa del que sembla. Perquè no n'hi ha prou de

declarar, en abstracte, la superioritat de la llei sobre el poder o, dit d'una altra manera, no n'hi ha prou de declarar la superioritat del poder de la llei per sobre de la llei del poder: al capdavall, per fer i desfer lleis –en règims democràtics o autoritaris– cal tenir poder. Vull dir que, de poders, també n'hi ha de moltes menes i no són pas tots tan dolents com ens pot fer arribar a pensar una concepció hipòcrita i mel·líflua de la moral. Les tensions, doncs, que històricament es donen entre el dret i el poder no es resolen pas decantant-se, per principi i en abstracte, a favor de l'un i en contra de l'altre, sinó examinant bé cada cas i veient de quina banda està la legitimitat. I és que la tensió entre el dret i el poder no és estrictament legal sinó també moral.

Quan això ens ho plantejem en relació amb els mitjans de comunicació en una democràcia., ens hem de fer la pregunta: quins drets tenen els mitjans de comunicació i quins poders? Perquè la informació dóna, certament, poder. Ara bé, qui té el poder de difondre informació, ¿té també sempre el dret de fer-ho? I tenen els ciutadans el dret d'exigir informació a qui els en pot donar, a saber, als mitjans de comunicació?

### 2.2 Informació per activa i per passiva

La Declaració Universal de Drets Humans, del 1948, ens pot ajudar a plantejar bé el problema: la Declaració conté dos articles relacionats amb la nostra reflexió, en un dels quals apareix expressament el terme «informació». En efecte, l'article 12 de la Declaració protegeix la vida privada, així com la família, el domicili i la correspondència contra qualsevol «interferència arbitrària», és a dir, contra qualsevol interferència que no estigui subjecta al dret democràtic. És, però, l'article 19 el que fa referència expressa a la informació, i ho fa, em sembla, en termes molt adequats: l'article parla del dret de llibertat d'opinió i d'expressió, i diu que aquest dret «inclou la llibertat de sostenir opinions sense cap interferència, així com de buscar, rebre i donar informació i idees per qualsevol mitjà i sense tenir en compte les fronteres».

És interessant que la Declaració lligui el dret a una informació lliure amb el dret bàsic d'opinió i d'expressió, perquè amb això està subratllant el caràcter actiu de la informació, és a dir, que la informació està al servei de la llibertat del ciutadà.



Sovint, però, aquest punt tan important no és prou tingut en compte en la discussió que es fa del tema des dels mitjans de comunicació. I és que aquests acostumen a invertir, a favor seu, la relació que haurien de tenir amb els ciutadans usuaris. Perquè, quan diem que tenim «dret a la informació», de què parlem i de qui parlem?: ¿parlem del dret d'estar informat que té el ciutadà per fer efectius els seus drets –en el sentit de la Declaració–, o bé parlem del dret d'informar que tenen els mitjans de comunicació per realitzar els seus objectius? Ara potser es vulgui respondre que, de fet, parlem de tots dos drets, perquè les dues lectures que permet l'expressió «dret a la informació» no són incompatibles. Certament, no ho són, però això no vol pas dir que no ens hàgim de decidir a favor d'una de les dues interpretacions, que no hàgim de preferir l'una a l'altra, ja que és crucial que decidim com estan coordinats aquests dos drets, és a dir, quin és prioritari i quin és subordinat. D'aquesta decisió, se'n derivaran conseqüències importants tant per a la pràctica periodística com per a la mateixa comprensió dels drets ciutadans.

I és que si acceptem que el dret prioritari és el que té el ciutadà a estar informat, llavors els mitjans de comunicació hauran de satisfer aquest dret aportant no les informacions que ells vulguin o que més els convinguin sinó aquelles que puguin servir millor els interessos ciutadans. En canvi, si el dret prioritari que s'ha de preservar és el dret que tenen els mitjans d'informar, llavors el dret quedarà garantit mentre no es posin impediments ni traves a la difusió de la informació, independentment que els ciutadans treguin més o menys partit de la informació que circula.

Sembla clar que l'opinió majoritària es decanta avui per protegir el dret a informar dels mitjans de comunicació; llavors, de l'habilitat, la sensibilitat i l'esperit comercial d'aquests mitjans, se n'espera que sabran oferir aquelles informacions que realment interessin, afectin i ajudin els ciutadans. Em temo, però, que aquesta opció posa en el centre la informació més que no pas la persona informada. Així s'explica que s'arribin a donar tantes informacions inútils –sense destinatari previst ni previsible–, que hi hagi tanta inflació informativa o que, en temps de màxima informació, sigui possible que molts ciutadans

estiguin molt desinformatos en qüestions ben bàsiques o potencialment rellevants per a la seva vida diària.

Personalment, m'inclino per l'altra opció, per la que pensa que és prioritària la informació del ciutadà, és a dir, que aquest estigui informat. Observem que això que gramaticalment sembla una forma passiva d'informació («estar informat») és la forma democràticament més activa –més en línia amb el que demana la Declaració de l'ONU–, justament perquè estar informat un mateix –i no acontentar-se amb el fet que n'estiguin els altres o que hi hagi agències amb moltíssima informació– és allò que possibilita la reacció activa, l'actitud de cooperació o d'autodefensa, en una paraula, la capacitat de maniobra democràtica del ciutadà.

De fet, és amb aquest objectiu de servei al ciutadà i de defensa del seu poder democràtic que els mitjans de comunicació han reclamat, des del seu origen, llibertat de moviments i independència respecte als poders de torn. La veritat és que aquestes llibertat i independència adquireixen molt més sentit democràtic quan es posen al servei dels ciutadans, del pluralisme ciutadà, que no pas quan només reivindiquen una plataforma d'audiència i de poder propis, al servei del grup que hagi creat el mitjà. I és que el mitjà no hauria de ser sinó això: un mitjà, el fi del qual no és ell mateix, sinó la societat.

En la interpretació defensada aquí del «dret a la informació», qui té realment aquest dret és el ciutadà, que té dret a estar informat i que, quan n'està, té més poder que abans. El periodista, en canvi, és el que té poder d'informar: davant els poders de torn, ha de reivindicar el dret de tenir aquest poder, però després ja no el pot exercir com un dret que li permet de fer el que vulgui sinó com una responsabilitat envers el destinatari real del seu poder: el ciutadà.

Tot i que és cert, doncs, que el periodista ha de tenir dret –possibilitat, llibertat, poder– d'informar, aquest és un dret que només té sentit perquè el ciutadà té dret d'estar informat. Per la seva banda, el ciutadà rep informació –i amb ella, poder–, gràcies al poder d'informar del periodista. Així, el dret ciutadà d'estar informat dóna dret al periodista a informar-lo, però el poder d'informar del periodista dóna poder al ciutadà que s'informa. Aquesta és la relació estreta que s'estableix entre periodista i usuari, relació de complicitat que no es dóna quan es privilegien

la informació i el periodista: llavors el ciutadà depèn del sentit paternalista del periodista, que només ha de respondre del que fa davant la seva consciència, com qui diu «davant Déu i la història».

### 2.3 La informació responsable

Si la informació ha d'ajudar el ciutadà, ja es veu que difícilment es podrà parlar d'una informació necessària. En quin sentit seria necessària una informació, vull dir, per a qui ho seria i en quin context? Més aviat sembla que hauriem de parlar d'una informació convenient. Però també aquesta denominació resulta ara sospitosa: i és que, si es vol evitar el paternalisme periodístic i si s'accepta el principi d'autonomia, qui decidirà la conveniència d'una informació, sobretot qui decidirà la conveniència de donar-la?

Atesa la peculiar complicitat del periodista amb el ciutadà, potser seria millor parlar d'informació responsable, en el doble sentit de «responsable»: d'una banda, seria la informació de la qual el periodista pot respondre, perquè és veraç, és clara i és oberta, és a dir, no és presentada dogmàticament, sinó amb consideració de les limitacions de la informació o de la notícia, i amb respecte cap a informacions alternatives o complementàries; d'altra banda, seria la informació a la qual el ciutadà pot respondre, perquè pot ser entesa, pot ser assumida i no deixa indefens i sense capacitat de reacció, sinó que contribueix a l'autonomia de criteri i d'acció personals. La informació responsable seria, doncs, finalment aquella a la qual el ciutadà té dret, perquè és la informació que efectivament l'ajuda –segons el principi de beneficència– en la seva autonomia personal o, encara més, aquella que, si no existís, el perjudicaria –contradient el principi de no maleficència.

Tornem ara breument al cas del tractament informatiu de les tragèdies personals. També en aquests casos la informació haurà de ser responsable, amb una responsabilitat major sobretot envers les persones afectades i les persones més properes a elles. En general, no es pot pas dir que la informació d'una tragèdia personal sigui d'interès general, però si ho fos –perquè els interessos, ja ho he dit, són difusos i barrejats–, no es podria pas dir que la ciutadania en general tindria dret a exigir tota la informació possible del fet.

No ens cal estar informats de tot el que passa, senzillament perquè passa, pel sol fet de passar. De la constatació –correcta– que, per a resoldre un problema, un conflicte, convé conèixer bé els fets, no se n'ha pas de concloure –incorrectament– que sempre és bo conèixer els fets de qualsevol esdeveniment que es produeix. Fins i tot els periodistes que accepten que res no és sagrat, acaben –paradoxalment– assumint sovint que els fets ho són. Els fets, però, que afecten gravíssimament altres persones i que, a nosaltres, només ens afecten com a espectadors, són fets que s'han de tractar amb molta cura, perquè es mouen a dos nivells diferents: el nivell dels afectats i el nivell dels curiosos. Als afectats, convertir-se en notícia tràgica els pot reportar algun sofriment innecessari, entre altres coses perquè les notícies quan circulen poden generar nous fets, noves notícies, sempre imprevisibles, sovint indesitjables. Als curiosos, la notícia només els servirà per a entretenir la seva curiositat, però no per a satisfer-la, perquè la curiositat del desinteressat –ho hem vist abans– és, per definició, insaciable.

Si sovint no resulta gaire fàcil decidir-se per un tractament informatiu responsable, ho resulta molt menys quan es tracta de casos de tragèdia personal. En casos així s'han de tenir en compte, alhora, el respecte a la dignitat de les persones, la prudència moral i el sentit d'oportunitat professional. El que és ben clar és que, si hi ha algun dret a rebre informació de la tragèdia –pel fet de ser quelcom, per exemple, que commociona tota una comunitat–, la informació ha de quedar al nivell dels fets òbviament tràgics, sense traspasar la frontera –certament tènue– que separa l'experiència tràgica de l'espectacle lacrimogen.

Molts destinataris de la informació seran –com hem vist al començament– espectadors desinteressats: la informació ha d'aspirar a confrontar l'espectador amb els fets per convidar-lo a la reflexió i, si cal, a la reacció. No em sembla que s'hagin d'exposar a tothom les emocions que les víctimes dels fets experimenten: si es fa, s'enforteix segurament la curiositat de l'espectador, però, en canvi, difícilment es reforça, als ulls de l'espectador, la dignitat de la víctima; se'n reforça la misèria, l'estat de necessitat i s'apel·la potser a la compassió, però el mitjà audiovisual s'identifica tant amb allò presentat

que la mateixa víctima apareix com un mitjà, potser com un mitjà de commiseració i no solament d'entreteniment, però, al capdavant com un mitjà i no com un fi, com quelcom que pot ser usat, no com una dignitat que ha de ser respectada.

En aquest sentit, l'espectador no té dret a reclamar un tractament exhaustiu i espectacular de les tragèdies personals; més encara, oferir-li una informació així seria oferir-li una informació literalment irresponsable: irresponsable per part del periodista que hauria de respondre davant de la víctima pel fet d'haver-la usat en benefici propi; irresponsable per part de l'espectador que només pot donar una resposta adequada als fets que constitueixen la tragèdia

–per exemple, oferint recursos o col·laboració–, però que no pot donar cap resposta adequada a la vivència personal de la tragèdia. Qualsevol intent de resposta –fins i tot ben intencionada– al nivell de la vivència, per part de l'usuari o de l'espectador, resultaria un intent fútil, dislocat, irrellevant o incomprensible.

Les tragèdies personals no són solament tragèdies que, casualment, passen a certes persones, sinó que són esdeveniments personalment tràgics. En aquests casos, la informació que és inadequada només provoca respostes inflades però buides. I se sap que la informació és inadequada, justament perquè la resposta ha estat buida. **J-M.T.**