

Mitjans | Actualitzat el 09/10/2017 a les 10:00

?Més confrontació per guanyar audiència

«La cobertura del procés no està sent tan parcial perquè els periodistes siguin inútils, sinó per una combinació de militància política i estratègia comercial als mitjans»



Una periodista de TVE cobrint un escorcoll de la Guàrdia Civil

Un ràpid cop d'ull a la cobertura informativa de les últimes setmanes del procés per part de molts mitjans catalans i espanyols, en especial, dels públics, revela el desequilibri en l'elaboració de notícies i reportatges i en el plantejament d'entrevistes i anàlisis, i també la ineptitud [exasperant de tertulians i comentaristes](#), dels més variats signes i procedències, els quals segueixen sense encertar ni un sol pronòstic. Però si estudiem aquesta activitat amb una major profunditat ens adonarem que, sovint, la seva manera de treballar persegueix comercialment l'eficiència de l'enfrontament i l'administració de l'odi.

L'estratègia és més que imprudent, és temerària. Reprodueix el que fan pels seus respectius interessos les institucions i els partits polítics o entitats i individus que un dia van donar un primer pas en aquesta línia i que, en el present, estan lluny de la bona fe que els movia en el passat. Per exemple, els atacs verbals als contraris, les burles sagnants contra el bàndol rival; es van intensificar a xarxes socials com Twitter després de la repressió policial de l'1-O. Llavors, emissores, canals, rotatius i ciberdiaris els van anar reproduint i alimentant perquè, en última instància, els entenen com a mercaderia per a l'audiència.

Obediència a la consigna

La consigna política als mitjans públics coincideix en aquest context amb les instruccions que de vegades han d'acatar a contracor els integrants dels cossos de seguretat. Tant els uns com els altres són instruments de l'administració, no pas eines útils per als administrats, un extrem

[que ha motivat queixes de col·lectius com el personal de TVE al territori](#), els Mossos d'Esquadra, la Guàrdia Civil, etc. Mentrestant, els més obedients o els que sintonitzen amb els valors de la seva organització (i el profit que aquesta en vol obtenir) guarden silenci.



Un reporter de Telemadrid demanant a un manifestant que posi la bandera espanyola durant la connexió

Més que legal, el problema és ètic: militància expressa, ideologia dura sense marge per a la discussió constructiva i creació de conflictes amb la solució diferida *sine die*. Convé tractar-ne a fons l'arrel, perquè és aquí on trobem la malaltia, la qual no reclama impositcions normatives, sinó compromís professional en tots els estrats, de la direcció general als alumnes universitaris en pràctiques. La situació, que és greu, ja està triturant les classificacions i les taxonomies que semblaven més sòlides sobre el control de la premsa.

El pluralisme fictici

Estats Units és el màxim exponent de la liberalització i la desregulació en múltiples àmbits, com el sector de la comunicació. En el seu concepte de funció democràtica del periodisme, es rebutja qualsevol intervenció estatal. Per aquesta raó, la rellevància dels mitjans públics per garantir un servei mínim és més aviat escassa. El seu mercat està dominat per grans grups privats. L'enfocament més social ha influït com a guia per a l'activitat laboral i la redacció de codis deontològics. Res més. La distància amb Catalunya i Espanya és immensa.

[blockquote]Als Estats Units la rellevància dels mitjans públics és més aviat escassa[/blockquote]

Gran Bretanya comparteix amb la potència nord-americana la tradició liberal en l'activitat política i econòmica. No obstant això, compta amb una de les corporacions públiques més paradigmàtiques pel que fa a la seva independència, la BBC, i amb un organisme amb poders significatius per vigilar l'activitat en aquesta indústria, l'Ofcom. Altres països de la Commonwealth, com Canadà (i la CBC) o Austràlia (ABC), responen a aquesta filosofia. Quina enveja, oi?

Malgrat les diferències, aquestes nacions han estat reunides en un mateix bloc per teòrics d'allò més influents, [com Daniel C. Hallin i Paolo Mancini](#), els quals contraposen aquest conjunt, el de l'Atlàntic nord o «liberal», al «democràtic corporatiu» del nord d'Europa, i al nostre, el «pluralista

polaritzat» del Mediterrani. Aquestes famílies suposadament es constitueixen per afinitats en el grau de professionalització, les tirades i audiències, les legislacions…

El model, que data de 2008, ha estat qüestionat des de diverses perspectives. Així, el degà de la Facultat de Comunicació i Relacions Internacionals Blanquerna [Josep Maria Carbonell, critica que Estats Units](#), Gran Bretanya i Canadà hagin estat inclosos en aquesta categoria perquè hi veu limitacions geogràfiques severes.

Liberals entre autoritaris

Potser les quatre teories establertes mig segle abans [per Fred S. Siebert, Theodore Peterson i Wilbur Schramm](#) resultin menys controvertides. Aquestes són l'«autoritària», amb la premsa inicialment sota el poder; la «liberal», incipient en el segle XVII i vigent fins al XIX; la del «totalitarisme soviètic», vinculada a la primera i que preconitzava la «veritat marxista-leninista-estalinista» establerta a l'antiga URSS; i la de la «responsabilitat social», que, en canvi, estava connectada a la segona, amb la peculiaritat que li afegia un ens que supervisés els mitjans de forma efectiva.

[blockquote]És l'obligació que es deriva del dret del ciutadà a rebre notícies certes i interpretacions honorades[/blockquote]

Com recorda el professor [Santiago Justel en la seva tesi doctoral](#), l'adaptació de les distintes realitats mediàtiques a les quatre teories és plausible avui si els aspectes històrics s'actualitzen adequadament i si s'accepten les nombroses possibilitats intermèdies. Més enllà del rigor o la flexibilitat en la regulació, es requereix l'aplicació del principi de veracitat en la informació.

És l'accuracy anglosaxona o l'honnetété francòfona, això és, l'obligació que es deriva del dret del ciutadà a rebre notícies certes i interpretacions honorades. O sigui, l'antitesi de la combinació del furor patriòtic i la captació d'oients, espectadors, lectors i internautes amb el modus operandi amb què s'escalfa un clàssic futbolístic o un debat del *Sábado Deluxe* (Telecinco). Molt malament s'han hagut de posar les coses perquè el «diàleg» s'estigui convertint en tendència.



Una periodista de TV3 abans de ser agredida en una manifestació unionista

