

MITJANS DE COMUNICACIÓ. UN PODER AL SERVEI D'INTERESSOS PRIVATS?

Ignacio Ramonet

Periodista. Director de *Le Monde Diplomatique en español*

Ponència transcrita, pronunciada en castellà

Nosaltres pensem que els mitjans de comunicació són consubstancials de la democràcia, una democràcia contemporània –després parlaré del quart poder-, però avui dia plantegen un problema en la democràcia perquè no funcionen de manera que satisfacin als ciutadans i estan funcionant ja sigui al servei dels interessos dels grups que els posseeixen, ja sigui perquè les circumstàncies generals de l'estructura del periodisme avui, és a dir, l'arribada d'Internet per exemple, l'acceleració de la informació, hi ha transformacions estructurals que s'han produït i que fan que cada vegada els mitjans siguin menys fiables o menys útils als ciutadans. En tot cas, el que avui dia constatem a la majoria de les democràcies, en els països democràtics, és que hi ha un conflicte entre la societat i els mitjans de comunicació. No és nou aquest conflicte, no és d'aquest any, és un conflicte que es ve agreujant des de fa uns deu-quinze anys, i avui dia cada vegada més hi ha una crítica profunda a la societat contra el sistema de funcionament de mitjans dominants. Que, per altra banda, a més, estan en crisi. És a dir que els mitjans, la premsa escrita, la ràdio, la televisió, la informació –aquí només parlo de la informació, no parlo de la distracció, etc.-, tots els segments d'informació a la ràdio, a la televisió, a la premsa escrita, els canals d'informació contínua, etc., estan vivint una greu crisi amb l'arribada d'Internet, amb la multiplicació de la informació individualitzada, amb l'aparició de la informació en línia, amb l'aparició de diaris en línia, totalment autònoms, com els que actualment constitueixen una referència internacional –el *Huffington Post*, per exemple, a Estats Units- que són diaris que només existeixen al web. I, per altra banda, tercer gran problema –primer problema és la credibilitat de la premsa, que no funciona i que planteja un problema a la democràcia; el segon és aquesta dificultat tècnic-estructural que es planteja la premsa- i la tercera dificultat està en l'organització d'un model econòmic que funcioni en la mesura en què avui cap dels models econòmics presenta una garantia de rendibilitat, ni per a la premsa tradicional, ni pels mitjans tradicionals, ni pels nous mitjans de l'era digital, la immensa majoria dels nous mitjans de l'era digital no són rendibles, i la immensa majoria dels mitjans tradicionals (premsa, ràdio, televisió, informació) ho són cada vegada menys o, de vegades, no ho són tampoc, i d'aquí que es plantegi aquest problema d'informació.

Primer voldria abordar aquesta qüestió sobre la credibilitat de la informació. Globalment la credibilitat, que és la principal qualitat de la informació, o una de les principals qualitats que ha de tenir la informació, que és ser creïble senzillament perquè és fiable, és a dir, per què nosaltres preferim escoltar tal ràdio, per què llegim tal diari en lloc del tal altre, perquè en general pensem que les informacions que ens dona aquest mitjà són més fiables, són més properes al que pensem que és la veritat que d'altres. Això és una mena de contracte de confiança que establím amb els mitjans i cadascun de nosaltres se'n adona de que aquest contracte de confiança cada dia té majors dificultats per establir-se. Una de les característiques que indiquen les enquestes d'opinió és que, per exemple, els lectors de premsa escrita de pagament, he d'afegir ara, perquè hi ha premsa gratuïta, els lectors de premsa escrita de pagament cada dia, o cada vegada, són menys fidels als seus hàbits de lectura tradicionals. I en general, contràriament al que podria passar fa 20 o 30 anys, quan de

fet l'adquisició d'un diari al quiosc en certa mesura era una manera d'identificar-se gairebé políticament, és a dir, era una manera com de pregonar o d'establir públicament la línia política o ideològica en la qual se situava, avui dia aquesta mena de relació s'ha trencat, pràcticament ha deixat d'existir. El lector avui no aconsegueix obtenir una identificació política clara quan adquireix aquest o aquell diari, aquell al qual li ha estat fidel durant molt de temps. Per què? No tant perquè el lector hagi canviat, que també, el lector ha variat en les seves certeses, ha modificat les seves pròpies creences, etc., dubta més que no pas té certeses en molts aspectes, sinó sobretot perquè el mitjà, ell, avui dia és molt menys identificable políticament o ideològicament. El mitjà, en el seu afany de seduir al major nombre de persones, ha dispersat la seva identitat política perquè ja no té com a objectiu un grup identificat políticament o ideològicament sinó que el seu objectiu és seduir el conjunt dels ciutadans i, per tant, la seva pròpia línia s'ha desdibuixat o, sinó, se situa a àrees molt àmplies. Una cosa per exemple que s'anomena el centre-esquerra, el centre-esquerra pot ser-ne absolutament tot; o el centre-dreta que globalment a la majoria dels països els diaris se situen en aquestes àrees. I la prova és que a molts països –jo visc a França i ho estem veient en aquest moment- els responsables, els directors dels mitjans canvien sense que això es noti en realitat a la línia editorial del mitjà, ja sigui la ràdio, ja sigui la televisió, ja sigui la premsa, únicament com es pot canviar un tècnic en una empresa que segueix fent el mateix i el consumidor del producte produït per aquella empresa no veu la diferència que sigui aquest o aquell el que dirigeix l'empresa, perquè hi ha un producte que s'ha de treure amb una determinada característica. Llavors, aquesta és una qüestió important en la mesura en què indica bé que els mitjans viuen amb certa ansietat aquesta crisi i, per tant, en mig d'aquesta ansietat liquiden la seva identitat, es desfan de la seva identitat. No tots ho fan, òbviament, sempre trobaran vostès aquesta o aquella excepció, estic parlant d'un moviment en general i, afortunadament, segueix havent-hi diaris que han mantingut o mantenen una línia identificada molt clarament però per a un segment de públic cada vegada més reduït y de vegades és difícil que siguin els grans mitjans dominants en els països.

Una altra característica és que els mitjans es veuen avui en dia arrossegats per una acceleració de la informació. És a dir, que la informació, evidentment, sempre ha tingut la preocupació d'arribar al públic el més ràpidament possible. Hi ha una variable que és la rapidesa, aquesta variable, la rapidesa, és fonamental en la informació, des de sempre. I, bé, aquest sempre no és tan antic, tot i que els diaris, que són el primer mitjà de comunicació de masses s'inventen a meitats del segle XVIII, en realitat només són mitjans de comunicació de masses a la segona meitat, cap el 1860-1970, del segle XIX, ja que per tal que hi hagi comunicació de masses es necessiten essencialment dues coses –per a la premsa-, es necessita que les masses sàpiguen llegir, la qual cosa és impossible en els països majoritàriament analfabets per exemple, i per això la premsa es desenvolupa a les societats que estan alfabetitzades, i la primera d'elles són els Estats Units, l'època de la guerra de secessió, i també a Anglaterra, i a França. Els diaris de masses, estic parlant dels diaris de masses. Perquè hi hagi diaris de masses, per tant, cal que les masses estiguin alfabetitzades. Segon, perquè hi hagi diaris de masses cal que el diari –estic parlant de la premsa escrita- evidentment arribi massivament al públic, perquè arribi massivament al públic és necessari que es pugui imprimir en molt poc temps, en unes quantes hores de la nit, centenars de milers d'exemplars o milions d'exemplars. La premsa de masses de finals del segle XIX s'imprimia a milions d'exemplars, molt més que avui, era l'única comunicació de masses, no hi havia ràdio, no hi havia televisió, no hi havia Internet, òbviament. I per això, per imprimir en tan poc temps quantitats enormes de diaris, es necessitaven essencialment uns aparells, posats a punt per la indústria, essencialment les rotatives que s'inventaven a Alemanya i les linotípies, que permeten accelerar el procés d'impremta, i això només es posa a punt a la segona meitat del segle XIX, i també un sistema de distribució relativament ràpid. Llavors, apareix aquí. Vull dir que la rapidesa no és quelcom nou però diguem que el transport de la informació

s'accelerará evidentment amb la invenció del telègraf, i cada vegada que hi ha hagut un progrés en matèria de comunicacions, la invenció del telèfon, la ràdio, permetrà la transmissió de la informació a gran velocitat. Però avui estem en un moment en el qual des de fa uns anys aquesta rapidesa ha assolit una mena de límit infranquejable, una mica com la velocitat de la llum, no es pot anar més ràpid que la velocitat de la llum, és una frontera la velocitat de la llum, pel moment, no sabem el que és una velocitat més ràpida que la de la llum. De la mateixa manera avui dia estem, des del punt de vista de la comunicació, en un sistema en el qual el que domina no és una informació que es transmet ràpidament, la qual cosa suposa un termini. Per exemple un diari és una informació que té tradicionalment, encara actualment, vostès han comprat el diari aquest matí són les notícies d'ahir, no són les notícies d'avui, i tot i que l'hagin comprat a les deu del matí o a les vuit del matí no són les notícies de les set del matí ni de les sis del matí, són les notícies d'abans que s'hagi dut a la impremta, i com que cal un procés industrial, en aquest sentit la premsa escrita és encara filla de l'era industrial. La premsa escrita, amb maquinàries, amb paper, amb camions, amb obrers, etc., és l'era industrial en una època en què estem a l'era digital, i la informació està a l'era digital. Per tant, aquesta idea de termini és quelcom que ha desaparegut en la informació contemporània, no hi ha termini, la informació és immediata. La velocitat màxima, per tant també frontera com la velocitat llum, és la immediatesa. I, evidentment, si el periodista és l'analista d'un període... podríem dir ¿què és un periodista? És qui analitza, l'analista d'un període, com diu la paraula; el període ha desaparegut, per tant ja no hi ha periodisme en el sentit de notícia immediata sinó que hi ha immediatistes i l'immediatista no pot analitzar perquè per analitzar es necessita un temps i, si aquest temps ha desaparegut, no hi ha anàlisi. Llavors, el conjunt de la informació avui dia es veu arrossegat per una acceleració general que fa que, tot i que la velocitat intrínseca de cada mitjà no sigui la mateixa, en realitat tots s'organitzaran en funció de la velocitat dominant, que és la immediatesa, i que globalment és la d'Internet, però també pot ser la de la ràdio d'informació contínua o la del canal d'informació contínua de televisió. És a dir, l'únic mitjà que no pot transgredir i suprimir el període és la premsa escrita. Per això la premsa escrita és la que més pateix, entre altres raons òbviament. Llavors, aquesta rapidesa fa que cada vegada sigui més difícil pels periodistes tenir un temps d'anàlisi suficient.

Aquest mes o aquestes darreres setmanes han estat força demostratives des d'aquest punt de vista perquè hi ha hagut la irrupció del que anomenem les revolucions àrabs i quan estàvem començant a intentar entendre per què s'han revoltat les societats àrabs a Tunísia o a Egipte o a Iemen o a Bahrein o al Marroc, etc., de sobte hi ha hagut el terratrèmol al Japó i, després del terratrèmol, la catàstrofe nuclear i almenys el risc nuclear, i quan tothom estava intentant entendre què significa el risc nuclear pels nostres països, de sobte aquesta intervenció a Líbia, què significa aquesta intervenció. I, com veuen, aquestes informacions se superposen de tal manera que cada vegada és més difícil a la vegada tenir una visió relativament complexa i completa del fenomen, sinó que el que fem és cavalcar sobre l'actualitat sense tenir possibilitat de domesticar, de tenir mestratge, sobre aquesta realitat. Globalment seguim als mitjans. I, per tant, aquesta immediatesa té com a primera conseqüència aquest fet de que les informacions se succeeixen a tota velocitat i algunes s'obliden. Per exemple què va passar amb tal cosa, ja no se sap perquè hi ha una de nova. On és la central número 4, la número 3, que havia d'esclatar? No ho sé perquè ara estan bombardejant Trípoli o estan bombardejant Bengasi. I d'aquí a unes setmanes no sabrem el que està passant...etc. És a dir, no hi ha continuïtat.

Però, a més, aquesta acceleració el que fa és crear molta confusió, evidentment, molta confusió i molts errors. És a dir, en la mesura en què, per exemple, hi ha aquesta idea de que pels grans mitjans dominants és indispensable abordar aquest tema, como ho fan les agències de premsa. I avui dia es considera, no és nou, però es considera que és important que hi hagi un corresponsal o una corresponsal que estigui en el lloc, com una mena de garantia gairebé supersticiosa, que si tenim al periodista en el lloc, per

definició sabrà més que nosaltres. És una cosa que sembla òbvia. Som una redacció, enviarem a algú, ha passat... el terratrèmol al Japó! Immediatament enviem a algú allà i pensem que el nostre amic, tan intel·ligent, tan bona persona, que ha fet tantes coses importants, doncs arribarà al Japó i immediatament ens donarà la solució del problema, la informació total. I, què és el que constatem? Constatem que en realitat repeteix el que diu tothom. És a dir, que acaba d'arribar al Japó, és el primer, molt pocs corresponsals deu haver al Japó, una cosa així com 5.000 corresponsals, molt pocs parlen japonès, per tant tots veuen la NHK en anglès, que jo la veig a casa meva també. I, evidentment, tenen molt poca informació perquè el Govern japonès dona molt poca informació i els propis diaris japonesos..., per exemple a França hi ha un diari que es diu *Courier International*, on hi ha la traducció dels articles de la premsa local. Per exemple vostès llegeixen els grans articles de la premsa japonesa, en la seva versió anglesa o en la seva versió en alguna llengua que puguem conèixer més fàcilment que el japonès, veuran que la premsa japonesa es passa el dia dient que el Govern i les autoritats no informen sobre el que està passant. Com que no hi ha ningú en un cercle de 30 quilòmetres, tret dels liquidadors, que s'estan jugant la vida allà, ningú no té informació. Llavors, la qüestió és –que és un vell principi- ¿ser-hi serveix per saber? Ser-hi és una garantia de que se sap? Ser-hi és igual a saber? Aquesta és l'equació que ens hem de plantejar: Ser-hi és saber? Qualsevol que tingui una mica d'experiència en la matèria sap que això és fals. Jo, per exemple, puc dir a la meva redacció a París que sóc a Barcelona però si en aquest moment està passant alguna cosa a Barcelona no en tinc ni idea. Què és ser-hi? On sóc, per exemple? Sóc en aquesta sala, sóc a Barcelona, sóc a Catalunya, sóc a Espanya, sóc a Espanya, oi?, però si passa alguna cosa a Europa no forçosament, si em truquen del Brasil per dir-me, escolti què va passar en aquell lloc, tot i que jo estigui a Europa no ho sé. Entenen? Han vist vostès com els corresponsals que hi havia a la regió on hi va haver el terratrèmol prudentment van baixar cap a Tokio? I ara la majoria són a Osaka. Alguns són a Seul i altres ja han tornat a casa. I continuen dient el mateix, de totes maneres.

És a dir que, en realitat, aquesta idea de “ser-hi és igual a saber” ja no funciona. Funcionava. Kapuscinski, un gran periodista polonès i gran reporter, jo el vaig conèixer molt bé, explicava en algunes conferències que, evidentment, aquesta acceleració de la informació ha pertorbat la possibilitat d'informar, perquè ell deia que –era una persona gran- quan hi va haver la descolonització de l'Àfrica, a principis dels anys 60, quan els periodistes anaven a algun indret de l'Àfrica, primer viatjaven per arribar-hi, és a dir en dues hores no estaven en el lloc o en quatre hores o en cinc hores, sinó que arribaven al lloc després d'una setmana, era molt complicat arribar-hi. Aquella setmana se la passaven estudiant una mica, els que treballaven vaja, la mandra –sé que hi ha periodistes a la sala- és una dimensió força arrelada, a la professió, però els que treballaven podien informar-se una mica de què estava passant a Ghana o de què estava passant al Congo. I, quan hi arribaven, no hi havia comunicacions fàcils amb les seus, es passaven diversos dies per allà investigant, aprenent, etc., comunicaven difícilment. Els que s'havien quedat a la seu de la redacció no tenien ni idea del que estava passant allà. És a dir que tot el que transmetia el corresposnal era nou per definició i ningú no ho corregia, perquè ell era al lloc i era qui apreciava. Mentre que, deia Kapuscinski, això ho vam veure quan van passar els fets de Timisoara, a Romania, el 1989. Ara, quan el corresposnal, per exemple, que és a Bengasi o a Trípoli envia la seva informació a la redacció, a la redacció tenen totes les pantalles de totes les cadenes de televisió, estan veient per Internet, etc., i saben el que no sap el corresposnal que hi ha al lloc. I, per tant, el redactor pot corregir el que li envia el corresposnal. Això va passar a Timisoara, va ser quan ens vam adonar que alguna cosa ja no funcionava. Va ser quan es van descobrir una sèrie de cossos en un cementiri que es creia que havien estat assassinats pel règim de Ceaucescu, que havia dut a terme una repressió molt violenta a la ciutat de Timisoara. Per tant, la repressió havia existit i havien existit víctimes a Timisoara. Però quan es va descobrir aquest cementiri, aquests cossos en una fosa comuna i es van exposar –era al

desembre, en el fred de la nit, cossos despullats, etc.- es va dir “aquí hi ha la prova del crim de Ceaucescu”. I Ceaucescu havia comès crims, això no era dubtós. Quin va ser el problema? Va ser que totes les televisions ho van començar a mostrar i es van difondre les imatges, i el corresponsal d'un gran diari francès va avisar la seva redacció dient “compte, això no està clar, aquests cadàvers no són de les persones que van ser víctimes de la repressió, són cadàvers que s'ha d'investigar a qui pertanyen”. I és clar, a la redacció, el redactor en cap es va prendre la llibertat d'enviar la nota que havia enviat el corresponsal, de reescriure-la i posar-la a primera plana “la prova del crim dels Ceaucescu”. Després es va demostrar, com vostès saben, que aquests cossos no tenien res a veure amb la política sinó que havien estat persones que havien estat víctimes d'accidents, una d'elles tenia els peus lligats amb un filferro perquè s'havia trobat en una claveguera i els bombers havien hagut de lligar-li els peus per treure'l; eren els cossos de persones que havien mort en accidents i que estaven irreconeixibles i que no se sabia de qui eren, però no tenien res a veure amb la repressió, els cossos de la repressió havien estat portats a un altre lloc i havien estat, en general, llençats al riu. El que vull dir és que avui un corresponsal es troba sota la vigilància de la seva pròpia redacció que, en principi, té més material d'informació que el propi corresponsal. D'aquí que encara es mantingui el principi del corresponsal perquè hi ha aquesta idea, repeteixo, supersticiosa o que és una mica de l'ordre de la màgia perquè la ciutadania es digui “sí saben perquè hi són”, però que en realitat el que saben és molt poc respecte l'esforç que ha representat de trobar-se en el lloc.

En tot cas, tot això que dic, l'acceleració, aquesta translació, etc., tot això fa que els errors s'hagin multiplicat darrerament i hi ha hagut una acumulació de falses informacions o d'informacions aproximatives o d'informacions manipulades i això fa que hi hagi una desconfiança del públic respecte un cert tipus d'informació. I s'ha creat el que jo anomeno una “inseguretat informativa”. És a dir aquesta idea de que quan rebem una informació no estem segurs si aquesta informació no serà desmentida en uns dies; en la mesura en què molta informació és una informació que té molt poca fiabilitat, això s'ha complicat. I, de fet, tot i que per a la majoria dels ciutadans una informació és veritable quan tots els mitjans diuen que ho és, si efectivament la ràdio, la premsa, la televisió, Internet, diuen una informació, donen una informació concreta, doncs evidentment l'acceptarem perquè, precisament, intuïtivament aquesta repetició servirà com a prova de que és una veritat. Però la repetició no és una demostració, la repetició és una repetició, i tenim molts casos en els quals una informació ha estat repetida una i altra vegada i en realitat és falsa. Per tant, la repetició no fa la informació però en realitat aquesta idea, que és una de les idees bàsiques de la propaganda, repetir aconseguix convèncer. I avui la informació, no de manera voluntària, però inconscientment, treballa força sobre aquest registre.

Hi ha un altre fenomen que s'ha desenvolupat darrerament i és una mena de confusió entre la informació i la comunicació. Què és la comunicació? La comunicació és un discurs que té com a objectiu afalagar la institució que ho emet. D'acord? És a dir, quan algú és director de comunicació, de per exemple, una institució, ja pot ser política o cultural o empresarial, el director de comunicació de Coca-Cola, doncs fa comunicació, és a dir, que tot el discurs que emetrà la direcció de la comunicació de Coca-Cola serà sempre –poso un exemple caricatural òbviament- per dir que Coca-Cola –o qualsevol marca- està molt bé, és una cosa molt bona, excel·lent, etc., únicament amb elogis. Mentre que la informació no té com a objectiu afalagar la institució que l'emet sinó al contrari, té com a objectiu funcionar com un contrapès al discurs institucional dominant. Primer, la informació és una informació, és a dir, alguna cosa que ha passat, aquest esdeveniment es presenta. Però en general l'objectiu d'aquesta informació és el de funcionar, precisament, com una mena de contrapès al discurs dominant. En canvi avui, cada vegada més hi ha una confusió entre comunicació i informació. Per què? Perquè, efectivament, moltes de les informacions que llegim, o que escoltem a la ràdio, o que ens difonen, en realitat han estat emeses per les institucions. I ens hem acostumat per exemple a això de “el portaveu de tal

institució” –d’un partit polític, d’una alcaldia...-, “el portaveu diu aquesta qüestió”, i això es dóna com una informació quan en realitat és pura comunicació, i s’hauria d’intentar trobar un contrapès.

Una altra de les dificultats que tenen els ciutadans respecte la credibilitat dels mitjans és que els mitjans són cada vegada menys independents, hi ha cada vegada menys mitjans independents. Independents de què? Per definició, independents del poder polític però sobretot del poder econòmic, perquè els mitjans en aquests darrers anys, a mesura que han entrat en crisi, han tingut dificultats, en termes de beneficis, de rendibilitat, s’han anat venent, s’han anat integrant en grups cada vegada més importants que han procedit a fusions, i s’han constituït així, han aparegut grups mediàtics gegants, alguns d’abast planetari com la News Corporation, per exemple, que és el primer grup mediàtic del món, que pertany a Rupert Murdoch i que posseeix tota mena de mitjans de premsa escrita, diària o setmanal, ràdio, televisió, edició, Internet, fins i tot té un diari ara, ha tret un diari digital a la tableta iPad... És a dir, aquests grups gegantins... Però de vegades hi ha també grups a escala nacional. En un país com França, un país evidentment lliure, amb una premsa important, etc., el conjunt de la premsa per exemple de províncies pertany a cinc grups, en realitat hi ha cinc propietaris de tots els diaris que apareixen a les províncies franceses. I si parlem de la premsa nacional –es diu a França a la premsa de París-, tots els diaris de París pertanyen a tres grups. És a dir que, en realitat, no hi ha una gran varietat, no estem davant una gran oferta d’informació, els ciutadans es troben davant una oferta molt limitada. En realitat hi ha com a monopolis d’informació i, per tant, no hi ha aquesta varietat que il·lusòriament dóna un quiosc. Quan anem a un quiosc veiem infinitat de publicacions però, en realitat, la majoria d’aquestes publicacions pertanyen a tres o quatre grups mediàtics que, evidentment, tenen els seus interessos. S’ha produït una concentració excessiva i aquesta concentració a la premsa escrita en tot cas, cada vegada més pertany a individualitats, al que podríem anomenar oligarquies, és a dir a persones que tenen una gran fortuna i avui poden, perquè els preus dels diaris de paper s’han enfonsat a causa de la crisi, comprar i disposar de diaris, no per guanyar diners, ningú guanya diners, o molt pocs, amb la premsa escrita avui dia, és més aviat una activitat econòmica on es perden diners. Llavors per què els compren? Per guanyar en influència, òbviament, es guanya en influència, i per tenir un projecte ideològic, un projecte polític, un projecte influenciable. Fixin-se, un dels setmanaris més importants del món, *Newsweek* –que són amb *Time* els dos setmanaris més importants del món-, *Newsweek*, es va vendre l’any passat per 1 dòlar. El podíem haver comprat nosaltres. És a dir, per 1 dòlar, menys d’1 euro. És a dir, avui dia es poden comprar capçaleres, títols molt prestigiosos de la premsa internacional per pocs diners. És clar, hi ha altres obligacions, qui ha comprat *Newsweek* s’ha compromès a pagar els deutes que eren de diversos milers de milions de dòlars. Però, en tot cas, la premsa es pot vendre.

Aquests grups o aquests oligarquies que posseeixen la premsa, per una banda plantegen als ciutadans un problema, és a dir, per exemple ¿defensen els interessos dels ciutadans o defensen els interessos dels grups propietaris? És una qüestió, una pregunta legítima. En la mesura en què molts estudiosos demostren que, i això es va estudiar per exemple quan *The New York Times*, un dels diaris més prestigiosos del món, va entrar en borsa, l’ex director del *New York Times* va explicar en declaracions públiques que a partir del moment en què havia entrat en borsa les informacions que el *New York Times* publicava sobre la vida econòmica i la vida bursàtil havien de passar per una mena de censura, perquè no es podia publicar cap informació que pogués danyar l’acció del *New York Times* a la borsa. Entenen? Perquè estava cotitzat en borsa. A Espanya ara *El País*, que pertany a un grup americà, que l’ha comprat, també està cotitzat en borsa, a la borsa de Madrid i a la borsa de Nova York, i és un diari que té una gran influència a Espanya. Llavors la qüestió que es planteja, ¿és un element per exemple de preocupació que aquesta cotització en borsa no variï, és una preocupació de la redacció? No tinc la resposta, però diguem-ne que ara la pregunta

és legítima. I, per tant, molts diaris, la majoria dels grans mitjans ara pertany a grups, aquests grups tenen una activitat econòmica important, i per tant hi ha ara aquesta preocupació. Aquesta preocupació que va més enllà del simple fet de si l'acció varia o no, en la mesura en què parlem en un context econòmic en el qual la teoria dominant és el neoliberalisme, per tant la qüestió és la següent: els diaris, per exemple, ¿quin comportament tenen? O els mitjans, o els grups mediàtics, quin comportament tenen en el marc del neoliberalisme? Podem identificar aquest comportament? Què és el neoliberalisme? Doncs és aquesta idea de que el mercat té més importància que l'Estat i que el mercat ha de tenir un espai cada vegada més gran, a expenses de l'Estat. I que en aquest mercat, qui són els actors del mercat? Són les empreses o els grups financers. Llavors, els grups mediàtics són actors del mercat, els grans grups mediàtics són grans grups, són grans actors del mercat i, en particular, en la mesura en què els grans grups mediàtics són, a les nostres societats, els que difonen ideologia, són pràcticament els únics, la missió dels quals és difondre ideologia, sota l'aparença de difondre informació, però difonen diguem-ne, per dir-ho d'una altra manera -ideologia és una paraula potser polititzada-, però difonen una visió del món, una maqueta del món, quin és el món ideal. Globalment això és el que diuen els mitjans.

Llavors, els mitjans per exemple, els mitjans dominants que pertanyen a grups importants en el sector del mercat, ¿creuen vostès que seran gaire crítics amb la globalització, amb el neoliberalisme, quan són actors centrals d'aquestes dues dinàmiques? Evidentment hi ha poques possibilitats de que ho siguin. Per tant, en realitat avui dia els grups mediàtics s'estan comportant com l'eina ideològica de la globalització. És el braç ideològic, per dir-ho d'una altra manera, utilitzant el concepte althusserià, és l'eina ideològica de la globalització. És a dir, globalment, què diuen els mitjans sobre aquest assumpte? Ens diuen que això és molt bo per a nosaltres. Vostè ha perdut la seva feina, ja no disposa de serveis públics, li han tallat la seva pensió, li compliquen ara la vida amb la seva jubilació i ha de treballar més... però, això és molt bo! Això és excel·lent! Tots els mitjans ens diuen això constantment. Per exemple a d'altres èpoques, aquest discurs -les coses no se semblen sempre- però qui donava la visió del món, qui tenia la responsabilitat i la missió d'inculcar una visió del món a la societat, era l'Església, l'Església difonia una concepció del món, del món i del més enllà. Per exemple en el moment de la conquesta d'Amèrica, els conqueridors anaven acompanyats d'evangelitzadors i els conqueridors van destruir societats, societats que tenien la seva idiosincràsia, la seva religió, la seva cultura, les seves llegües, tota una cosmogonia. Llavors el conqueridor, brutal, destruïa tots aquests elements de la societat i l'evangelitzador deia "però quina sort més meravellosa". Han destruït la seva família, han destruït el seu poble, han destruït les seves creences, han destruït la seva llengua, han destruït la seva cultura, però ¡ara vostès estan a la veritable religió! Alegrin-se! Globalment la premsa avui, els mitjans, tenen aquesta missió, és a dir, ser l'eina ideològica de la globalització.

D'aquí que en realitat quan diem que les societats avui tècnicament enfronten una dinàmica mundialitzadora o neoliberal, en realitat el que enfronten o el que semblen enfrontar és una doble dinàmica, és un poder bessó, no hi ha un sol poder, no és el poder financer, és el poder econòmic-financer i mediàtic. Si no van junts no funcionen perquè no n'hi ha prou amb vèncer, s'ha de convèncer. I llavors, la victòria neoliberal no seria completa si el vençut no estigués convençut, no estigués feliç d'haver estat vençut. De tal manera que ni tan sols ha d'adonar-se de que ha estat vençut, ha de pensar que en realitat està participant en la victòria del seu adversari i que ell no és una víctima. D'aquí que els mitjans que tenen en general la missió de domesticar les societats, la funció de la informació en general és de domesticar les societats, dur-les pel bon camí per dir-ho d'una altra manera, però en realitat avui tenen aquesta altra missió i això és quelcom que molts ciutadans cada vegada accepten menys, en la mesura en què precisament aquest poder mediàtic s'ha dissimulat en una cosa que es presenta com quelcom molt positiu.

M'explico, deia jo al començament que diria dues paraules del quart poder. Òbviament, una democràcia moderna no pot funcionar sense mitjans de comunicació, d'informació, importants. És el que anomenem el quart poder. Per què l'anomenem el quart poder? Perquè en la definició tradicional de la democràcia només hi ha tres poders, una democràcia funciona amb tres poders. Això ho va definir en el segle XVIII com vostès saben Montesquieu en un llibre que s'anomena *L'esperit de les lleis*, i deia que en una societat, per sortir de l'absolutisme real, s'hauria de constituir i funcionar en base a tres poders, cadascun amb una funció precisa: un és el poder legislatiu, que fa les lleis, l'Assemblea, els representants del poble, etc.; després hi ha un poder executiu, que és el que realitza i du a terme a la pràctica les lleis que s'han votat, aquest és el poder polític; i en paral·lel a això hi ha un poder judicial que ha de ser independent del poder polític, la justícia es fa en nom de la llei, no en nom del Rei o del president o de qui sigui. Llavors, aquests tres poders són suficients per fer funcionar la democràcia però amb el temps ens vam adonar de que aquests tres poders, tot i sent democràtics, podien cometre molts abusos. El poder legislatiu, per exemple, podia establir lleis criticables, o lleis criminals. La primera democràcia moderna, com vostès saben, són els Estats Units, la constitució de 1776, i la segona democràcia moderna és la Revolució Francesa de 1789, aquests dos governs, democràtics, per tant moderns i democràtics, tenien lleis que feien legal l'esclavitud. La Revolució Francesa suprimeix l'esclavitud un temps i després la restableix de nou, i després la torna a suprimir, però a Estats Units tots els que anomenem els Pares de la Revolució, tots, eren propietaris d'esclaus. No hi havia contradicció, es pot ser un demòcrata i tenir éssers humans, comprar-los i vendre'ls com a objectes. Vull dir que es pot ser una democràcia, i a més revolucionària en el sentit de que talla amb el que s'estava fent i, en canvi, tenir una pràctica inacceptable. La justícia pot condemnar innocents, hi ha milers de casos, però casos polítics, a França hi va haver el cas Dreyfuss, un oficial que va ser condemnat per traïdor, en realitat el van condemnar perquè era jueu, etc.

Quan a la meitat del segle XIX apareix la premsa de masses, sorgeix un nou actor que no existia abans, que és el que anomenem avui l'opinió pública. La premsa fa opinió pública, construeix, crea opinió pública. Com diu Bordieu "l'opinió pública no existeix, és el reflex dels mitjans", si no hi hagués mitjans de comunicació de masses no hi hauria opinió pública, hi hauria pressupostos, hi hauria creences, però no hi hauria el que anomenem opinió pública. Aquesta opinió pública pressionarà els poders legítims, perfectament legítims, però en tot cas traslladarà a aquests poders polítics legítims el seu descontentament, o la seva desaprovació amb tal o tal mesura i, per tant, apareixerà com a un corrector indispensable pel bon funcionament de la democràcia. Avui dia per això es diu que sense llibertat d'expressió, evidentment, i sense llibertat d'impressió, no hi ha, no hi pot haver democràcia, perquè llavors qui construeix l'opinió pública ¿són els dirigents polítics?, només el discurs de propaganda? Evidentment no és acceptable. Per això parlem del quart poder, el quart poder és com un contrapoder, un contrapès als poders legítims en democràcia.

Però, què passa avui dia després del que acabo de dir fa un moment? És a dir, quan veiem que els poders mediàtics estan confiscats pel poder econòmic i financer, quan veiem que aquest quart poder ja no és un contrapoder sinó que és un poder suplementari per oprimir o per mantenir la societat en aquesta situació. Entenen el que dic? Llavors, avui, per això hi ha societats... he començat dient que els mitjans són avui un problema per a la democràcia. Evidentment en un moment van ser una solució, quan la democràcia funcionava només amb tres poders, l'aparició del quart poder va permetre crear una democràcia millor, indiscutiblement. Però avui tenim el problema de que aquest quart poder no està complint la seva missió de contrapoder i, a més, és l'únic poder, en el si de la democràcia, que no admet cap mena de crítica, que no admet cap mena de contrapoder. Els poders establerts en una democràcia, per exemple el partit dominant en una societat, o la coalició dominant, ha de suportar a l'oposició, el que és un contrapoder. Una democràcia no es pot construir amb la tirania

de la majoria sobre la minoria, una democràcia només funciona si les minories tenen drets i no poden ser avasallades per les majories. No només és tenir majoria, una democràcia no és la dictadura de la majoria, o no pot ser la dictadura de la majoria, per tant s'ha d'acceptar a la minoria. El poder econòmic ha de suportar al poder sindical, que el contradiu, el critica. Però el poder mediàtic, qui critica al poder mediàtic? El poder mediàtic és l'únic a les nostres societats que no té contrapoder. Per tant, no és democràtic. No estem qüestionant la llibertat d'expressió, estem dient que els mitjans de comunicació, en nom de la llibertat d'expressió, no accepten cap mena de crítica. Però la qüestió és ¿no ho accepten en nom de la llibertat d'expressió o no ho accepten en nom de la llibertat d'empresa? Aquest és el problema, perquè, ¿què és el que defensen? En general la llibertat d'empresa, és a dir, són empreses mediàtiques que evidentment no accepten... i, si vostè critica la institució mediàtica, es veu immediatament exclòs del joc democràtic.

Com veuen, els mitjans avui plantegen molts problemes a la societat, sobretot perquè els ciutadans es van adonant de que els mitjans no funcionen com ells voldrien, no sempre els hi són tan útils com voldrien. Òbviament ningú pot reclamar la desaparició dels mitjans, sinó com desenvolupar-se. Per això, Internet ha tingut aquesta influència tan important. Per això, efectivament, l'ecosistema mediàtic avui dia està esclatant, perquè ¿què és el que permet Internet? Primer permet tornar a somniar de nou –estic dient que és una realitat- amb una democratització de la informació, perquè pensem que la informació també s'ha de democratitzar, i Internet, en certa mesura, ho permet. Per què? Perquè és relativament fàcil tecnològicament, relativament barat econòmicament, poder tenir el seu mitjà d'expressió cadascú, cada institució o cada associació o cada individu pot tenir avui el seu mitjà d'informació, pot crear el seu blog, pot penjar una informació, pot comentar una informació, pot criticar una informació que veu sobretot a Internet, penjada a la web. És a dir, per tant, hi ha ara la possibilitat de competir i, de fet, aquesta és la gran crisi mediàtica actual, és el fet de que avui ha sorgit un personatge nou que entra en competència amb els mitjans i aquest personatge nou és el ciutadà, un ciutadà informador, anomenem-lo així, “el ciutadà informador”, però que té una doble característica, per una banda és un aficionat, no és un professional de la informació, no és una escola d'informació, etc., és un aficionat, però vivim en una societat en la qual Internet està permetent l'auge massiu d'un nou tipus d'aficionat expert. I, per altra banda, aquest aficionat pot ser efectivament molt professional en la seva àrea, és a dir, en una societat com la nostra –que no és una característica universal, ningú ha d'oblidar que els dos terços de la humanitat mai no han utilitzat Internet, Internet només concerneix a un terç de la humanitat, és massiu, és important, però és un terç de la humanitat només-, llavors, a les nostres societats desenvolupades i educades el nombre de persones diplomades que tenen uns coneixement amplis i profunds sobre un sector del ventall del coneixement és molt important. A la societat hi ha molta gent que sap molt d'alguna cosa i, de vegades, efectivament se sap moltíssim més que la majoria dels periodistes sobre aquesta cosa. Per què? Perquè és la seva especialitat, és doctor en aquest aspecte, professor d'universitat, ha fet la seva tesi, no és periodista però sap escriure, sap pensar, coneix el tema, etc., i avui té la possibilitat, gràcies a Internet, de crear una informació que arriba al món sencer. Mirin sobre la qüestió nuclear. Qui sap alguna cosa d'allò nuclear? Molt poca gent, en tot cas molt pocs periodistes. I hem vist com els experts han estat en primera línia, crítics o no crítics, etc., i per tant s'ha desenvolupat el que anomenem blogosfera, on sobre qualsevol sector hi ha bloguers que saben molt més que els periodistes, que la majoria dels periodistes, perquè també hi ha periodistes molt especialitzats i coneixen molt bé el tema.

Llavors, avui s'ha establert –i sobretot perquè els motors de cerca permeten localitzar la informació-, una mena de competència entre aquests aficionats experts i els periodistes professionals. Per això els llocs web d'informació que més es desenvolupen avui són els que barregen els tres elements. Quins són aquests tres elements? Per una banda la informació digital original donada pels periodistes o per la

redacció del lloc web. Petita part. Per altra banda, informació elaborada, però elaborada per altres mitjans que han estat seleccionats i que són presentats en el lloc com una selecció dels millors articles que es poden llegir al web. I tercer, uns blogs de desenes o centenars de persones, personalitats, experts, etc., que sobre molts temes molt particulars donen la seva opinió experta. Quan veiem aquestes tres possibilitats, això és el que és el *Huffington Post*, per exemple, el diari que avui és considerat com el diari web, com el model, que acaba de ser comprat pel grup AOL. És a dir, estem veient que en realitat hi ha una pujada massiva de la ciutadania que accedeix a no només la funció de consumidor d'informació sinó de productor d'informació, en general de producció d'opinió, que és el més barat i més fàcil, però també d'informació, d'informació experta.

Això, evidentment, complica més encara la situació del periodisme. Amb això vull acabar, amb la crisi d'identitat del periodisme. Si tothom és periodista, ¿què és un periodista? I, si tothom fa periodisme, ¿què és el periodisme? Quina és l'especificitat del periodisme o del periodista avui?, quan veiem que tots els mitjans estan reclamant als seus consumidors (lectors o oients o televidents, etc.), els estan reclamant que els envii'n informació. "Hi ha algú?", diuen diversos diaris, "envii'ns la seva foto, envii'ns les seves impressions", etc. Hi ha algunes cadenes de televisió d'informació contínua que ara fan programes de mitja hora amb els vídeos que envien els telespectadors, els vídeos dels telespectadors que són en indrets on passa alguna cosa, que són, per exemple, a Egipte, a la Plaça Tahrir, o que són al Japó o a tal o qual indret, etc. Bé, amb això es pot fer informació, exactament igual que un corresponsal. En els primers dies en què hi va haver el terratrèmol del Japó, la segona cadena, France 2, va cobrir la informació exclusivament amb francesos que es trobaven al Japó, no en el lloc del terratrèmol, al Japó, i que comunicaven amb la càmera del seu ordinador, en comunicació web, i que deien "aquí la ràdio diu que..." o "la televisió diu que...", en fi, coses semblants a les que diuen els corresponsals. Llavors, hi ha un problema d'identitat. L'especificitat del periodista què és? És garantir la veracitat de la informació, l'especificitat del periodista és haver verificat la informació que difondrà, és saber per exemple que no prové d'una sola font, una sola font pot induir a error, el periodista té la missió de tenir diverses fonts que diuen el mateix i per tant poder garantir-la. Però hem parlat de la rapidesa avui dia, la competència entre els diversos mitjans de comunicació, ¿no pot perdre el temps per verificar-ho! Si no la cadena del costat ja haurà difós la notícia i ell haurà perdut la primícia, l'exclusivitat. Per tant, el periodista per una banda atrofia les seves qualitats, les seves especificitats, i el no periodista es veu encoratjat a difondre una informació, sigui quina sigui aquesta informació. L'interès és l'interès dels empresaris, dels propietaris de premsa, l'ideal seria fer un periodisme sense periodistes, sense sous evidentment, i també sense periodistes que puguin plantejar problemes de consciència sobre el tipus d'informació que es difon.

D'aquí que, per exemple, hi hagi gèneres periodístics que estan en vies de desaparició, el periodisme reportatge per exemple, no parlo del corresponsal que va allà i demà el trec i el porto a un altre indret, etc., no, això em serveix únicament de coartada, per dir "tinc a algú en allà", però en realitat estic informant amb el que rebo aquí amb tota classe de fonts d'informació, no, parlo del periodista que fa un reportatge de fons, etc. Això és massa car. I, sobretot, el que està desapareixent és el periodisme d'investigació, que és el més car, evidentment, i cada vegada és més difícil tenir un equip de periodistes que durant mesos treballarà sobre un tema, buscant com revelar coses que no sabem. Cada vegada és més difícil finançar-ho perquè és tenir a diversos periodistes, documentalistes, etc., treballant sense saber exactament si es trobarà o no. Es podia fer en el període en el qual la premsa escrita o la informació en general vivia anys d'auge; avui en períodes de crisi és molt difícil. Si el periodisme d'informació no estigués en crisi, no estigués en vies de desaparició, un fenomen com Wikileaks no existiria, Wikileaks només ha aparegut perquè els diaris no fan la seva feina, per això Wikileaks es defineix no com a periodista, i per això Julian Assange diu

precisament que els periodistes han estat corresponsables de la guerra d'Iraq, per exemple, han perdut tota la seva dignitat quan es van deixar embarcar en els tancs de premsa americana, però bé, podríem dir-ho d'altres països, quan es van deixar embarcar a les tropes, quan estaven encastades en les unitats de combat de la coalició que va envair l'Iraq; ell pensa que aquest va ser el moment, el desastre del periodisme contemporani. Per això han sorgit ara aquestes bústies de fugues, d'algú que té coneixement d'una informació i pot guardar-la en l'anonimat, dipositar-la, etc., perquè cap periodista anirà a demanar-li perquè no hi ha investigació. Fins el punt que està sorgint ara als Estats Units una cosa que s'anomena periodisme sense ànim de lucre, és a dir, que no es tracta de guanyar diners, sinó que es tracta de repetir quelcom del que estem convençuts, de que el periodisme és indispensable pel bon funcionament de la democràcia, el bon periodisme és indispensable pel bon funcionament de la democràcia i, sense periodisme d'investigació, la democràcia no funciona tan bé perquè hi ha massa secret, hi ha massa coses que no se saben, la qual cosa encoratja a aquells que s'han beneficiat d'aquestes operacions ocultes a mantenir-les, la qual cosa corromp la democràcia, és necessari que hi hagi reveladors. I per això a Estats Units es desenvolupen a la xarxa diaris, finançats per mecenes o per fundacions sense afany de lucre, que donen diners, milions de dòlars, perquè existeixi una premsa feta per periodistes veterans que guanyen un sou mínim, però que estan disposats a fer-ho perquè hi hagi aquestes investigacions indispensables per a la informació, però que ja la gran premsa, la gran informació, no fa perquè s'accontenta amb viure de l'espectacle. Moltes gràcies.