

23

El rol dels mitjans de comunicació a Catalunya. Els seus biaixos ideològics

Antoni Franco Estadella



UPEC



Universitat
Progressista
d'Estiu de Catalunya

Universitat Progressista

d'Estiu de Catalunya (UPEC) és filla d'un llinatge que no vol que resti desconegut.

Fills i néts de les aspiracions de les classes populars catalanes del segle XIX, plasmades en el seu vell lema "Instruir-vos i sereu lliures, associeu-vos i sereu forts, estimeu-vos i sereu feliços", fills i néts de l'esforç de la primavera republicana dels anys trenta on s'anunciava que "Per damunt de tot, cultura.

Res no quedarà de l'esforç cívic dels nostres dies sense la pressió d'un ambient que ens porti a tots pels camins més càlids de la intel·ligència" i fills i néts de l'antifranquisme social i polític que aconseguí reconstruir la raó democràtica al nostre país, volem que el llegat del passat també teixeixi el nostre present cap al futur.



Autor: Antoni Franco Estadella
Assessorament lingüístic: Montse Alba i Mar Olivé
Coordinació de la publicació: Montse Alba

Edita: UPEC
Producció: Primera Impressió
ISBN. 978-84-614-1979-1
DL. B-27554-2010

El contingut d'aquesta publicació pot ser reproduït, sempre que se'n citi la procedència.

Aquest llibre està imprès en paper certificat FSC, Boscos Ben Gestionats, Fons controlades i fusta i fibra reciclada.

**El rol dels mitjans de comunicació
a Catalunya.
Els seus biaxos ideològics**



Antoni Franco Estadella
Periodista. Exdirector d'El Periódico

Introducció

Està contribuint eficaçment la premsa catalana als debats col·lectius sobre el present i el futur del país, sobre les causes, responsabilitats i possibles sortides a la crisi econòmica?

Està informant amb independència sobre els creixents problemes en les relacions Catalunya – resta d'Espanya?

Representa harmònicament els interessos, valors i ideologies que té realment la societat catalana?

Està contribuint a la cohesió social i a la integració de l'última onada immigratòria?

En aquests moments, les qüestions fonamentals relatives a les obligacions dels mitjans en les societats democràtiques estan essent ateses pels



mitjans de comunicació catalans, amb evidents alts i baixos, atrapats de forma manifesta pels seus problemes per adaptar-se als canvis que les noves tecnologies i els nous hàbits dels ciutadans suposen per a la seva pròpia supervivència. La premsa escrita de pagament encara no ha assimilat els efectes de la doble tenalla que suposa per a ella l'aparició de la premsa escrita gratuïta i la força de la nova comunicació digital que arriba per mitjà dels ordinadors i telèfons, per un costat, i de les modificacions en la demanda d'informació que estan imposant els ciutadans, per l'altre. Les televisions pateixen, en els seus plantejaments informatius, les conseqüències de la multiplicació de cadenes i les preferències populars per l'impacte en demèrit de la precisió. L'oferta periodística digital no aconsegueix trobar en el nostre país un model financerament sostenible, i únicament el mitjà ràdio gaudeix d'una relativa bona salut. Tot això es viu en el context de greus dificultats econòmiques de les empreses periodístiques i en un moment de particular desvertebració dels valors professionals del periodisme.

En qualsevol cas, la crisi de la majoria dels mitjans de comunicació catalans és una crisi paral·lela -encara que independent- a la crisi

econòmica general, i proporciona la possibilitat d'obrir una reflexió general sobre l'origen dels desacords dels diaris vers l'opinió pública, desacords cada vegada, però, més freqüents.

1.- Situació actual de la premsa escrita catalana de pagament

Els mitjans escrits catalans pateixen:

- La crisi general de la lectura en el suport paper.
- La competència que els suposen les noves possibilitats d'informació que ara tenen els ciutadans, prescindint d'ells. Estem davant el final de la seva situació hegemònica en matèria informativa, encara que conserven el lideratge referencial.
- L'avenç, gairebé imparable, en l'opinió pública de la falsa teoria que és possible tenir informació de manera gratuïta, independent de qualitat.
- La demanda, cada vegada més majoritària, d'una informació superficial i d'impacte que els mitjans audiovisuals i internet es troben en millor posició per oferir més que no pas els mitjans escrits de pagament.



- La crisi publicitària, que lastra de forma molt intensa els plantejaments econòmics que s'han fet des de sempre en els mitjans escrits de pagament. Al mateix temps aquesta crisi publicitària està afectant, de forma tal vegada irreversible, els diaris gratuïts. Fins ara la publicitat proporcionava ingressos econòmics que eren decisius per a la rendibilitat de les capçaleres.
- Un altre factor de fons accentua la gravetat de la crisi dels mitjans de qualitat: la inexistència de copyright. La impossibilitat de cobrar per la reproducció de les informacions pròpies impedeix capitalitzar els esforços econòmics dels qui inverteixen per aconseguir informació exclusiva i independent de qualitat.

En general, pot dir-se que Catalunya confirma el diagnòstic que en la societat occidental existeix una crisi que afecta la continuïtat de la premsa escrita com a negoci, més que no pas una crisi de la informació. Perquè en realitat hi ha més demanda d'informació que mai. Poden tenir raó els qui sostenen que el nostre país mai no ha viscut una etapa millor per fer periodisme, com escrivia recentment l'analista John Carlin referint-se a la situació en el conjunt dels països democràtics.

a) Per la possibilitat d'arribar més lluny, abans i incorporant més precisió i documentació, que proporcionen les noves tecnologies.

b) I per l'assentament de la societat mediàtica i comunicativa com nou eix central del sistema de vida dels països desenvolupats.

2.- Problemes específics dels mitjans catalans

Però els mitjans de comunicació catalans, juntament amb els de la resta d'Espanya, tenen, a més de les dificultats generals del conjunt del sector de la premsa impresa, uns altres problemes ideològics específics que incideixen en el distanciament creixent que efectua l'opinió pública vers ells.

- En paral·lel al que succeeix a la resta d'Espanya, travessem una crisi de la credibilitat en els diaris. Per excés de partidisme, per manca de qualitat d'una bona part dels professionals, per superficialitat temàtica, per excessiva proximitat als poders polítics i econòmics.

- Creix la desconfiança popular pel que fa al grau d'independència real de les capçaleres.

- En l'opinió pública existeix la sensació creixent que actualment bona part dels periodistes del nostre país atenen més a l'interès econòmic empresarial de vendre com sigui, d'aconseguir millors resultats econòmics que els que proporciona la fluixa demanda actual en el lliure mercat i de mantenir els estatus personals de remuneració i poder socials propis de la classe dirigent del país, més que no pas a l'obstinació per fer informació més rigorosa i comprensible.

10

Hi ha una realitat: actualment, en els quadres directius dels mitjans cada vegada hi ha més professionals que, en organitzar el treball de les redaccions, posen al mateix nivell l'objectiu d'aconseguir un bon impacte venedor del que preparen que aconseguir qualitat objectiva, informativament parlant.

3.- Tendències ideològiques concretes del periodisme català

- El “tot per la Pàtria”

Per a alguns periodistes hi ha una espècie d'estat d'excepció vigent des de la transició democràtica

que, fins ara, justifica els partidismes informatius en defensa de la reconstrucció nacional de Catalunya, considerant-ho un objectiu superior per a la premsa catalana, més que proporcionar una informació objectiva, precisa i independent.

El 'tot per la pàtria', entès naturalment en qualitat del que cadascú considera què és i què li convé a la seva pàtria, és una prolongació des del meu punt de vista excessiu de la filosofia imperant en el temps de la recuperació democràtica i la transició...

- Excés de partidisme i de protagonisme polític

En l'antifranquisme i la transició hi va haver, política i culturalment parlant, un partidisme deliberat contra el franquisme, exercit per una part de la professió periodística, a favor de la recuperació democràtica i de la recuperació nacional.

Podria dir-se que va acabar la transició, que aquest país va aconseguir que els militars tornessin a les casernes i acceptessin l'hegemonia democràtica del poder civil, però en canvi els periodistes, en finalitzar el procés, no van tornar a les redaccions per limitar-se a exercir el seu treball,



deixant que el protagonisme polític l'assumissin les persones designades per a això, en les urnes.

Hi ha casos personals manifestos, i també casos de capçaleres, molt representatius d'aquesta tendència (despotisme il·lustrat) de creure en el seu “dret natural” a ser protagonistes més decisius sobre la vida política i les qüestions públiques que els parlamentaris, malgrat no haver estat escollits pels ciutadans per a això.

- Còctel de continguts poc interessants per a la majoria dels lectors

12

La modernització dels nostres mitjans exigeix donar resposta al problema que la majoria dels mitjans escrits d'aquest país inclouen un volum i percentatge d'informació i opinió política, en el sentit declaratiu i oficial, superior al de la majoria dels mitjans d'altres països europeus (encara que ara comenci a corregir-se aquesta tendència, a la vista de la crisi de les difusions).

Així mateix, existeix un percentatge massa elevat d'informació oficial o institucional en altres àrees, com la cultura o l'economia.

- Dualitat comunicativa excessiva

Així mateix, ha d'abordar-se el biaix que la majoria dels mitjans de comunicació escrits catalans s'adrecen en la pràctica -pel seu nivell, ideologia, llenguatge, llengua- no al conjunt de la gent del país, sinó més aviat només a la mitjana de Catalunya amb més ingressos econòmics.

D'altra banda i pel que fa a l'àmbit de la comunicació, a Catalunya hi ha una dualitat més accentuada que en altres societats, en molts casos acompanyada de la mà del factor llengua.

Mig Catalunya s'informa i viu, i després vota, a partir de la percepció de la realitat que trasllada el sector mediàtic, mentre que l'altra mitja viu -i vota, o s'absté- completament d'esquena a aquests mitjans preponderants.

- Dimensió empresarial mitjana desfasada

Una de les lliçons d'aquesta crisi és, des del punt de vista empresarial, la necessitat de reconduir la dimensió dels nostres mitjans a una mida més realista, ajustada al seu volum real de negoci, en



consonància amb una aspiració de supervivència digna més que no pas de continuació del gran negoci que va ser la premsa escrita del segle passat per a les capçaleres d'èxit.

14

La teoria que l'actual marge d'explotació de les empreses periodístiques és del 4%, davant el 25% de l'etapa anterior, mereix -de tota manera- un comentari. En els moments de gran èxit comercial de la premsa escrita, entre els editors hi va haver una tendència molt generalitzada a desviar cap a altres activitats els beneficis generats pels diaris, en comptes de revertir aquests diners en una política editorial de manteniment de preus baixos i accessibles per als lectors, en comptes de recapitalitzar les empreses o incrementar més substancialment els mitjans de treball posats a disposició dels periodistes per millorar la qualitat de la informació. Pràcticament mai no va revertir íntegrament, ni de bon tros, aquell 25% de rendibilitat en res relacionat amb el futur dels diaris.

- Escassa presència de la premsa catalana a la resta d'Espanya

La societat catalana no ha impulsat els seus mitjans de comunicació a tenir més pes i influència

dins la resta de la societat espanyola. Aquesta 'filosofia d'illa' ha constituït un greu error estratègic dins l'esquema de les democràcies modernes actuals, en les quals els aspectes comunicatius constitueixen un eix fonamental. Aquesta escassa presència de la premsa catalana i, en bona mesura, també, dels professionals catalans en els mitjans generalistes espanyols, ha contribuït a l'absència d'una bona explicació de la realitat i de l'abast i matisos de l'especificitat catalana a la resta de l'Estat, contribuint així, indirectament, a la persistència dels problemes d'incomprensió social i política patida en els darrers anys en les relacions Catalunya-Espanya. Mediàticament, Catalunya ha tingut un pes inferior al seu valor polític i econòmic dins Espanya.



- Discriminació dels punts de vista d'esquerra

La sensibilitat política madrilenya, més conservadora que la mitjana de la societat espanyola, està alimentada i servida per una majoria de mitjans de comunicació escrits de tendència conservadora, i per una majoria de columnistes i articulistes d'aquesta mateixa ideologia.

En exercir els mitjans madrilenys una funció confessa de 'premsa estatal', i en estar relegats els mit-

jans catalans a la condició de “premsa zonal”, gairebé sempre l’agenda informativa general dels professionals que resideixen a Madrid, la que atén els punts de vista de la dreta, és la que predomina en els principals mitjans privats i públics. A causa d’això, i també per la crisi que pateix el pensament d’esquerres des de la desaparició del Mur de Berlín, existeix una subrepresentació tant del pensament progressista com del pensament perifèric en la majoria dels debats que efectuen els mitjans. Actualment aquest factor s’accentua pel pes i nivell d’audiències de les televisions d’abast estatal, radicades totes elles a Madrid.

- El factor sobiranista

A Catalunya es pateix també aquest problema general de la subrepresentació del pensament d’esquerra en els mitjans de comunicació, encara que potser en menor escala que a la resta d’Espanya a causa de la major pluralitat interna i de l’existència d’un nombre més elevat de partits amb representació parlamentària, però en canvi existeix una qüestió paral·lela afegida relacionada amb el sobiranisme.

La defensa dels punts de vista sobiranistes està hiperepresentada en els debats dels mitjans cata-

lans enfront, per exemple, dels punts de vista autonomistes, si prenem com a referència de fons el que en definitiva voten els ciutadans quan són convocats a les urnes.

En qualsevol cas, pel que fa a aquestes dues qüestions cal afegir una altra dada: que tant la classe treballadora progressista catalana com els ciutadans autonomistes no sobiranistes consumeixen menys mitjans de comunicació escrits que la suma de la franja conservadora catalana i la franja que aposta per la independència. I en valorar aquestes qüestions també cal introduir la influència d'altres elements col·laterals però transcendents: l'èxit del model neoliberal a partir dels anys Thatcher, la tendència a una despolitització creixent de la classe treballadora, el debilitament general de la defensa de la cultura democràtica després dels anys intensos de la transició i l'escassetat d'intel·lectuals d'esquerra que estiguin essent plenament acceptats per l'opinió pública catalana.

Reflexió final

Totes aquestes qüestions graviten sobre el futur immediat dels mitjans de comunicació catalans, en



paral·lel als grans canvis previsibles que es produiran en el sector a mesura que es vagi assentant la nova manera d'informar que ens porta el món digital i que encara no té una forma definida. Una vegada els ciutadans deixin de creure en la utopia que és possible disposar d'informació de qualitat independent de manera gratuïta, i una vegada s'esclareixi el panorama econòmic i es trobin fórmules financeres alternatives per substituir el que ha significat la publicitat per al sosteniment dels diaris durant el segle XX, entrarem en una fase comunicativa en què resultarà inevitable encarar els problemes de concepte, de fons i d'ideologia que he esmentat.

Perquè, en definitiva, la qüestió no resideix en el fet de si en deu o quinze anys l'opinió pública catalana s'informarà a través del paper, la televisió o els telèfons mòbils. Ni si als ciutadans els costarà més o menys diners assabentar-se del que succeeix i accedir directament als debats socials.

El més important és que en aquest moment estigui preservada, d'una forma o una altra, la possibilitat d'informar amb llibertat, amb independència, amb veracitat i sense que els poders

polítics i econòmics condicionin els continguts. Perquè aquesta és veritablement la qüestió transcendental, i perquè és vers això que ara, en aquest primer tram del segle XXI, les interferències són cada vegada més intenses.




Consell Social

- Comissions Obreres - CCOO
 - Unió General de Treballadors - UGT
 - Fundació Josep Irla
 - Fundació l'Alternativa
 - Fundació Nous Horitzons
 - Fundació Rafael Campalans

 - Acció Escolta de Catalunya
 - Acció Jove - Joves de CCOO
 - Associació Catalana per la Pau
 - Avalot
 - Casals de Joves de Catalunya
 - Cooperació
 - Entorn SCCL
 - Escola Lliure El Sol
 - ESPLAC - Esplais Catalans
 - Fundació Catalunya Segle XXI
 - Fundació Ferrer i Guàrdia
 - Fundació Pere Ardiaca
 - Fundació Terra
 - SOS Racisme

 - Associació de Joves Estudiants de Catalunya - AJEC
 - Associació d'Estudiants Progressistes - AEP
 - Ateneus Laics
 - Col·lectius de Joves Comunistes - CJC-Joventut Comunista
 - Estudiants en acció
 - Fundació Cipriano García
 - Fundació Josep Comaposada
 - Joventut Socialista de Catalunya
 - Joves d'Esquerra Verda – JEV
 - Món-3

 - Associació Catalana d'Investigacions marxistes
 - Càtedra UNESCO de Sostenibilitat de la UPC
 - Coordinadora per a la Memòria Històrica i Democràtica de Catalunya
 - Centre de Recerca Econòmica i Social de Catalunya
 - Sin Permiso
 - Suburbe-Associació Cultural Estenent el desastre
 - DeBarris sccl
- 

Ponències 2009

més enllà de la crisi

UPEC  **Universitat
Progressista
d'Estiu de Catalunya**

Amb la col·laboració de

 **Generalitat
de Catalunya**

 **Diputació
Barcelona**



Ajuntament de Barcelona