

MANUEL FERNANDEZ AREAL
LA DETECCIÓ DE LA INTENCIONALITAT
DE L'INFORMADOR

Els informadors per vocació, és a dir, els professionals del Periodisme que sempre hem cercat la veritat –encara que no sempre l'hàgim trobada o no sempre es pugui afirmar que la nostra intenció hagi estat clara, sense boires ni cap possibilitat de cometre errades– tenim molt clara la distinció entre informar, per una banda, i opinar per l'altra.

Potser el meu cavall de batalla més conegut sigui, precisament, aquesta distinció, puix que em sembla que els nostres alumnes, els de periodisme en particular i els de Comunicació en general, cal que sàpiguen molt bé què han de fer en cada cas, o sigui, que considerin sempre el respecte que es deu al públic i no l'emboliquin amb informació que només és opinió personal. O, encara més greu, si li donen opinions d'altres en forma d'informació neta i pura, o si fan propaganda ideològica, per molt excel·lent que es pugui considerar, i no li diuen al públic: "escolti, això no és allò que ha passat ara, sinó el que nosaltres voldríem que passés". (1).

Tots coneixem casos de professionals del periodisme –cal recordar una altra vegada que el periodisme no s'esgota en la informació– que, sota aquesta consideració de periodistes, fan altres tasques, en si mateixes nobles i dignes, com la defensa d'una idea política qualsevol o l'afavoriment d'algú: una persona, un partit polític, etc.

Sempre ha estat així. Sempre hi ha hagut periodistes que diuen que fan informació i que acaben fent propaganda política o publicitat. Sempre hi

ha hagut informadors que, a l'hora d'informar, es deixen convèncer per una ideologia preconcebuda que els fa deixar de banda els seus deures professionals, per tal d'afavorir les idees dominants.

És veritat que també hi ha advocats que no diuen la veritat i metges que, en lloc de guarir, maten (per exemple, en el cas claríssim dels que es dediquen a fer avortaments i no defensen la vida dels que no poden protestar).

NUÑEZ LADEVEZE va ser dels primers que va tractar científicament el problema dels que, fent ús d'un llenguatge aparentment objectiu, es permeten introduir elements distorsionadors de la realitat, per tal de conduir el públic, el subjecte receptor del missatge, a conclusions que no es dedueixen de tot allò que va passar de debò (2).

Tots estaven en el secret del sumari. Tots sabien, coneixien perfectament allò que passava en el si dels mitjans de comunicació espanyols que, fins i tot, es deien objectius i respectuosos amb la veritat. La lectura, però, del primer treball que NUÑEZ LADEVEZE va fer denunciant els fets, aquesta flagrant tergiversació de la realitat mitjançant un llenguatge aparentment adient per tal de fer encara més **realista** el missatge, fou un precedent fructuós, i encara, penso, continuen i es mantenen els efectes beneficiosos dintre de les Facultats encarregades de preparar nous periodistes i nous comunicadors.

Em sembla, cada vegada més, que aclarir als nostres alumnes què és informació i què no ho és i portar a llur ànim la necessitat urgent de comportar-se èticament en el seu treball, és un incommensurable favor que hem de fer a la societat espanyola.

CASASÚS GURI va difondre darrerament el concepte del periodisme com a "comunicació ètica" (3), afirmant, una vegada més, que l'ètica, dintre el camp del periodisme, és "un compromís amb la veritat, la llibertat, la solidaritat, el rigor i el respecte a la integritat moral i material de la vida humana" (4).

Els codis d'ètica professional, els llibres d'estil, els manuals de comportament dels periodistes de tot arreu parlen sempre del deure de dir la veritat. Ara bé: es diu sempre la veritat? I, encara més important: volem dir sempre la veritat?

Si no fos perquè som molts els que treballem buscant de dir la veritat, semblaria que avui els periodistes només cerquen quedar bé amb el president del govern o amb les empreses o amb qualsevol autoritat política, en comptes de tractar de quedar bé amb el públic, a qui se li hauria de revelar la veritat. Aquest és, ni més ni menys, el compromís de tot periodista.

No cal, però, deixar-se impressionar per l'apariència. Potser moltes vegades, quan pensem malament del professional que està darrera de qualsevol informació que no reflecteix la realitat puix que nosaltres mateixos formem part d'aquella realitat i coneixem molt bé les deformacions que apareixen dintre del relat periodístic, oblidem el perill real denunciat per NUÑEZ LADEVEZE.

Potser els nostres periodistes principiants ho fan malament, segons els

casos, perquè s'han deixat atraure per l'estil novedós (?) d'algun mitjà ben conegut que presumeix de periodisme objectiu i de dir la veritat.

Per això, ens adverteix NUÑEZ LADEVEZE: "una calculada aparença objetivadora del estílo es usada como si se tratara de una propiedad del contenido informativo o de una actitud anímica del informador; es decir, como si el uso de un determinado estílo implicara la imparcialidad de quien lo utiliza o como si la imparcialidad informativa fuera, en definitiva, una cuestión de estílo" (5).

A les Facultats de Ciències de la Informació, als estudis de Periodisme, podem ensenyar als nostres alumnes a escriure pensant en el públic, tractant que puguin dir-li tot allò que cal dir, fent servir no gaires paraules i amb un estílo que serveixi perquè el públic tingui una idea clara d'allò que va passar (i aquí hauríem de fer referència, com sempre, a aquella benemèrita regla de contestar ben bé a les preguntes **què, qui, quan, com, a on i per què**).

També és obligació nostra, dels professionals que som professors a la Universitat, aclarir allò que està bé i allò altre que està malament. Cal que l'alumne sàpiga quins són els seus deures, que es poden resumir en dir la veritat, contar de debò allò que de debò va passar, i no, com diu CELA, "lo que quisiera que aconteciese o lo que se imagina que aconteció" (6).

Ara bé, l'alumne surt de la Facultat, moltes vegades, creient ser un geni del periodisme contemporani i amb el propòsit de fer-se, quan més aviat possible, famós, molt famós. És important per a ell guanyar quartos, no dic que no, però ho és encara més fer-se famós. I un procediment claríssim de fer-se famós, d'aconseguir que tothom parli d'ell i tothom el truqui i el felicitï, o l'amenaci, és forçar les coses, ésser dur, molt dur, empaitar a tothom i, més aviat, als càrrecs públics i als empresaris i a tots aquells que puguin patir davant d'una informació incorrecta o exagerada, o fins i tot falsa (no, evidentment, sota el punt de vista del periodista que sempre tindrà arguments en escriure per tal de demostrar que tot allò prové d'unes fonts que no podrà, és clar, revelar).

Per això caldrà citar una altra vegada a NUÑEZ LADEVEZE, quan insisteix: "Tal vez el prestigio de cierto periodismo anglosajón, conocido por los estudiosos de la Redacción Periodística como 'periodismo de calidad', influya equívocamente en las redacciones de algunos periódicos españoles que emulan el prestigio de aquél imitando menos las técnicas de verificación del contenido de la noticia, que los procedimientos expresivos de una lengua ajena, como si esta mímesis asegurase la neutralidad informativa distintiva de la calidad e independencia del periodismo que, al parecer, pretenden imitar. No aplican de este modo un modelo de independencia profesional, sino una sintaxis no siempre exportable sin daño para la del importador". (7).

La veritat és que, si es vol ésser imparcial, no cal escriure com ho fan

molts periodistes, que es pensen que amb això no hi ha cap possibilitat de posar-se de la banda de qualsevol dels protagonistes de la notícia. Potser quan volen dir les coses amb una forma d'escriptura, sota el punt de vista exclusiu del llenguatge, obliden l'autèntica forma interior, per tal de poder ésser objectiu, per tal de transmetre la veritat. Només si es vol ésser veritable, si es vol dir la veritat, es diu la veritat. Quan es deixa de banda la intenció i es trasllada el problema –com escriure per tal que el subjecte receptor del missatge, el públic, rebi la veritat– només a l'estil, no s'obté la veritat.

Segons el catedràtic de la Complutense de Madrid, les característiques que defineixen l'estil "informatiu", objectivant, que fan servir alguns dels nostres periodistes actuals –a mi em sembla que, més aviat, es tracta de periodistes amb no gaire professionalitat– serien, més o menys, les següents: un ritme oracional típic de la construcció linial; ampul·lositat; paraules exòtiques impressionants i un cert dogmatisme en la narració dels fets, manca de verbs. I afegeix que es podria parlar d'una "retòrica desfiguració", en la que moltes coses de les que es diuen són, en realitat, suggerides. Es tracta d'ésser impersonal, encara que potser s'acabi essent intencionat.

El problema, si volem analitzar el contingut de la notícia, de qualsevol notícia redactada amb aquest estil que denuncia NUÑEZ LADEVEZE, es presenta quan tractem de fer la distinció entre la ingenuïtat del periodista i la seva mala fe; entre la mímesi –amb el desig de poder arribar a ésser tan famós, tan professional, tan modern com els periodistes que admira i que escriuen així perquè, diuen ells de si mateixos, i són independents i només cerquen contar allò que va passar– i la voluntat de contar els fets, allò que va passar, com a un li agradaria que hagués passat.

Les motivacions que poden portar a un periodista a desfer la realitat, a transmetre a altri els fets no com van ésser sinó com, segons ell, haurien d'haver estat, són moltes: desig d'agradar a un tercer; sectarisme ideològic, polític, social, etc.; corrupció econòmica –li paguen per dir allò i no la veritat–, etc.

Què cal fer per tal de poder detectar, desemascarar el propòsit per damunt de tot, què cal fer per tal de trobar la mentida o l'errada, si no s'és protagonista dels fets?.

En segons quins casos, no hi haurà més remei que demanar als protagonistes la versió correcta, tot i que no sempre sospitarem que hi hagi hagut una realitat diversa d'allò que els periodistes ens comuniquen.

UN EXEMPLE

M'agradaria presentar un exemple ben recent del que jo mateix en vaig ser protagonista. Es tracta del "vernissage" de la llicenciatura en Publicitat i Relacions Públiques, al campus de Pontevedra, de la Universitat del Sud de Galícia o Universitat de Vigo. Feia molt de temps que tothom esperava la nova carrera dintre d'aquesta Universitat i fins i tot a tota Galícia, va atraure a molts joves, fins al punt que, en nombre de sis-cents, van demanar poder fer aquests estudis, encara que només cent van poder matricular-se.

Fins al mes d'octubre de 1994, a Pontevedra, es podia estudiar només una altra carrera superior, Belles Arts, i això donava encara més d'interès periodístic al fet de la inauguració del curs 1994-95. Si s'afegeix a això que la nova llicenciatura, dintre de la Facultat de Ciències Socials, de nova creació, s'havia d'allotjar provisionalment als locals que Belles Arts ocupava mentre s'acabava el nou edifici, es comprèn que hi hagués expectació.

Primers van tenir lloc unes Jornades de Comunicació Social, amb la participació de professionals i professors de tot l'Estat espanyol com a pròleg de les classes. Arribat el dia deu d'octubre, els periodistes es varen fer presents a l'edifici on les classes de Publicitat i Relacions Públiques havien de començar. Les versions del fet no varen coincidir massa, per això presento tres exemples d'informació feta a tots i cadascun dels tres diaris de més tiratge a la zona.

El Correo Gallego va titular: "PUBLICIDAD INICIA SU 'ANDADURA' CON VARIAS CARENCIAS EN LAS AULAS". El text deia que "en la jornada de presentación, los albañiles se mezclaban con los estudiantes, dando los últimos retoques a las dos únicas aulas con que, de momento, cuanta esta nueva titulación ..."

No hi veig, en aquesta informació, fora del desig d'informar, cap altra intenció. Es diu allò que es podia veure, i era evident per a tothom.

Faro de Vigo, a la seva primera pàgina, com a peu de foto i amb reclam per a la pàgina tercera, deia: "PUBLICIDAD COMPARTE SU PRIMER DIA DE CURSO CON BELLAS ARTES" (encapçalant d'aquesta manera una informació que es desenvoluparà a dintre). De cap manera es podia veure una intenció persuasiva en aquesta mena de contar els fets.

La Voz de Galicia, però, ja a la primera pàgina titulava amb un fet no produït: "EL DECANO DE BELLAS ARTES AMENAZA CON INICIAR EL CURSO CON UNA HUELGA". Dintre les pàgines de "Pontevedra", puix que aquest diari regional manté cada dia quinze edicions segons la comarca de destí (8), M.A.R., amb el qual no vaig tenir cap conversa, ni tan sols el conec, i sota el títol "CONFUSION EN PUBLICIDAD ANTE EL DESORDEN DE LAS INSTALACIONES" i "BELLAS ARTES NO PODRA INICIAR LAS CLASES HASTA EL MES DE NOVIEMBRE", afegeix uns paràgrafs redactats amb aquell estil, pseudo-informatiu que va denunciar NUÑEZ LADEVEZE. Diu, per exemple:

Lead: Lo imprescindible y nada más. Los 100 jóvenes matriculados en publicidad asistieron ayer a la presentación oficial del curso en una facultad desmantelada que refleja un absoluto desorden. El propio decano, Manuel Fernández Areal, aludió en su discurso al **pobre estado del centro**, donde únicamente se han habilitado dos aulas para recibir a unos alumnos confusos y perplejos. Desde los sectores estudiantiles no se descarta el inicio de alguna medida de previsión,

que podría realizarse en conjunción con las ya anunciadas por el máximo responsable académico de bellas artes, José Chavete.

A la crònica es parla de frases dites per "uno de los alumnos integrados en la Junta de la Facultad de Publicidad" (que no disposa encara de cap Junta, ni res), sobre "la confusión de los alumnos" (la veritat és que, malgrat les dificultats inicials de l'edifici, els alumnes es trobaven més aviat encisats); i d'altres frases que, es diu, va pronunciar el degà Manuel Fernández Areal, que "no tuvo más remedio que aludir al 'caos' del centro en sus palabras pronunciadas a puerta cerrada" (potser es refereix al fet que les classes, i també les meves, eren només per als alumnes, com es normal; però això de la porta tancada dóna més impressió de gravetat i potser de desastre, oi?). També es fa referència a que "entre los alumnos no se descarta —una altre vegada l'estil impersonal, no es descarta, però, i es vol fer; algú va manifestar el desig de fer-ho?) —sumarse a las medidas de presión que convocará a final de mes el decanato de Bellas Artes" (a mi em va dir el degà de Belles Arts que res d'això).

A la crònica feta per tal d'informar de la situació particular de Belles Arts, al mateix edifici, s'informa que "los directivos docentes están dispuestos a dimitir si las condiciones para iniciar el curso no son las idóneas, aunque la primera intención del decano de Bellas Artes es aguardar hasta el próximo día 30 antes de convocar una huelga indefinida, medida que también podría contar con el respaldo de los alumnos de Publicidad". És el que es vol, que els alumnes de Publicitat facin vaga?, perquè encara que cap alumne va parlar-ne d'això, cal advertir que l'estil objectivant no ens permet inculpar a ningú de mentider. M.A.R. no diu que algú li hagi comunicat que vol fer vaga; només diu que aquest desig "también podría contar con el respaldo de los alumnos de Publicidad". Es tracta d'una hipòtesi més perquè, què vol dir "podría contar con el respaldo de los alumnos de Publicidad"?

Analitzem els fets i tractem després de detectar les intencions. Els fets són els següents: només un diari informa amb dades que els altres ignoren. Vol dir això que l'informador que treballa per a *La Voz de Galicia* va trepitjar una notícia sensacional als altres diaris?, que M.A.R. es va assabentar de coses que els altres desconeixien?.

NUÑEZ LADEVEZE, en el treball esmentat abans i que li va servir per a difondre, encara més, la seva tesi a altres llocs (9), fent referència a una informació del diari de Madrid *El País*, en què es parlava i no es parlava de la possible dimissió de Marcelino Camacho, de Comissions Obreres, diu: "No me parece inoportuno preguntarse, a la luz de este texto, a qué interés sirve el periodista cuando se deja impregnar por esa corriente objetivadora del estilo a la que venimos dedicando este comentario. No parece que le ayude a aproximarle a la lengua de todos, y tampoco a los intereses cotidianos de la colectividad para la que trabaja ... Esta enfatización

crea ficciones. La principal es la de que permite crear a quien lo usa que lo hace para un fin propio, cuando en realidad puede ser instrumento de un fin ajeno" (10).

Aquest, potser, és el cas de M.A.R., periodista del que no tinc cap referència, puix que no va parlar amb mi, ni el conec, ni sé ben bé qui és. Només sé que treballa per a un diari del prestigi de *La Voz de Galicia*, del que jo mateix vaig ser-ne col·laborador. Ara bé, tinc dubtes de la seva formació, de si va fer estudis específics o no; desconec la seva edat, la seva ideologia, si és que en té, els seus propòsits ... Com, doncs, podria jo, periodista, catedràtic, investigador d'aquests temes interessat en trobar un camí que condueixi a la veritat dels fets, arribar a conèixer la finalitat que s'amaga darrera d'una informació desconeguda de la realitat, com aquesta que ens serveix per a aquesta investigació?

Diu KRIPPENDORFF que tota comunicació és missatge intercanviat entre interlocutors i que "la composición y contenido de estos mensajes procede, hasta cierto punto, de la intención que persigue su creador y puede tener diversas consecuencias" (11).

Porto molts anys mantenint la distinció entre informació, propaganda ideològica i publicitat (les Relacions Públiques són un fenomen polivalent i es serveixen d'informacions, comunicats i anuncis, a més d'actuacions de protocol), i sempre vaig defensar els meus companys i a mi mateix al declarar la informació com un fenomen sociològic asèptic, és a dir, informació és la transmissió de fets, de dades, de la realitat, sense opinions personals ni cap ideologia o cap mena de publicitat (12).

Els professionals ens entenem quan parlem d'això. Els professionals sabem molt bé quins són els informadors que informen i els que fan propaganda o publicitat, perquè reben sobre o perquè actuen com a agitadors polítics, militants actius d'un partit, per exemple.

Els informadors coneixem bé la diferència de la que tractem i no cal cap altre raonament que la experiència feta doctrina o, si es vol, la norma ètica que obliga tothom a dir la veritat i nosaltres, en el si de la nostra professió, encara n'estem més d'obligats, puix que el públic depèn de nosaltres i es refia de nosaltres.

És un fet comprovat, però, que el públic, moltes vegades, dubta que sigui veritat allò que rep dels mitjans de comunicació. Segons Patrick LAMARQUE, les enquestes fetes a França en el curs dels darrers anys deixen ben palesa la minsa estimació dels francesos per els periodistes. Llur reputació, la dels companys de la Premsa, la posa al mateix nivell que els polítics i les prostitutes (13).

Dic tot això perquè, a l'hora de tractar de conèixer la intenció amagada que pugui fer intel·ligible el contingut d'un missatge i em porti a comprendre el perquè d'una determinada composició d'un missatge concret, com vol KRIPPENDORFF, no podré desconnectar les meves conclusions de la idea

que aquesta intenció i aquesta composició del missatge i aquest contingut que es va transmetre varen produir unes conseqüències positives o negatives, per a algú, i sempre, si no es va dir la veritat, negatives per a la societat a la que els informadors estem obligats a servir. Puix que, com ja sabem, els periodistes ens devem al públic i el públic està format per persones individuals, amb els seus drets, i concretament el dret de rebre informació veraç, segons l'article 20 de la nostra Constitució.

Es donen les característiques esmentades per NUÑEZ LADEVEZE al text que ara comentem per tal que es pugui integrar dintre dels que estan fets seguint aquell estil aparentment objectivant? Em penso que sí. Veiem la crònica de M.A.R. a LA VOZ DE GALICIA de l'11 d'octubre de 1994. Diu així:

Los alumnos iniciaron las clases sorprendidos por el estado del Hogar Provincial.

Confusión en Publicidad ante el desorden de las instalaciones

Lo imprescindible y nada más. Los 100 jóvenes matriculados en Publicidad asistieron ayer a la presentación oficial del curso en una facultad desmantelada que refleja un absoluto desorden. El propio decano, Manuel Fernández Areal, aludió en su discurso al «pobre estado del centro» donde únicamente se han habilitado dos aulas para recibir a unos alumnos confusos y perplejos. Desde los sectores estudiantiles no se descarta el inicio de alguna medida de presión, que podría realizarse en conjunción con las ya anunciadas por el máximo responsable académico de Bellas Artes, José Chavete.

PONTEVEDRA. M.A.R. - Redacción

La frase pronunciada ayer por uno de los alumnos integrados en la Junta de la Facultad de Publicidad resumía con bastante exactitud el estado del viejo Hogar Provincial: «Esto es una vergüenza», comentó indignado.

Sillas y mesas amontonadas en los pasillos, lienzos cubiertos de polvo sobre el suelo y un estrépito de taladros y martillos adornaron ayer la inauguración oficial del primer curso en la nueva Facultad de Ciencias Sociales del campus pontevedrés.

La confusión fue la nota dominante entre los 100 jóvenes matriculados. Sólo contaban con lo imprescindible para iniciar su periplo académico. Dos aulas amuebladas con sillas y mesas nuevas y unas pizarras que teminaron de instalarse minutos antes de la llegada de los alumnos. Ni más ni menos.

Manuel Fernández Areal, decano de Publicidad, no tuvo más remedio que aludir al «caos» del centro en sus palabras pronunciadas a puerta cerrada. Hace pocos días ya había invitado públicamente al

alcalde a conocer las instalaciones «para que se le caiga la cara de vergüenza».

Entre los alumnos, no se descarta sumarse a las medidas de presión que convocará a final de mes el decanato de Bellas Artes. Inicialmente se prevé un paro indefinido a partir del día 30, en protesta por la lentitud de las obras del viejo cuartel de San Fernando.

Què trobem aquí?

Ja en els titulars, un estil grandiloqüent, magnificant, amb paraules que donen la sensació d'alguna cosa molt greu: Confusió, desordre, sorpresa per part dels alumnes. Només dues aules (són només cent alumnes i disposen, a més a més, d'una sala de lectura o estudi còmoda i d'un saló d'actes). I allò tan propi de l'estil que comentem: "Desde los sectores estudiantiles no se descarta el inicio de alguna medida de presión, que podría realizarse en conjunción con las ya anunciadas por el máximo responsable académico de bellas artes ..."

Fem l'anàlisi d'aquestes frases:

"Desde los sectores estudiantiles" ... Quins, els estudiantils de la nova Facultat que comença i que encara potser no es coneixen bé; que encara no disposen de delegats ni poden participar a la Junta de Facultat, que encara no existeix perquè encara no hi ha professors per a constituir-la, etc.? Sector estudiantils que **"no descartan"**, encara que no es cita a ningú, ni ningú ha dit que pensi fer vaga, ni que, si es fes, podria ser **"en conjunción con las ya anunciadas"**, per qui?, per **"el máximo responsable académico de Bellas Artes"**; perquè allò li sembla, a M.A.R., potser no universitari, molt més impressionant que la paraula degà, que és la que correspon.

Aquest estil grandios, de tragèdia, es manté per tal d'informar (?) sobre "la frase pronunciada ayer por uno de los alumnos integrados en la Junta de la Facultad de Publicidad ..."; i vàrem dir ja que ni existeix Junta de Facultat i, en cas que existís, seria de la Facultat de Ciències Socials, dintre de la qual s'imparteix Publicitat i Relacions Públiques.

Es parla també que el degà de la nova Facultat "no tuvo más remedio que aludir al caos del centro en sus palabras pronunciadas a puerta cerrada". (El degà, o sigui l'autor d'aquest treball, no va parlar de **caos**, ni molt menys va parlar a **porta tancada**, sinó que va rebre als alumnes somrient i va fer les seves classes amb normalitat. Etc.).

Sembla que M.A.R. vol que hi hagi una vaga i també que Pontevedra sàpiga que l'edifici en el que conviuran, ara per ara, Publicitat i Belles Arts, no esta gaire bé (i això és veritat i ningú no ho nega), i que tothom s'adoni de com ell fa informació objectiva, perquè no parla de si mateix, de les seves impressions, sinó que té fonts —un alumne que

pertany a una Junta que no existeix, altres alumnes que "no descarten" anar a la vaga, potser altres que van sentir unes paraules dites "a porta tancada" pel degà de Ciències Socials ...

Analitzant el text, em sembla que la detecció de la intenció del redactor no és gaire difícil: vol quedar bé amb alguns, siguin d'un partit polític, d'un sindicat determinat o una part de la societat pontevedresa. No s'ha fet informació, perquè no s'ha fet una collita adient dels fets, sinó que és un cas claríssim, al meu parer, d'allò que no volia CELA; en comptes de dir allò que va passar, transmetre a altri allò que a un li agradaria que hagués passat o que, en la seva imaginació, va passar.

Em pregunto: aquesta informació que potser es va fer a la redacció sense visitar el lloc dels fets, és producte de la visió interessada d'un tercer? Això encara faria menys professional la conducta de M.A.R.

El Codi Deontològic, declaració de principis professionals del Col·legi de Periodistes de Catalunya, formula com a primer dels seus criteris: "Observar siempre una clara distinción entre hechos y opiniones o interpretaciones", en tant que al segon adverteix de la necessitat de difondre només informacions que siguin fonamentades. També altres textos deontològics i la mateixa Federación Nacional de Asociaciones de la Prensa de España insisteixen en què la intencionalitat d'un informador només podrà ésser la de transmetre la veritat i també insisteixen en la necessitat de comprovar els fets, de no referir-se, sense més, a les fonts.

En el text esmentat i que ens ha servit per a estudiar un cas concret en el que la intenció del redactor del missatge es pot conèixer fent una anàlisi del text mateix —que ens descobreix, entre altres coses, la utilització d'unes fonts que no es manifesten, que no informen sinó que desinformen—, trobem característiques reveladores dels efectes negatius de l'ús d'un estil introduït a Espanya amb el desig de fer relats impersonals.

Fer servir aquest estil, encara que no es tingui el desig, professionalment recusable, de no dir la veritat, pot conduir, a la pràctica, a deformar-la i a no fer informació.

Una vegada més, es comprova que no totes les fonts són fiables i que el periodista està obligat a rebre una informació suficient per a dir als altres allò que va passar. No és professional l'actitud del que composa un relat sobre la base de comentaris —sense dades— aliens.

Potser com a resum de tot això, podríem admetre les conclusions que, parlant de la crisi de la premsa de cada dia a Espanya i més aviat i molt concretament de la llibertat d'empresa de comunicació i dels principis editorials, ens aporta Concha EDO, quan diu que:

1. *Uno de los aspectos ineludibles de la soberanía política de los ciudadanos es el derecho a ser informados.*
2. *Los ciudadanos delegan en los periodistas el trabajo de obtener y elaborar las noticias, que son reveladas a los receptores a través de los medios de comunicación.*
3. *Los periodistas clasifican la realidad y la comunican por una doble*

via: la difusión no intencional de hechos comprobados, y el enjuiciamiento crítico y honesto de la realidad, dicho de forma más breve, a través de la información y de la opinión.

4. *La codificación y ordenación de la realidad hace precisos unos conocimientos científicos y técnicos por parte de los profesionales de la información.*
5. *Es deseable que el informador cuente con una dosis suficiente de honestidad u honradez mental, tanto para la realización del relato como para la elaboración de un comentario (14).*

A mi em sembla que, fet l'estudi d'un text, fetes les conclusions a què ens porta aquest estudi, fetes les consideracions als drets que corresponen als espanyols, tenint en compte la Constitució i seguint les normes adients per tal de poder arribar a conèixer què vol dir el que diu —en forma de missatge informatiu— que va passar allò que no va passar, aquestes recomanacions de Concha EDO no admeten més comentaris.

O potser sí que es podria afegir una consideració per posar punt i final a aquest treball. És la que fa el professor MARTINEZ ALBERTOS quan, tot i parlant del paper que correspon als mitjans d'informació com a gossos guardians de les institucions democràtiques, ens diu: "...mientras los americanos siguen discutiendo sobre las características que deben adornar a sus amados-odiados **watch-dogs**, nosotros sabemos que el buen periodista es aquel que representa la lógica de los hechos convertidos en noticias. El problema de los perros guardianes no es que tengan mucha libertad y atribuciones. El principal problema de los perros guardianes es que no sepan distinguir adecuadamente entre los hechos objetivos y sus propios deseos y opiniones. Y estos es siempre una cuestión de madurez humana, un objetivo humanístico que se alcanza mediante la formación intelectual y un noble sentido ascético respecto al papel que cada uno tiene en la vida" (15).

Ara sí que ja no tinc res més a dir.

NOTES

- (1) CELA, CAMILO JOSÉ, *La lectura, afición y aversión*, Universidad Complutense de Madrid, Madrid 1993, pàg. 16: "El periodista debe: 1. Decir lo que acontece, no lo que quisiera que aconteciese o lo que se imagina que aconteció".
- (2) NUÑEZ LADEVEZE, LUIS, *La retórica objetivadora en el lenguaje informativo; Examen de un ejemplo*, en Revista de Ciencias de la Información, núm. 4, Edit. Univ. Complutense, Madrid, 1987.
- (3) CASASÚS, JOSEP MARIA, *El Periodismo como comunicación ética*, ponència presentada a les PRIMEIRAS XORNADAS DE COMUNICACION SOCIAL de la Facultad de CC. Sociales de la Universidad de Vigo (campus de Pontevedra), Octubre 1994.
- (4) CASASÚS, JOSEP MARIA, ponència esmentada.
- (5) NUÑEZ LADEVEZE, LUIS, treball esmentat, pàg. 234.
- (6) CELA, CAMILO JOSÉ, treball esmentat, pàg. 16.
- (7) NUÑEZ LADEVEZE, LUIS, treball esmentat, pàg. 285.
- (8) En el meu llibre "El público como sujeto activo en la producción de mensajes informativos", Universidad de La Laguna, Tenerife, 1992, faig un estudi de la primera pàgina del diari LA VOZ DE GALICIA, que tracta de servir a molts públics dintre del públic gallec.
- (9) Es pot veure, por exemple, el seu *Manual para Periodismo, veinte lecciones sobre el contexto, el lenguaje y el texto de la información*, Ariel, Barcelona, 1991. També el capítol "Estilo, texto y contexto en Periodismo" del llibre compartit amb Josep Maria Casasús, *Estilo y géneros periodísticos*, Ariel, Barcelona 1991, pàg. 109-128.
- (10) NUÑEZ LADEVEZE, LUIS, treball esmentat a la *Revista de Ciencias de la Información*, pàg. 265.
- (11) KRIPPENDORFF, KLAUS, *Metodología de análisis de contenido*, Paidós, Barcelona, 1990, pàg. 64.
- (12) VID, entre altres, i mantenint sempre una línia d'adhesió al concepte d'informació com a comunicació de fets, sense opinions personals i creient que els fets són sagrats: *Libertad en la formación de periodistas e informadores: la situación española*, en el llibre col·lectiu *Los profesores de Periodismo*, Ed. Universidad de Navarra, Pamplona 1970, pàgs. 197 a 210; —*Nuevas tendencias de la Información*, a la revista *Comunicación y Sociedad*, volum III, núms. 1 y 2, Pamplona 1990, pàgs. 209 a 225; —*La protección de la verdad en la libre comunicación de mensajes informativos*, a la revista *Poder Judicial*, núm. especial XIII, Consejo General del Poder Judicial, Madrid 1990, pàgs. 201-222; —*La información veraz y el honor de las personas*, a *Nueva Revista*, núm. 31, octubre 1993, pàgs. 21-27; —*El periodisme com a història sincrònica*, a *Treballs de Comunicació*, núm. 4, Societat Catalana de Comunicació, Institut d'Estudis Catalans, Barcelona octubre 1993, pàgs. 83-91; —*Retòrica versus periodisme: notícies i realitat*, a la revista *PERIODÍSTICA*, núm. 7, Barcelona 1994, pàgs. 43-58; —*Libertad de información y respeto a la verdad*, a la revista *Estudios de Periodística-2*, Barcelona 1994, pàgs. 73-92. Molt recentment, a la ponència introductòria de les *Primeiras Xornadas de Comunicación*, Pontevedra, octubre 1994, sota el títol de *Medios y modos de Comunicación colectiva*, pendent de publicació.
- (13) LAMARQUE, PATRICK, *La Presse écrite face à ses devoirs*, a *Medias/pouvoirs*, núms. 31-32, 4, Paris 1993, pàgs. 153-160.
- (14) EDO, CONCHA, *La crisis de la prensa diaria*, Ariel, Barcelona, 1994, pàgs. 166-167.
- (15) MARTINEZ ALBERTOS, JOSÉ LUIS, *La tesis del perro guardián: revisión de una teoría clásica*, en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, núm. 1, Editorial Complutense, Madrid, 1994, pàgs. 25.