

Els qui paguen els mitjans no volen donar la cara

A la Tercera Jornada dels Periodistes Catalans no hi van ser presents els propietaris

—Arantxa Abaurrea—

La transparència de la propietat dels mitjans de comunicació va ser la demanda unànime dels periodistes catalans. La Jornada Anual dels Periodistes Catalans d'aquest any —el tercer— proposava el debat sobre qui i per què s'inverteix en mitjans de comunicació. Periodistes, directors de diaris, ràdios, agències i televisió van coincidir que els criteris de servei públic no han d'estar supeditats a la rendibilitat.

La Jornada, organitzada pel Col·legi de Periodistes, va tenir lloc —com cada any— a la sala Verdi de l'hotel Fira Palace. El dia va resultar molt profitós, especialment per als estudiants de les facultats de Ciències de la Comunicació i Periodisme que omplien la sala. Ells van participar-hi activament i van aprendre una lliçó sobre el futur que els espera, segurament menys romàntic del que tothom desitjaria.

Manuel Vázquez Montalbán la va inaugurar amb la conferència que portava per títol "Radiografia de la sospita". El periodista i escriptor va fer una reflexió profunda sobre els condicionants de la informació.



La dictadura del mercat

Vázquez Montalbán va fer un ampli repàs dels efectes de la nostra societat liberal —basada en l'economia de mercat—, que marquen les conductes dels mitjans de comunicació, tant públics com privats: "Actualment només té valor allò que té comprador". Va denunciar que els mitjans públics també estan condicionats per la "dictadura del mercat", ja que, amb l'arribada de les televisions privades, la seva gestió es guia per la llei de l'audiència. Quant al sector privat, va remarcar la seva dependència cada vegada més accentuada del poder financer, motivat per la tendència a la concentració dels multimèdia.

Així mateix, Vázquez va destacar la pressió

Manuel Vázquez Montalbán i Josep Pernau, en l'obertura de la Tercera Jornada dels Periodistes Catalans. A sota, una vista general del saló on es va celebrar.

(FOTOS: FRANCESC FARRIOLS)



indirecta del poder polític, mediatitzant els continguts informatius, a través d'instruments com són les concessions de llicències i les pressions fiscals, amb més o menys grau d'indulgència segons els casos. Parlant de Catalunya, el periodista es va referir al denominat "oasi català" davant les "guerres mediàtiques madrilenyes". Va plantejar fins a quin punt aquest tarannà diferent, més moderat, no és conseqüència del "bloqueig superestructural de l'autèntic dret a la pluralitat" que imposa un "règim bipartidista exercit a través de la decantació dels valors comunicatius que ha transmès TV3". I va qualificar la programació informativa de la televisió autonòmica com a "No-Do democràtic, amb galant, actor dominant (Jordi Pujol), tant si ve a tomb com no".

"La militància del *fair play* català no pot amagar el vici, la falsa consciència de la situació real del país, amb una absència crítica i un alt nivell de corrupció democràtica". Vázquez Montalbán va esmentar la inexistència en els mitjans de comunicació catalans del "creador d'opinió individualitzat", el columnista amb una línia ideològica diferent de la línia editorial del mitjà, amb "menyspreu al dret a la diferència i a les minories".

La transparència, garantia de llibertat

Només un cinc per cent de les empreses que controlen mitjans de comunicació d'aquest país donen a conèixer els seus comptes. Aquesta xifra, facilitada pel periodista Roger Jiménez, mostra l'alt grau d'opacitat que caracteritza el món empresarial de la comunicació.

I és que els interessos que s'amaguen darrera d'un mitjà de comunicació moltes vegades van més enllà de l'ètica o la legitimitat professional, tal com van deixar palès els conferencians. Per a José Sanclemente, conseller delegat d'Edicions Primera Plana, "l'eficiència d'un mitjà depèn del fet de conèixer els noms i cognoms que hi ha darrere,

tant per part del lector com del professional".

Aquesta és una premissa —"un camí a seguir", diria Joan Vall Clara, director editorial d'*El Punt*— per oferir un bon servei públic. Antonio Zarzalejos, director del Grup Correo, hi va insistir a bastament: "El periodista ha d'exigir la transparència de la propietat, perquè si no, hi ha el risc que es converteixi en un mercenari, un esclau del projecte".

Al servei dels poderosos

"Ara hi ha llibertat d'expressió?", es qüestionava Roger Jiménez a l'inici de la seva conferència. "En els mitjans públics i privats són els anunciants els qui marquen la línia informativa", va ser la seva resposta. Per al defensor del lector de *La Vanguardia*, qui paga —"els banquers, les caixes..."— és qui decideix, i va denunciar la nul·la incidència en la informació dels sectors socials més marginats: "Els malalts, els aturats, els desvalguts no tenen veu".

La presència de la banca dins els mitjans de comunicació d'aquest país és diferent de tot arreu, segons va assenyalar Obdulio Martín, director de comunicació i relacions externes de Fundesco. L'oligopolització, model que té primacia dins el paisatge accionarial mundial, a Espanya és "mutant", i cal parlar de "pluralitat bancària dels mitjans". Anteriorment Martín havia destacat que, quan es parla de concentració de mitjans de comunicació, hom no es refereix tant a les seves mides com a l'espai que ocupen dins de cada mercat.

Missatge pastoral

En la taula rodona de la tarda, els conferencians havien de respondre a la pregunta —"enverinada", hi afegiria Lluís Bassets— "Per què s'inverteix en els mitjans de comunicació?". La sinceritat i contundència amb què va contestar Antonio Zarzalejos, del Grup Correo,

A la pàgina de la dreta, alguns dels ponents de les Jornades: Margarita Sáenz Díaz, Pilar Miró, Josep Cuní, Gemma Nierga, Antoni Ribas i Carme Basté.

La Simfonia (dissonant) del nou món

Paraules com esclavitud, negoci, mercenaris, mercaderia, cadenes de muntatge, banquers i caixes... ressonaven com un eco per tota la sala Verdi. Els estudiants dels primers cursos no hi donaven crèdit. Res a veure amb la musicalitat de paraules com llibertat, independència, aventura, romanticisme, veritat..., que regalen les oïdes més tendres. I un de primer es va aixecar i ho va preguntar: "Això és així?" (venia a dir, més o menys). Sí, company.

Els estudiants de CCI van participar molt activament durant tota la jornada. Bàsicament es van queixar de la situació dels becaris en pràctiques. Va haver-hi enrenou quan Bastardes va criticar la Pompeu Fabra pel fet d'imposar la moda de no cobrar les pràctiques de final de curs. "I les altres universitats", va dir, "han seguit l'exemple, tot pensant 'a bodes em convides'". "No són pràctiques ni beques, sinó assignatures que es convaliden amb pràctiques, i això ho fan totes les facultats d'Espanya", li contestà, enfurismat, J. Blanco,

vicecàtedrà de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Bellaterra.

La sessió del matí s'acabava. Ramon Espuny, del Sindicat de Periodistes, va anar a parlar amb J. Blanco per posar pau i reiniciar el diàleg. Després Espuny anava repetint: "Hem de reprendre el tema de pràctiques, hem de treballar-hi més".

I els estudiants també van aplaudir molt. Van celebrar el discurs eufòric i ple d'optimisme de Candau. Ell els va prometre el paradís somiat, un món nou ple de riqueses i meravelles on tothom quedarà saciat: "Amb les noves tecnologies s'albiren enormes possibilitats de noves professions dins de la comunicació i moltes expectatives en el món laboral". A les acaballes de la jornada, un estudiant va recordar a Candau —tornant a la realitat— la injusta situació del becarí en pràctiques sense sou. Candau va dir que no sabia que no cobressin. Es va comprometre a ocupar-se personalment del tema ●

va provocar l'aplaudiment general de la sala: "Pel poder", va dir. Per al director basc, el poder no és solament polític, sinó tots aquells que són sinònims d'influència.

Antonio Zarzalejos, José Sanclemente —del Grup Zeta—, Lluís Bassets —d'*El País*— i Josep Jordà —de la COPE— van coincidir, a grans trets, a distingir dues menes d'inversors: per una banda, els qui aposten bàsicament per la rendibilitat econòmica amb una línia editorial concreta, i per l'altra els qui busquen altres beneficis indirectes —"els avantatgistes, els oportunistes, els inversors d'ocasió", els va denominar Zarzalejos— i fan projectes efímers.

En aquest sentit, Josep Jordà va significar que la COPE va iniciar al principi de la dècada dels 80 una reestructuració amb una inversió constant per poder ser més competitiva, "però mantenint la funció pastoral de donar un missatge cristià". Jordi Candau, director general de RTVE, li contestaria, en el debat posterior, que "TVE i RNE estan més en harmonia amb el missatge de Crist que no pas la COPE".

Aportant un nou matís, Andreu Claret, director d'Efe-Catalunya, va reconèixer que aquesta agència de notícies perd diners, però va remarcar la necessitat d'invertir-hi "per una raó estratègica, ja que en aquests moments és el principal instrument espanyol a Amèrica Llatina". La dimensió internacional d'una agència és sinònim de neutralitat, en opinió de Claret, ja que "si són grans agències estan obligades a ser neutrals, per raons de seguretat".

La informació no és cap mercaderia

Tomàs Delclòs, sotsdirector d'*El País*, va exposar el cas del redactor en cap als Estats Units, el qual és responsable de la gestió econòmica de la seva secció. Aquesta figura "gerencial" del periodista que ha de buscar la publicitat dóna una idea de fins on pot arribar la relació entre informació i producte. Aquest tipus aquí no existeix, però sí que n'hi ha altres de similars: per exemple —com havia recordat el mateix Delclòs—, el periodista propietari de la seva productora que posa en venda o lloguer el seu producte.

Estem immersos en una cultura empresarial —"els mitjans venen lectors a les agències de publicitat", va afirmar també Delclòs—. No obstant això, el que la majoria dels conferenciants van voler deixar clar és que la informació no és un producte més del mercat, sinó un dret del ciutadà, protegit per la Constitució i per la Carta dels Drets Humans. "Crec que en els mitjans de comunicació la dita popular 'qui paga mana' s'hauria de matisar. La informació no és una mercaderia, és un dret; no es compra ni es ven", va emfasitzar Enric Bastardes, president del Sindicat de Periodistes.

Lluís Bassets també era del mateix parer. I va fer una apreciació: "El més important són les notícies, les bones històries periodístiques, la matèria grisa, i això s'aconsegueix amb capital humà i inversió en els periodistes".



—Roger Jiménez: "Només un cinc per cent de les empreses que controlen mitjans de comunicació donen a conèixer els seus comptes"—

Els empresaris no saben teoritzar

La taula rodona de la tarda va estar marcada per les absències de molts dels conferenciants que en un primer moment havien confirmat la seva presència. No van ser-hi Antonio Asensio, ni Juan Luis Cebrián, ni Eugenio Galdón, ni Javier de Godó, ni Xabier Llobet, ni Alfonso Palomares. Aquesta mancança es va notar molt, ja que justament eren ells, els empresaris de la comunicació, els qui havien de respondre personalment a la pregunta concreta que encapçalava l'últim debat del dia: "Per què s'inverteix en els mitjans de comunicació?".

I la van haver de respondre els substituïts, els directors. Van donar la seva opinió i van teoritzar. És clar, no podien parlar com a empresaris. José Antonio Zarzalejos, del Grup Correo, va donar una explicació d'aquesta situació paradoxal: "Els empresaris no saben teoritzar". Però potser no cal teoritzar per donar una resposta senzilla: "Per poder", com va dir el mateix Zarzalejos ●

A la pàgina de la dreta,
Ángel Sánchez, Félix Santos,
Jordi García Candau, José
Antonio Zarzalejos, Jordi
Vilajoana i José
Sanclemente.

El control dels professionals

"La societat necessita mecanismes correctius, ja que en tots els drets pot haver-hi abusos, perquè el sistema democràtic és fràgil. Davant la manipulació informativa, hi ha mecanismes per corregir-la: la clàusula de consciència, el secret professional. Per això existeixen els estatuts de redacció i els llibres d'estil, que marquen les regles del joc". Enric Bastardes va exhortar els assistents a recórrer als instruments de l'ètica professional per combatre la injustícia i l'engany.

Des de la sala, Ramon Espuny, del Sindicat de Periodistes, va voler "completar" —va dir— les paraules de Josep Sanz, director de l'àrea de Producció d'informatius de TV3, sobre la defensa de la pluralitat en els mitjans públics. Concretament, Espuny es va referir als estatuts de redacció, dels quals va dir que són la solució, "com a manera de control no per la via de l'staff, sinó des del punt de vista professional, com a organismes que són elegits pels professionals de les redaccions".

Josep Sanz, després de donar una llarga llista dels controls que avui dia s'exerceixen sobre la televisió pública (col·lectius socials, els altres mitjans, el consell d'administració, el consell assessor de la Corporació, les preguntes de l'executiu, el síndic de greuges...), va qüestionar el seu grau d'eficàcia. Respecte als estatuts de redacció, únicament va explicar que "s'han d'establir sobre la base de la confiança mútua".

El públic com a avalador

El lector, l'oient o l'espectador es converteixen en garantia de l'objectivitat i la independència dels mitjans: "Si ell ho demana, no podrà combregar amb el mitjà si aquest no ho fa". Aquesta força de control que va apuntar Delclòs s'apropa a aquella expressió que s'ha convertit en tot un clàssic: "Tenim la televisió que ens mereixem".

El sotsdirector d'*El País* hi afegí un exemple. Va explicar que TV3 renuncia a la batalla per l'audiència el diumenge a la nit amb Antena 3 TV perquè la televisió catalana no pot competir fent una variant del programa que la televisió privada emet en aquella franja horària ("Lo que necesitas es amor"): els seus espectadors no acceptarien aquesta mena de proposta venint de TV3. "El mitjà s'està autoobligant pel compromís que ha establert amb l'audiència; és esclau de la seva pròpia imatge".

El periodista Félix Santos al matí ja havia esmentat la importància del lector en el control de les informacions: "Hem de desenvolupar una consciència vigilant davant les fórmules noves de manipulació. Hem d'ajudar el lector a saber llegir els interessos que enverinen la informació. No tot és oli d'oliva, sinó que també hi ha oli de colza informatiu circulant". Així mateix, Obdulio Martín, de Fundesco, encara va anar més enllà, dient que per tenir garanties de pluralitat i transparència cal "la intervenció de la societat civil a través de col·lectius i portar-la als càrrecs d'administració dels poders públics".

El joc de la conspiració

La figura que representa les relacions de poder dels mitjans de comunicació —tal com la va descriure Andreu Claret, d'Efe— és un triangle, un dels vèrtexs del qual el componen els poders polítics, l'altre l'empresa i l'altre els periodistes. "Els periodistes", va dir, "hem de saber situar-nos en aquest triangle i conspirar de tant en tant amb un dels altres dos vèrtexs per defensar el nostre espai".

Un dels entrebancs que dificulten aquesta "conspiració" amb l'empresa és la manca d'una patronal del sector. "L'Associació d'Editors de Diaris és un club d'amics que no negocia convenis amb ningú com a tal", va declarar Bastardes. "En aquests moments és impossible negociar un conveni estatal sobre la clàusula de consciència o els estatuts de redacció. Amb qui ho negociem?". El president del sindicat va jutjar aquesta situació de "gravíssima i incomparable amb la de qualsevol país del nostre entorn".

Autocensura del periodista

"Som còmplices de la lògica mercantil", va dir Félix Santos, que va posar en el punt de mira els periodistes: "Davant els múltiples esdeveniments d'actualitat, els periodistes triem els que mereixeran l'atenció del lector, i provoquem una doble distorsió: per omissió, els temes invendibles deixen d'aparèixer, i per promoció abusiva, els temes reiterats i amplificats que provoquen en el lector que tingui més pes". Aquesta dinàmica mercantil dins la informació altera "per contagi" la percepció del periodista, que "d'una manera instintiva deixa de banda el que és poc vendible".

El periodista Josep Cuní va ser un dels participants en la jornada que més van criticar l'actitud dels periodistes com a responsables de la manca d'independència. Per a ell, la tendència ideològica dels mitjans ve derivada per "l'autocondicionament del periodista", i va distingir les maneres com arriba a aquest comportament: per un costat, perquè el periodista combrega amb la línia ideològica; per un altre, perquè pot tenir por de perdre el lloc de treball; finalment, per servitud, per no perdre promocions dins l'organigrama.

En una nova intervenció, Espuny va voler puntualitzar la de Josep Cuní sobre aquest aspecte. Encara que va acceptar que hi ha càrrecs intermedis que censuren la informació sense que ningú els ho mani, "hi ha altres directrius vingudes de dalt". I va insistir en la necessitat dels estatuts de redacció, perquè "hi ha mil-i-una maneres de disfressar la informació que només els professionals coneixem, i no les comissions parlamentàries".

Funció de servei social

La primera taula rodona de la jornada plantejava la dicotomia 'negoci privat/servei públic'. Els

—Josep Cuní: "La tendència ideològica dels mitjans ve derivada per l'autocondicionament del periodista"—

conferenciants que hi van participar van coincidir a no acceptar aquesta dicotomia quan es tracta de servir la societat. “La qüestió dels mitjans no rau a saber qui en té la titularitat, sinó a definir la seva funció social. El receptor no és consumidor, sinó usuari dels mitjans; es tracta, doncs, de la democratització d'aquests mitjans”, va dir Obdulio Martín Bernal, de Fundesco. La seva intervenció va tractar de la urgència de redefinir aquesta noció de servei públic i la necessitat d'establir noves bases sobre la funció social en el sector privat.

No fer distincions a l'hora de donar un bon servei a la societat és la postura també defensada pel director editorial d'*El Punt*, Joan Vall Clara: “El mal servei es pot fer des de tots dos cantons”, va afirmar, i en aquest sentit va proposar un camí a seguir per aconseguir aquest objectiu: “transparència de la titularitat, regulació i control de les relacions entre poder i propietats, autoregulació dels professionals, establint separacions entre el que és comunicació i el que és publicitat, i creant fórmules de participació dels consumidors”.

El dret a la informació veraç “defineix la raó de ser dels mitjans de comunicació i dels periodistes”. Per al periodista Félix Santos, el servei públic es basa en aquesta premissa, encara que s'ha de tenir en compte “que els mitjans de comunicació han de vendre's per a la seva pròpia subsistència”. Segons Santos, els mitjans de comunicació han de conviure amb aquestes dues realitats: la visió mercantilista, que “pot caure en el vici del sensacionalisme, el groguisme o la tele-deixalla”, i una postura conseqüent amb la veracitat de la informació.

Finançament dels mitjans públics

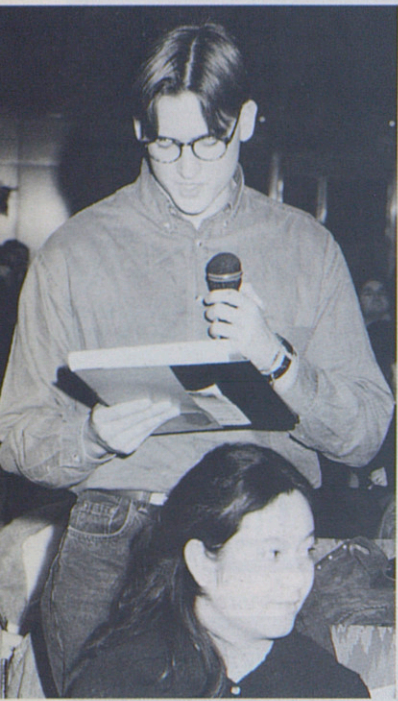
El director general de RTVE, Jordi Candau, va assenyalar que “va ser un error” que el Govern socialista des de 1983 decidís que la ràdio i la televisió públiques de l'Estat s'autofinancesin. Candau va enumerar tota l'estructura que conforma la institució pública: presència a les capitals de província, a les comunitats autònomes i a Europa i Amèrica, el manteniment de l'orquestra i cors de RTVE i la gestió de l'institut de formació. Per a Candau, és impossible mantenir tots aquests organismes sense comptar amb els recursos de l'Estat. A més, va recordar que si RTVE “hagués rebut les mateixes subvencions que les televisions autonòmiques, en aquest moment no tindria deute financer”.

Per la seva banda, Jordi Vilajoana, director general de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, va destacar dos fets objectius: la necessitat d'ajuda per mantenir la tasca social de la televisió autonòmica i també la necessitat de ser competitiu. “Nosaltres estem obligats per llei a lluitar per l'audiència”.

En una intervenció anterior, Antonio Zarzalejos va criticar que a Euskadi el Govern basc inverteixi la meitat del pressupost de Cultura (onze mil milions) “en ràdio i televisió en castellà” i que es faci competència “a les publicacions privades i



—Zarzalejos “Discrepo del control sobre els mitjans i els professionals que exerceixen els governs central i autonòmics”—



Els estudiants de periodisme van tenir una activa participació en les Jornades

a les cadenes de l'Estat". Zarzalejos va considerar "desproporcionada" la relació entre necessitats socials i els recursos que això comporta: "Discrepo absolutament del control que exerxeixen sobre els mitjans i sobre els professionals els governs central i autonòmics". Jordi Vilajoana va argumentar amb xifres els èxits assolits per la televisió autonòmica en la seva missió parlamentària en pro de la normalització lingüística (després de 12 anys d'existència, s'ha passat d'un 60% a un 97% de la població que entén el català, i el percentatge de catalanoparlants va creixent en un 8,3% acumulatiu) i també com a dinamitzadora dels sectors culturals del país. Vilajoana va concloure el seu parlament fent una defensa de la televisió pública, ja que "no hi ha una oferta alternativa que sigui igual a la nostra", va dir, "i serà molt difícil que la televisió autonòmica desaparegui".

La figura del director general

Un altre tema polèmic que va sortir en diferents intervencions durant la jornada va ser el del nomenament per via directa del director general dels mitjans públics. Enric Bastardes va llegir un manifest redactat pel Sindicat de Periodistes Catalans que té com a objectiu "potenciar el paper d'aquests mitjans i reafirmar-ho des del moment en què es volen privatitzar", i per al

qual esperen rebre el suport de diferents líders d'opinió. Un dels punts plantejats per aquesta iniciativa demana que el càrrec de director general sigui independent i diferenciat del poder executiu corresponent.

La periodista i directora de cinema Pilar Miró va fer referència a la "dificultat de demostrar que són independents, des del moment que el director general és nomenat pel Govern, encara que tingui consellers dels partits polítics". Per a l'exdirectora de RTVE, no hi ha cap televisió que sigui independent: "La independència pot existir en el mateix professional, però crec poc en l'objectivitat d'un mitjà que es mesura per la repetició d'un pla o pel to d'una veu".

Pilar Miró va assegurar que durant l'etapa en què va detenir el càrrec públic mai no va rebre "indicacions del Govern perquè es tractessin determinats temes". I va enunciar un parell de casos en què, intentant actuar amb objectivitat, van rebre crítiques de falta d'independència: "Una cosa és el que s'intenta fer i una altra el resultat". En el torn de preguntes, un excorresponsal de TVE a Eivissa va explicar que quan Pilar Miró era directora, ell personalment va rebre consignes i indicacions dels caps d'àrea sobre com tractar determinats temes locals. Miró li va contestar que, "més enllà d'on arriba la nostra voluntat directa, poden produir-se qüestions d'aquesta mena" ●

Manifest del SPC en defensa dels mitjans públics

Enric Bastardes, president del Sindicat de Periodistes de Catalunya, va llegir, en la seva intervenció a la Jornada, el següent manifest redactat per l'organisme que representa:

"Nosaltres, dones i homes, ciutadans de Catalunya,

"AFIRMEM:

1— Els mitjans de comunicació de titularitat pública (TVE, TV3, RNE, Catalunya Ràdio, Canal 33, Ràdio 4, COM Ràdio, Agència EFE, emissores municipals...) han d'estar al servei del públic i de la ciutadania que els paga, i no pas dels governs que en designen els directius. La composició, el funcionament i les competències dels actuals consells d'administració no en garanteixen la independència ni la pluralitat, sinó la vinculació a la majoria del govern o a determinats pactes.

2— Necessitem mitjans de comunicació públics, entesos com un servei a la societat. Aquests mitjans no han de renunciar als ingressos comercials, però no han d'orientar els seus continguts amb aquesta finalitat, ja que el seu funcionament ha de ser garantit pels pressupostos públics.

3— La direcció d'aquests mitjans ha de ser independent i diferenciada del poder executiu corresponent (Govern de l'Estat, Govern de la Generalitat, Diputacions, governs municipals, etc...) La figura del Director/a General ha de canviar del que és avui: un nomenament directe del poder

executiu, com un "càrrec de confiança", que no està subjecte a les directrius de cap altre organisme.

4— Els càrrecs de gestió han de ser incompatibles amb interessos a l'empresa privada. Totes les adjudicacions d'obres i contractes de serveis i l'adquisició de productes a tercers han de seguir normes de concurs públic. Les mateixes normes han de regir en l'accés als llocs de treball, per garantir la igualtat d'oportunitats i evitar qualsevol mena de favoritisme.

"EXIGIM:

"Que es modifiquin les lleis i els estatuts que regulen aquests mitjans, amb les següents finalitats:

- I. Que el càrrec de Director/a General sigui elegit per una majoria qualificada de la representació popular i estigui sotmès a les directrius del Consell d'Administració.
- II. Que els organismes de gestió dels mitjans públics de comunicació, a més de les diferents formacions polítiques amb representació electoral, s'obrin a un altre tipus de participació ciutadana reglamentada, que doni veu i vot a les entitats representatives de la societat civil.
- III. Que es creï un organisme destinat a defensar l'audiència, amb capacitat i recursos per emparar el qui se senti perjudicat pels continguts difosos per un mitjà públic.
- IV. Que tots els professionals de la informació dels mitjans públics gaudeixin d'un Estatut de redacció que els garanteixi la independència en l'exercici professional" ●