

Informació i deontologia

—Jacques Lesourne i Bruno Frappat—

I. Les revolucions en el món dels *media*

L'ofici de periodista passa una etapa difícil. No és pas la primera, ni l'última, segurament. Però aquesta que vivim, en ser multiforme, és particularment aguda. Des del temps dels missatgers portadors de notícies —bones o dolentes— fins a l'època dels satèl·lits difusors d'instantaneïtat, el divulgador d'esdeveniments ha suscitat sempre una fascinació ambivalent: el seu missatge és esperat i al mateix temps acollit amb desconfiança; una nova sempre és "increïble" i sospitosa alhora.

Tot corrobora la crisi de credibilitat dels *media*. Des del fals cementiri de Timisoara, inventat per manipuladors sense escrúpols i "promogut" per les ones sense discerniment, fins als *affaires* que barregen política, diner, esport, medicina... i periodisme, passant per la veritable-falsa guerra "quirúrgica" portada a l'Iraq, el catàleg estaria replet de "casos" per als tribunals.

A França, els sondejos d'opinió mostren l'envergadura del descrèdit enfocant globalment una professió —els periodistes— acusada de la majoria dels pecats contra la veritat, les faltes d'un que recauen a sobre de tots els altres, els "derivats" que són suposicions generals. En el seu sondeig anual, realitzat per a *Telerama* i *Médiaspouvoirs*, la SOFRES ha publicat recentment unes xifres que no poden menys que inquietar aquells que, per sobre dels atzars de tot ofici, conserven l'orgull i la passió del seu.

Criticar els periodistes, preguntar-se sobre els seus mètodes i explicar-los, revelar-ne els defectes, informar sobre la informació, no és pas un crim de lesa majestat. En una societat democràtica, cap professió no pot estar, per naturalesa o *de jure*, fora del debat. Encara convé de fer-lo, com per a d'altres sectors de la societat, amb serenitat i sense focalitzar-se en els detalls.

El nostre diari, amb motiu de reunions internes regulars —un comitè de redacció reuneix cada mes la jerarquia i els redactors elegits, i dedica una bona part dels seus debats, des de fa anys, a

qüestions deontològiques—, també es veu immers en una reflexió col·lectiva.

Informar no és ni un art, ni un apostolat, ni una ciència exacta. És un ofici, que s'apropa més aviat a l'artesanat, en nombrosos casos, a les ciències humanes (sense el gruix del temps disponible ni la voluntat d'elaboració teòrica), i es llença al combat, quan causes majors ho justifiquen. Informar és escollir de fer saber.

Funció democràtica i necessària en una societat en què la transparència, en la vida a la ciutat, és buscada i exalçada com un element determinant i positiu del "viure en comú".

Funció política: les societats enterament opaques són totalitàries. Funció molesta: en les societats no totalitàries hi ha zones d'opacitat que no es poden justificar. Funció intel·lectual: donar a conèixer és donar a jutjar, a entendre. Funció cívica: informar és permetre la tria. I també, funció responsable: la transparència total seria una utopia totalitària, i el respecte a la vida privada és un imperatiu.

El sistema mediàtic —actualment obnubilat per la seva funció distractiva— té tendència a oblidar el seu paper primer, que és el de posar en relació aquells que saben amb els que encara no saben.

Hauria d'existir un contracte entre els periodistes i els "receptors", que són els lectors, els oïdors o els telespectadors. El primer article d'aquest contracte —és evidentment l'ambició de *Le Monde*— seria que els lectors tinguessin la quasi-certesa que tota la informació publicada és exacta.

En el seu primer editorial, el 16 de desembre de 1944, Hubert Beuve-Méry, fundador del diari, definia així el seu projecte: "Apareix un nou diari: *Le Monde*. La seva primera ambició és la d'assegurar al lector unes informacions clares, certes i, en la mesura que sigui possible, ràpides i completes".

Des que aquestes línies van ser escrites, el món del *media* ha experimentat un munt de revolucions. Unes de positives, d'altres perilloses. S'han de tenir ben presents quatre transformacions: la dominació de l'àudio-visual, les noves condicions del mercat, la proliferació d'informacions, l'era del "tot-comunicació".

Jacques Lesourne és gerent director de *Le Monde* i Bruno Frappat, director de la redacció. Aquest article va ser publicat a *Le Monde* els dies 12 i 13 de febrer. El reproduïm íntegrament amb la seva autorització.

(Traducció de Maria Rosa Gallart)

El 18 de febrer, *Le Monde* va publicar el següent aclariment sobre una dada que s'esmenta a la primera columna d'aquesta pàgina: "Precisió. Després de l'article intitulat 'Informació i deontologia', aparegut en les edicions del 12 de febrer, la direcció del periòdic *La Croix-l'Événement* ens precisa que el sondeig de SOFRES, al qual es feia referència a propòsit de la imatge dels periodistes, no havia estat realitzat solament per aparèixer a *Telerama* i *Médiaspouvoirs*, sinó també per al seu propi diari, que en va prendre la iniciativa ja fa alguns anys". En deixem constància de bon grat".

— **Tot corrobora la crisi de credibilitat dels *media*... Fins els *affaires* que barregen política, diner, esport, medicina... i periodisme** —

Cada un d'aquests canvis ha modificat l'exercici de l'ofici de periodista.

Estem amenaçats –la constatació és banal– pel “tot-imatge”. La rapidesa amb què són difoses, massivament, imatges brutals afavoreix el sensacionalisme, el sentimentalisme i l'absència de perspectiva. Els esdeveniments, al capdavant, només accedeixen a l'existència a través de la força de la imatge. S'observa que, en certa manera, els somalis havien tingut sort dins de la desgràcia en comparació amb d'altres pobles (el sud del Sudan, Libèria, Sri-Lanka, etc.) perquè les matances que ensangonaven el seu país havien atret les càmeres, les quals atreïen les tropes del “nou ordre internacional”. Cadascú pot constatar la predominança del fet filmat per sobre del fet “amagat”, però també la primacia del fet “filmable” per sobre d'aquell que no es presta a l'espectacularitat.

Aquesta evolució –que no ha pas esgotat totes les possibilitats...– porta dos problemes a la premsa escrita i li dona un avantatge. La primera dificultat és que l'opinió es troba immersa en un bany d'instantaneïtat i de sentimentalisme que pot conduir els diaris a entrar en un joc de competitivitats en aquesta qüestió. *Le Monde*, sense contemplar amb ulls durs l'univers, no privilegia pas aquest mètode. L'altra dificultat, per a la premsa escrita –s'ha pogut constatar durant els fets de Timisoara–, és que es troba implicada en els fets *a posteriori* en cas de patinades de l'àudio-visual. La funció del periodista de televisió resumeix també, als ulls de l'opinió, una professió que compta amb més de vint-i-sis mil persones rarament ben pagades per algunes *stars* ricament dotades.

Però això dóna a la premsa escrita una raó suplementària d'existir. Com més dominarà la confrontació confusa dels ciutadans amb la immediatesa del món, percebuda a l'engròs, més caldran les anàlisis, els esclariments, els complements històrics i els debats seriosos, i no pas solament sobre els temes més espectaculars. Si el domini de la televisió és un fet, com el pas del temps, l'escrit no ha pas dit encara la seva última paraula!

La situació econòmica dels *media* ha estat trasbalsada. En una societat d'informació, existeix un mercat de la informació amb les seves urgències econòmiques, les seves fonts de finançament, les seves necessitats de rendibilitat segons la competència, com a qualsevol altre sector industrial o de serveis. Tenint en compte els mitjans que calen, sobretot per a la televisió, el recurs a certs grups industrials o financers puixants –l'existència dels quals no sempre és sospitada pel públic– no es pot evitar gaire. Una gran part del sistema mediàtic entra així en una lògica de reagrupaments, de fusions, de concentracions i de domini.

Aquestes transformacions són un repte per al periodisme. Siguin quines siguin l'autonomia i la professionalitat de les redaccions, és clar que en una crisi aguda –econòmica o política– els veritables poders saben manifestar-se, racionalitzar, suprimir, fusionar, establir també aquestes famoses “sinergies” que contempen

menys el lector que l'anunciant o l'accionariat. Una doble lògica econòmica caracteritza, a més, el sector: l'existència de dues clienteles, el públic i l'anunciant. El tàndem audiència-recursos publicitaris, que explica tants de derivats sobre la natura mateixa dels “productes”, és tema de polèmiques i de maldecaps, però, ¿pot invertir-se, aquesta evolució?

La televisió ofereix un ampli camp d'observació sobre la relació de la informació i el diner, i tanmateix no és pas l'única. L'ambició que sosté moltes creacions de diaris no és un projecte cultural, sinó un projecte de “producte”: no es busca pas una nova manera d'informar, sinó una altra manera de vendre. El màrqueting preval sobre la visió editorial.

En aquestes condicions, és inevitable que l'exercici de l'ofici de periodista varïi profundament d'una redacció a l'altra. Hom es podria preguntar fins i tot si cal continuar considerant com a parts d'una corporació homogènia assalariats obligats a practicar el publi-reportatge, periodistes animadors els desplaçaments dels quals s'assemblen a aquells dels *show-business*, redactors especialitzats en la recerca d'informacions, enviats especials que arrisquen la seva vida a les zones de tensió i els productors “vedettitzats” amb l'ull clavat als índexs d'audiència. Es poden aplicar els mateixos principis deontològics a tots?

L'abundància d'informació és la tercera revolució en el món dels *media*. Avui dia, hi ha molt menys problemes per escassetat que no pas per profusió. Les fonts s'han multiplicat. Se'n ha acostat cada cantó del món. S'han explorat nous territoris, referents a l'economia, la societat i els costums, el medi ambient, les ciències, la cultura. La recollida d'informació s'enriqueix amb el progrés de la informàtica i les telecomunicacions. Ja ha passat el temps en què l'actualitat francesa es llegia principalment al Parlament i en què les cancelleries retenien l'essencial de la “informació” sobre l'estat del món. Les empreses interessen, les institucions més tancades s'han “obertes”, els debats econòmics, polítics i socials es mundialitzen, els dispositius estadístics es perfeccionen. Més que mai, informar és eliminar.

Com triar? Aquí hi ha tot el debat. En el voluminós correu que rep un diari com *Le Monde*, apareix sovint una paraula, com una reivindicació: objectivitat. Cal repetir-ho, aquest... objectiu és impossible d'assolir. En la transmissió d'informació, sempre hi intervé una subjectivitat que, sumàriament, ha d'escollir entre el que val la pena de ser dit i el que no. Com podria haver-hi un criteri objectiu en aquesta tria?

En cada etapa de la redacció d'un diari hi entra una part d'intuïció, d'hàbits, de tradició i de “cultura de casa”, de preferències personals; una part eminent, de tota manera, de seny. Jacques Fauvet transcrivia en aquestes columnes, el 27 de maig de 1977, una frase d'un professor de periodisme: “La notícia no és un objecte, sinó el producte d'un raonament”.

— “La rapidesa amb què són difoses, massivament, imatges brutals afavoreix el sensacionalisme, el sentimentalisme i l'absència de perspectiva” —

Enfront del bombardeig d'informació o de fets presentats com a tals, la validesa de la tria feta pels professionals reposa més que mai sobre el "contracte" amb els lectors abans esmentat. La quarta evolució que ha somogut l'ofici de periodista és l'era del "tot comunicació", un parany temible. En una societat d'informació, tothom esdevé font d'informació i aprèn les regles del joc de la "comunicació". Ja no queden ingenus silenciosos. Cap institució no és indiferent a la imatge que dona i a la necessitat de fer saber, en funció dels seus interessos, quines activitats realitza, els seus resultats i quins projectes té. Empreses, exèrcit, administracions, Estat, sindicats, Església, policia, patronat, pobles i regions, partits, institucions internacionals, poders i *lobbys* de tota mena: no hi ha ni un grup de gent o d'interessos que no hagi assimilat la necessitat de fer parlar d'ell i que no busqui de passar informació... en el bon sentit.

La primera matèria informativa circula així amb profusió, i la premsa pot extreure'n elements per a les investigacions. Però aquesta medalla té el seu revers. Entre la comunicació sòbria i el que abans s'anomenava propaganda hi ha la paleta dels nivells intermedis: sol·licitacions interessades, temptatives de seducció, operacions de cirurgia estètica o de maquillatge, mentides pietoses, pressions, art de disfressar la veritat, intoxicació, desinformació pura... Un dels aspectes més delicats del periodisme modern consisteix a saber destriar, en cada acte anomenat de "comunicació", allò que pot ajudar en la investigació de la realitat i allò que l'únic que pretén és distreure. La manipulació és un exercici al qual es lliuren les institucions més honorables, i la famosa "menjada de coco" que durant la guerra del 14-18 va posar la premsa francesa sota l'autoritat intel·lectual i informativa dels estats majors sembla que és el somni inconfessable de molts poders!



II. Paranys i relliscades

El debat sobre la deontologia de la professió de periodista s'ha exacerbat, aquests darrers mesos, a propòsit d'algunes informacions. *Le Monde* ha contribuït al desvetllament d'alguns casos. Si ho ha fet, no ha estat evidentment per motius polítics partidistes o per no sé quina voluntat de desestabilitzar la democràcia francesa. Els *affaires* il·lustren les contradiccions entre la moral de l'Estat i la pràctica d'aquells que la representen o hi tenen un paper. Un Estat només té autoritat en proporció del respecte escrupolós, d'ell mateix, per les regles que imposa als ciutadans. Hi ha *affaire* quan s'observa, fins i tot sota bons pretextos, en tal o tal altra esfera del poder, la contradicció trivialment resumida per la conegudíssima fórmula: "fes el que jo dic, no pas el que jo faig". També hi ha escàndol quan un personatge o un

grup es lliga al poder amb l'objectiu, i amb el resultat, de satisfer millor els seus interessos i l'enriquiment propi.

En aquesta circumstància, els periodistes han de fer servir un màxim de precaucions i de discerniment. No essent, ni per funció ni per vocació, policies o jutges d'instrucció, s'han d'esforçar, quan sorgeix un *affaire*, a analitzar finament les fonts. Qui els posa sobre la pista? Hi ha un interès, immediat o secundari? Un assumpte complex que pot mesclar les finances, la política i les relacions internacionals és com en un gran trencaclosques. No n'hi ha prou d'haver col·locat tres o quatre peces per poder entendre el sentit de la imatge sencera. Tots els practicants del puzzle cec saben que la idea que un es fa d'una imatge evoluciona en funció del nombre de peces col·locades. S'ha d'avançar, doncs, a passos comptats, ni que sigui per evitar el parany que Flaubert resumia dient: "La bestiesa és concloure".

— **"L'altra dificultat, per a la premsa escrita, és que es troba implicada en els fets a posteriori en cas de patinades de l'àudio-visual"** —

Fiscals!, llenceu-vos a sobre d'aquells que investiguen assumptes delicats. El periodista no disposa naturalment dels mitjans –en particular els policíacs– que tenen al ministeri fiscal. No té els del magistrat instructor. Ningú no acut a les seves citacions! Del que més s'ha d'assegurar un periodista és de la qualitat dels informadors, tant oficiosos com oficials, i de la dels documents que se li envien o ensenyen. És cosa seva verificar, millor dues vegades que una, tot el que se li diu, fins i tot quan ve d'una persona de confiança. Les patinades –ni *Le Monde* ni cap òrgan d'informació n'està exempt– poden tenir diverses causes. Es pot produir una intoxicació en estat pur de part d'una font fins llavors fiable, o a la inversa, no es té en compte una font que fins aleshores havia mentit regularment i que per una vegada s'havia apuntat al carro de la veritat. L'investigador periodista navega forçosament per zones en què la suposició, la prudència i el dubte metòdic no han de conèixer el repòs. Ben al contrari: ha de desconfiar... d'ell mateix. Quina professió està exempta del defecte de no haver-se previngut contra les seves certeses?

Els periodistes de *Le Monde* saben prou bé que la credibilitat del seu diari –comentaris i anàlisis inclosos– reposa sobre el grau d'exactitud de cadascuna de les informacions publicades. És un principi fundacional. Si s'ha contradit, recentment o en un passat més llunyà, ha estat, tal com pot demostrar l'examen minuciós de cada cas, per una sèrie de disfuncionaments, alguns relacionats amb el mètode de treball i d'altres com a conseqüència dels paranys a què són exposats els periodistes quan investiguen algun tema delicat, fins i tot en una democràcia que predica la claredat.

Convé recordar quins són els principis comuns que regeixen la tasca dels periodistes de la casa. La independència econòmica de *Le Monde* es troba a la base mateixa de la credibilitat que cerca. El diari no és propietat d'un industrial o d'un grup d'interessos. Les seves estructures, que assegurin al personal una situació primordial, l'han protegit, i l'esforç que s'ha posat a restablir les finances –en un context de morositat del mercat publicitari– fan preveure que l'hi mantindrà. Aquesta independència només té sentit si cada periodista de *Le Monde* és ell mateix independent dels poders el funcionament dels quals és encarregat d'observar per tal de donar-ne compte als lectors. Independència estatutària, independència financera.

En virtut de la convenció col·lectiva, les “col·laboracions exteriors” –és a dir, la participació regular o esporàdica en d'altres mitjans d'informació– poden ser autoritzades, i n'hi ha. La direcció de *Le Monde* últimament ha recordat als redactors la necessitat de respectar un procediment escrit d'autorització, i només són acceptades aquelles col·laboracions que no perjudiquen la imatge del diari i que no impliquen riscos de confusió.

La independència s'ha de manifestar de moltes altres maneres. Els compromisos personals que, com qualsevol ciutadà, pot prendre el periodista

no han d'interferir mai en els assumptes de què tracti o els sectors que cobreixi. Això val pels partits polítics, naturalment, però també per d'altres formes d'activitat social, religiosa, cultural, etc. Hi va la independència del seu judici, i això porta a prevenir-lo en l'apreciació de la importància dels esdeveniments que seria falsejada pels seus ideals personals.

El mot “connivència” és molt usat avui dia, igualment que l'expressió “esfera político-mediàtica”. El periodista no pot donar compte de l'activitat d'un partit, o de qualsevol institució, si no es troba mai amb els que en formen part! La freqüència dels contactes és no solament inevitable, sinó necessària. En aquests encontres renovats, forçosament es creen lligams i simpaties (o antipaties...). La professionalitat d'un periodista consisteix a marcar netament el paper de cada un d'aquests contactes. Això no es decreta pas. Pertany a la consciència i a la força de caràcter del periodista, i alhora a la vigilància de la jerarquia, d'assegurar-se que la proximitat entre un redactor i el medi que “cobrix” no tingui un efecte negatiu sobre la seva tasca.

La independència ha d'estar molt marcada en el terreny de les relacions amb els anunciants i les agències de publicitat. *Le Monde* coneix i aprecia la importància de la funció publicitària. La respecta en la seva especificitat i fa per manera que els que treballen en aquest sector tinguin, ells també, plena consciència de l'especificitat de la tasca periodística. Això significa que cada un observa la regla de l'estanqueïtat entre les necessitats de la publicitat i les de la informació.

Té lloc, en nombrosos medis, una insidiosa deriva afavorida pel descens de recursos publicitaris de la premsa. No és gens estrany sentir explicar a alguna “sirena” a la direcció del diari que un “redactat” (llegiu-hi una publicitat presentada com un article) seria benvingut sobre tal tema, succés o empresa, i que una contrapartida financera (sota la forma d'una “verdadera” publicitat) no trigarà a seguir-lo. Nosaltres ja hem tingut l'ocasió d'explicar les temptatives grosseres d'importants fabricants de cigarretes, a final de 1992, que deixaven entreveure l'obtenció de grans guanys a canvi del suport de la premsa quotidiana en la seva lluita per al retardament de l'aplicació de les lleis que contempen la protecció de la salut pública. Assentar la llibertat de judici sobre un màxim d'independència i sobre el deslligament respecte de les seves pròpies conviccions no basta al periodista per prevenir-lo contra tots els riscos de deriva. La necessitat del treball en equip, en què es confronten les informacions, les especialitats, i fins i tot els temperaments, és imperativa. Massa errors provenen de la solitud, de l'absència de discussions internes o de no haver recorregut a peritatges exteriors independents. Això té una explicació: el periodista que treballa sobre un tema delicat, és ell qui signarà l'article. Si el tema és d'importància, en resultarà un “plus” per al diari, però també un legítim orgull per a l'autor.

— “No es busca una nova manera d'informar, sinó una altra manera de vendre. El màrqueting preval sobre la visió editorial” —

No s'ha pas de considerar aquesta actitud de narcisista: signar vol dir exposar-se, però en qualsevol ofici l'obra acabada i original valoritza aquell que l'ha concebuda.

Amb tot, l'organització en què es troba el periodista, els seus col·legues pròxims i la jerarquia han d'ajudar-lo de manera que el "producte" del seu treball respongui als criteris de qualitat que el lector té el dret d'exigir. S'ha d'establir, al si d'un equip de redacció, un clima de confiança tal que un redactor pugui indicar clarament les seves fonts a tal o tal altre membre de la redacció. A més, és legítim que el lector conegui –tret de l'excepció destinada a protegir un informador– la font de les informacions. Un diari no pot fonamentar-se en el rumor i els "es diu que". Hi ha massa persones ben disposades a deixar anar a cau d'orella informacions "interessants" i demanar que no se'ls citi. En un cas així, el deure del periodista és el de no publicar res sense haver-ho verificat abans amb d'altres fonts potencials, si no, es convertirà en un simple portador de notícies (anònimes) de murrís disfressats.

Les patinades sovint s'originen en la precipitació. La urgència és a tot arreu en el sistema mediàtic: no solament la competència l'imposa (què es pensaria d'un diari que només donés notícies de l'antevigília?), també les necessitats d'elaboració. Els periodistes de *Le Monde* tenen per consigna, acabada de renovar, d'arriscar-se primer a pifiar-la abans que publicar una aproximació o una informació incompletament verificada. Aquest principi topa, naturalment, amb dues dificultats: quan en tot el conjunt de medias plana la mateixa notícia, és frustant de presentar-li al lector un diari que no en faci ni la més petita menció, encara que sigui al preu de donar-la amb un d'aquells condicionals que confonen més el lector que no pas l'informen... L'altra dificultat està en la passió professional entrebancada quan té la convicció absoluta de disposar d'una informació exacta a la qual només li falta l'última comprovació, que l'exterior (que sap usar el temps) triga de proveir.

Els paranys de la urgència no solament afecten les emissions en directe de l'àudio-visual. La premsa de vegades també es fa en directe i, a *Le Monde*, quan vénen, a la matinada, a l'hora del tancament, notícies importants, passa que no hi ha cap possibilitat de comprovar el que diu, per exemple, una agència de premsa, la qual, obrant també dins la urgència, potser tampoc no ho ha verificat del tot... El temps del periodista no és pas el de l'historiador, i moltes de les incomprensions d'aquest ofici provenen del desconeixement d'aquesta diferència.

L'error –*Le Monde*, com els altres, en comet– no és ni un delictes ni un crim, és... un error. Pertoca a l'òrgan d'informació que l'ha comès de rectificar-lo des del moment que se li apareix, de manera visible, com a tal. A alguns els fa gràcia i a d'altres els exaspera, des del debut de *Le Monde*, l'existència de la fe d'errades i altres rectificacions: nosaltres, ho considerem un respecte al lector.

Més enllà de l'error, que pot ser important o secundari, greu o marginal, els redactors de *Le Monde* estan sotmesos, com la resta dels seus col·legues, a les lleis que regulen el dret de rèplica. Recentment hem constatat, arran dels debats interns, la necessitat de mantenir fermament dos principis: 1) que a ningú, tenint aquest dret, no li sigui impedit d'exercir-lo sense que calgui de replicar-lo sempre (encara que sigui legítim de fer-ho quan la mala fe és evident o la claredat de la informació ho exigeixi); 2) que ningú no pugui abusar d'aquest dret.

Per sobre de l'exercici del dret de rèplica ha de prevaldre, des del nostre punt de vista, l'exercici del deure de preguntar: tota persona respecte de la qual s'ha de publicar a *Le Monde* una informació que pot donar peu a la polèmica, a la controvèrsia, ha –hauria– de tenir, dins d'un termini respectable abans de la publicació (o sigui, unes hores abans) l'oportunitat d'explicar-se i donar la seva opinió. Passa sovint que no s'obté cap resposta en aquests períodes establerts. En aquests casos, el periodista té el dret de comunicar als lectors que les seves preguntes no han obtingut cap resposta.

Un dels riscos que corre qualsevol periodista és el de l'amalgama, que és una feblesa de mètode d'anàlisi i fins i tot el contrari d'una anàlisi. La comparació aventurada de dos fets, o de dues persones, que només estan relacionades marginalment, o indirectament, no pot permetre avançar generalitzacions sobre comportaments ni alimentar sospites, i encara menys arribar a conclusions.

El respecte d'aquests principis, la majoria fruits simplement del sentit comú, lleialtat i eficàcia, passa per una organització. Per dalt i per baix. Ens esforcem a fer circular la informació al si mateix de la redacció de *Le Monde*, de fer reflexionar l'equip, amb la seva diversitat de formacions, generacions, competències i fins i tot de sensibilitats, sobre els grans temes i els nostres mètodes de treball. Quan el diari és qüestionat pel tractament de tal o tal altra notícia, ho discutim de manera aprofundida des de diverses instàncies de la redacció i intentem de trobar els mitjans per no recaure en les disfuncions que hàgim pogut trobar. Fa poc vam recórrer també al parer de periodistes veterans de *Le Monde*, la competència, experiència i perspectiva dels quals és un trumfo.

Aquests debats, que donen lloc a informes escrits, les decisions que se'n deriven, juntament amb les que es prenen dia a dia, constitueixen una espècie de jurisprudència interna, veritable "memòria" deontològica del diari.

Les relacions premsa-justícia són un trencacolls en els debats sobre la deontologia... d'ambdues professions. Si ens atenguéssim estrictament a les lleis en vigor, no es podria tractar cap assumpte... abans de l'audiència judicial. En aquest tema s'han de conjuminar dos principis contradictoris: aquell que demana que cap persona no jutjada no sigui prejutjada per l'opinió pública, i aquell, igualment democràtic, que sosté que els destrets de la societat –i

— **“El secret de sumari només s'oposa a la premsa quan hi estan involucrades persones que tenen una certa 'solvència' en la societat” —**

eventualment de la justícia— no poden esperar, per ser evocats, l'audiència, tan tardana respecte als fets.

Cap sistema no satisfà tothom i la hipocresia campa per tot arreu. La sacrosanta, i constantment escarnida, regla del secret de sumari —aplicat, recodem-ho, a persones sotmeses a instrucció— ho és per una o l'altra part, segons els interessos del moment, quan no ho és per totes dues alhora. És desfasada, inaplicable, però és interessant d'observar que només s'oposa a la premsa en assumptes en què hi estan involucrades persones que tenen una certa "solvència" en la societat. La càrrega negativa del mot "inculpació" no va lligada a l'ús abusiu que en puguin fer els *medias*: va implícita en la seva etimologia, que no l'ha pas inventat la premsa! És de preveure que les modificacions de terminologia lligades a la recent reforma del procediment penal tindran poc efecte sobre el fons de les coses i les reputacions. L'essencial és triar entre dues vies: imposar una regla renovada del secret, o acceptar una transparència més ben organitzada. La tria revelaria —tant en un cas com en l'altre— quina idea es té de la relació entre allò dit i allò no dit en una societat democràtica.

Plantejar el problema no és pas respondre-hi. Mentrestant, hem de vetllar per al respecte escrupolós d'alguns principis simples. El primer és que el periodista no està per sobre de la llei —en una societat com la nostra, en què el poder és legítim— i que les lleis generals sobre el respecte de la vida privada s'imposen a tothom. Aquest principi presenta una excepció, lligada també amb la idea que es té d'una democràcia: la vida privada d'un personatge públic amb responsabilitats pot ser tractada en cas de relació entre aquesta vida privada i faltes greus en el funcionament de les institucions o de l'ús de diner públic o abús dels béns socials. Cap ciutadà no entendria que el parapet, tan legítim, de la vida privada, s'esgrimís en contra d'aquells que s'esforcen a descriure els fets i gestes dels individus que intenten treure profit d'una posició de poder.

Per comprendre que aquesta qüestió no és pas a punt d'extingir-se, cal recordar que una de les evolucions principals —i sovint enutjoses— de la vida pública des de fa tres decennis ha estat l'efecte de lupa dels mitjans àudio-visuals sobre els personatges públics. Tots s'hi avenen, perquè si no, es veurien amenaçats, purament i simple, de desaparèixer dels ulls, val a dir-ho, de l'opinió pública. Quin home públic refusa avui dia la palestra del tub catòdic? Qui podria sorprendre's d'aquesta inevitable conseqüència: hom s'interessa més pel qui es mostra més?

Le Monde no té ambicions en el terreny de la xafarderia, dels rumors i el comareig. Vetlla per protegir la vida privada dels homes públics tant com la dels homes privats. Cadascú és lliure, dins del respecte de la llei, de la seva conducta, dels seus lligams, de la seva intimitat, de les seves conviccions religioses, del seu lleure. Ningú no té dret, dins del camp de la salut, de revelar res que l'interessat no hagi decidit de

revelar. S'ha celebrat com es mereixia que el cap d'Estat hagi fet públic el que en altres temps hagués estat amagat. No fa per la premsa d'insistir-hi, d'exigir res més o de fer conjectures. Reforçar la credibilitat de la informació, ¿passa per la posada en marxa, a nivell nacional, de dispositius de vigilància? Cal instal·lar una espècie de torre de control que domini tot el paisatge mediàtic? Nosaltres hi estem en contra per diverses raons.

La primera ve donada per l'experiència adquirida en el camp àudio-visual. Sense voler insistir en els atzars de les reformes de les estructures, ha demostrat, des de distintes variants, una certa impotència deontològica. El procediment de nomenament dels seus membres no se n'escapa. Com no seria de més complexa la manera de designar una "autoritat" destinada a vigilar —i castigar?— els vint-i-set mil periodistes que té aquest país. D'altra banda, hi ha una legislació sobre la premsa. Aquesta permet que qualsevol persona que se senti injustament atacada pugui portar el cas als tribunals. Seria convenient de "doblar" aquesta barrera judicial reforçant-la amb una jurisdicció professional?¹

En nom de quins principis admesos per tothom intervindria, i quin ús en podria fer un règim esdevingut autoritari? En aquesta solució, assenyada només en apariència, hi ha un risc d'enquadrament de la llibertat d'informació massa gran per ser presa. Última raó: el periodisme no és pas un ofici homogeni, i cada cop ho és menys. Hi ha dies en què, en algunes redaccions, hom es troba a anys-llum d'algunes altres. No és un judici, és una constatació. Caldria somiar una deontologia comuna? Als periodistes els sembla bé: la millora de la seva credibilitat passa per la definició, a cada redacció que ho necessiti, d'una major transparència sobre els seus principis i mètodes; per l'afirmació de les exigències que cada un s'imposa, no pas sempre amb èxit; per l'acceptació de diàleg amb els lectors i l'exposició sense disfresses de les dificultats concretes de l'ofici; pel reconeixement dels errors; per la constitució d'espais de reflexió col·lectiva, amb ajudes exteriors incloses; per l'expressió del debat públic sobre la informació; pel respecte de la llei, excepte en situacions d'injustícia o desordre; per l'acceptació dels nostres límits; per una millor organització dels nostres mètodes del treball quotidià; per l'exercici del dubte sobre els altres i sobre un mateix. En una societat caracteritzada per la pèrdua de valors ètics, o més aviat per la inestabilitat de la frontera entre el que és permès i el que és prohibit, entre allò publicable i allò no publicable, i on ningú no pot preveure si el que avui és prohibit demà serà tolerat, més que establir —per quina autoritat superior?— una carta general, sembla preferible que la reflexió deontològica de cada equip de redacció es fixi i s'alimenti en debats interns, i d'externs també. És a aquest debat que nosaltres convidem els nostres col·legues i els nostres lectors. ●

— **“La millora de la credibilitat dels periodistes passa per l'exercici del dubte sobre els altres i sobre un mateix”** —

¹ El 1992, hi ha hagut disset nous intents de processament contra *Le Monde*. El mateix any, s'han pronunciat dotze decisions judicials, algunes de les quals concernien assumptes d'anys anteriors; el diari n'ha guanyat vuit.