

El deteriorament dels productes informatius ataca el crèdit dels professionals davant la ciutadania

El deteriorament dels productes informatius és tan evident com peremptori és l'anàlisi d'algunes de les causes susceptibles de propiciar-lo. Aquestes causes no sols afecten directament al crèdit que la societat atorga al professional periodista, sinó que poden tenir conseqüències de futur en el mercat laboral. S'imposa la reflexió serena sobre el perill que comporta la generalització d'actituds com aquestes, entre d'altres:

- Manca d'escrúpols en la distinció entre informació i opinió.
- Manca de prioritització enfront a temes realment rellevants.
- Desestiment en la contribució d'una consciència crítica i lliure.
- Desinformació sobre els autèntics problemes que afecten la ciutadania.
- Renúncia a estimular dinàmiques que generin canvis socials positius.
- No reconeixement del fet de que la informació respon als interessos dels poders fàctics i/o dels propietaris dels mitjans per als quals treballa el periodista.
- Actitud acrítica respecte a la informació posada al servei de l'*establishment*.
- No preguntar-se fins a quin punt s'està contribuint a legitimar unes realitats virtuals allunyades de les reals.
- Renúncia a acceptar ser còmplices de la construcció de pseudorealitats
- Despreocupació respecte a l'immens poder de la televisió en la formació dels valors ciutadans i la seva influència en infants i joves.
- Desestiment dels mecanismes que actuen com a contrapunt efectiu de les falàcies de la propaganda política i de les falses necessitats que crea la publicitat.

Cal preguntar-se, doncs, si està amenaçat el crèdit que la societat atorga als mitjans de comunicació com a depositaris del dret de la societat a rebre informació veraç.

I reflexionar també sobre si la banalització en els continguts informatius, la manca de rigor en la obtenció i contrastació de les notícies, la frivolitat en l'exposició del fet noticable, l'impacte de la precarització laboral, la confusió entre espectacle i informació no estan deteriorant la imatge del periodista i dels mateixos mitjans amb les futures repercussions per a la societat en general i per al professional en particular.

El model de premsa escrita

S'hauria d'alertar també sobre les conseqüències que pot tenir la manca d'alternatives a l'actual model de premsa escrita.

No s'albira cap inquietud per part de la patronal per la competència que el mitjà televisiu i, en particular, el mitjà ràdio, està fent, ara i arreu, al mitjà premsa. Tampoc semblen inquietar l'impacte d'internet ni les seves immenses possibilitats de futur. L'obsolescència de l'actual model de premsa escrita és qüestió d'anys i, enfront això, no apareix cap reacció, a excepció feta de la congelació de plantilles, quan no de rebaixes o d'increment abusiu de la *becarització*.

La notícia d'una bomba que ETA que ha fet esclatar a les 8 del matí d'avui a Barakaldo es dona per la ràdio i la televisió del matí, als telediari del migdia i de la nit i ha estat insistentment repetida al llarg del dia pels informatius de la ràdio cada mitja hora. Doncs bé, aquesta "notícia" apareixerà demà als diaris amb el titular: "ETA pone una bomba en Barakaldo". Com es poden desestimar els efectes d'aquesta trajectòria informativa?

Per altra banda, què hi ha darrera del fet que grans grups mediàtics estiguin formant part d'empreses que editen diaris gratuïts? Aquest doble joc és sospitós. I no seria preocupant si darrera d'aquesta maniobra perillessin molts llocs de treball.

Banalització

La confusió entre periodisme i espectacle és total en alguns programes, especialment televisius. No és acceptable al·lusions com "desprecio a la premsa" quan l'entrevistat és assetjat per suposats "periodistes" que fan "informació". Tampoc les referència a "periodisme d'investigació" quan es tracta d'escarbar en la vida del famós de torn. Com es poden proporcionar hores –sí, hores– de presència en pantalla a gent sense ofici ni benefici, l'aportació "social" de la qual ha estat haver quedat embarasada d'un torero?

Encara estan per veure els efectes que sobre els mitjans i els professionals que segurament tindrà l'aplicació de la consigna de que "tot és vàlid en nom de l'audiència".

El Codi Deontològic deixa clar que la informació no té preu i la necessitat de respectar el dret de les persones a la seva pròpia intimitat i imatge, dos dels criteris vulnerats sistemàticament a molts programes que, per la qual cosa, perden la seva autoqualificació "d'informatius".

Només qui accepta i practica les regles deontològiques pot anomenar-se "periodista". Cal reivindicar les diferències del "fet informatiu" i els seus límits i, molt especialment, insistir davant del Col·legi i de les Associacions de la Premsa a fer-ho.

Joaquim Coca