

Les pressions polítiques i empresarials sobre els periodistes. La instrumentalització dels mitjans

Tots coneixem i hem viscut en carn pròpia o en el nostre entorn professional pròxim les pressions d'empreses, institucions, partits polítics i entitats diverses sobre nosaltres o sobre els mitjans en els quals desenvolupem la nostra labor.

Alcaldes que demanen el cap de corresponsals incòmodes, polítics que exigeixen que no es parli d'aquells temes que els perjudiquen, empreses que amenacen amb retirar campanyes de publicitat si veuen la llum notícies que les comprometen, o intenten el suborn sutil enviant regals als responsables de la publicació de la notícia, i fins i tot presidents de Govern que truquen als directors dels mitjans per donar versions tendencioses de fets greus. Els exemples són nombrosos i coneguts i no val la pena repetir-los.

Però el que ens plantegen són qüestions de gran gravetat a les quals intentarem donar resposta al llarg d'aquestes sessions.

La nostra labor és fonamental en una societat democràtica, som els intermediaris de la ciutadania en aconseguir un dret bàsic: el dret a rebre una informació veraç. Una informació que permeti als nostres lectors, oients i espectadors formar-se una opinió sobre temes transcendentals per a les seves vides i per a la societat.

De la mateixa manera que no es pot garantir la qualitat d'aquesta informació si no hi ha unes condicions dignes en l'ocupació dels periodistes, tampoc es pot garantir si no hi ha un respecte, per part de tots -professionals, empreses, administració, etc.- als codis deontològics que regeixen la nostra activitat.

Però, ja que aquestes condicions idíl·liques no es donen en la majoria dels casos, caldrà plantejar-se **¿QUÈ FEM?**

Algunes de les possibles solucions poden venir de la mà dels Estatuts de Redacció, dels Codis Deontològics, de l'Estatut del Periodista Professional o de la Llei de Drets Laborals dels Periodistes.

¿QUÈ FEM NOSALTRES?

Però no ens enganyem. Moltes vegades, la solució és a les nostres pròpies mans, en la del periodista i en la del Comitè Professional de cada mitjà (allà on n'hi hagi). Hem de ser capaços de dir NO a aquestes pressions, fins i tot podem fer-ho en un gran nombre d'ocasions. Hem de ser capaços de tornar el regal -que sabem enverinat- que supera el que en algún Estatut de Redacció es defineix com "les habituals mostres de cortesia".

¿QUÈ FAN LES EMPRESES?

Per altra part, encara que comptem amb instruments per resistir les pressions, ingerències i suborns, i personalment siguem capaços de resistir-les, hem de plantejar-nos que no sempre comptem amb el suport de l'empresa per a la qual treballem.

¿Són conscients les empreses de mitjans de comunicació que elles també són depositàries del dret de la ciutadania a una informació veraç? ¿Que la informació no els pertany, que no és una mercaderia, una cosa amb la qual poden mercadejar per obtenir un benefici econòmic més gran, més influència política o un intercanvi de favors?

És clar que el periodista es troba en una situació de debilitat davant de la seva empresa quan es planteja que algú ha de recordar-li els seus compromisos ètics als quals s'ha de sotmetre. El risc a perdre la feina, en una època en que la precarietat laboral és una realitat angoixant, pot frenar l'impuls ètic del redactor de plantilla. I no parlem dels "falsos col·laboradors", sotmesos a contractes temporals (els que el tenen).

¿QUÈ FAN ELS ORGANISMES DE CONTROL, COL·LEGIS I SINDICATS?

¿Qui, en aquests casos, pot situar-se davant de l'empresa i recordar-li els seus compromisos amb l'ètica, la necessitat que no es deixi instrumentalitzar per interessos aliens als de la ciutadania als quals serveix? Aquí és on plantegem la necessitat i el paper que juguen, en primer lloc, els comitès professionals, però també els organismes independents de control, i fins i tot els col·legis professionals i els sindicats.

Són preguntes que llenço a tothom i que espero que facin brollar respostes i possibles solucions.

Xabier Arkotxa Etxaniz