

## El periodista creador

Alain Chanel

(Conferència inaugural del curs 1993-94 dels Estudis de Periodisme de la UPF )

### *Introducció*

Cada vegada més sovint trobem discursos, anàlisis i estudis de filòsofs, sociòlegs, i també de periodistes, que adverteixen, denuncien o s'interroguen sobre l'amenaça de la pèrdua d'identitat professional que plana sobre els periodistes des que les societats viuen sota el regnat de la comunicació i/o de les telecomunicacions.

Us proposo que examinem plegats la pertinència d'aquestes veus d'alerta, la seva modernitat o la seva antiguitat en relació als debats actuals i, a la llum d'aquestes constatacions, precisem quina és la capacitat essencial –per mi, intrínseca al seu ofici, per no dir al seu art– que el periodista ha de desenvolupar avui per garantir la seva identitat.

### *La identitat perduda*

En un article titulat "El periodisme víctima del seu èxit", publicat a la revista *Médiaspouvoirs*, el sociòleg francès Dominique Wolton, director d'investigació al CNRS, defineix els periodistes com aquells que tenen "la capacitat (...) de donar compte dels grans problemes actuals" ja que, afegeix, "tenen en comú amb els polítics que són els primers en atansar-se a les llotges de la Història".

Per elevada que pugui semblar, aquesta definició redueix el camp de la professió a allò polític i la seva pràctica a l'anàlisi. Ara bé, avui dia els periodistes es plantegen altres objectes i rebutgen el seu discurs en múltiples registres entre els quals l'anàlisi n'és un més.

Dominique Wolton és conscient de la insuficiència de la seva proposta per definir els periodistes ja que, donat el creixement formidable experimentat per aquesta professió en termes de població a França (1), no pot fer res més que interrogar-se sobre allò que constitueix el denominador comú de les tasques desplegades pels periodistes. I constatant els límits de l'anàlisi sociològica, recorre a "un treball rigorós i restrictiu respecte a la definició del periodisme si aquest no vol perdre aviat bona part de la seva identitat i de la seva legitimitat en un espai ampliat de la comunicació". És més, segons ell, no és solament el periodisme el que corre el risc de perdre la seva identitat, sinó també la mateixa informació, ja que "l'amenaça prové del fet que les tecnologies ofereixen a la informació possibilitats infinites de desenvolupament, fins el punt que aquesta s'enfronta al perill d'una pèrdua progressiva de la seva identitat en el si d'un ample conjunt comunicacional".

Espai ampliat de la comunicació, ample conjunt comunicacional; les paraules són laxes i darrere d'elles queden assenyalats el mal i l'esperit del mal: la televisió i les telecomunicacions dins les quals es diluirien no solament la identitat dels periodistes, sinó també el periodisme i, fins i tot, la informació.

### *Copèrnic, revisitat*

Si per Dominique Wolton la identitat de la informació està en perill, per Ignacio Ramonet, director de *Le Monde Diplomatique*, ja s'ha perdut del tot, després d'haver patit sota els efectes conjugats de la televisió i (en conseqüència) de la comunicació, "una revolució coperniquiana".

En el número del mes d'octubre de 1993 de *Le Monde Diplomatique* el seu director firma un article titulat "Informar-se cansa". En aquest text, Ignacio Ramonet desenvolupa amb talent una argumentació encaminada a demostrar que amb la televisió es transgredeixen els mateixos fonaments del periodisme:

"La visió ha substituït la comprensió; el curs de la Història, l'explicació; el directe, el temps real; el qüestionament, la posada en perspectiva; la brevetat, el desenvolupament; la redundància mediàtica la 'veracitat'".

I encara més: la comunicació institucional, és a dir, la informació lliurada per les administracions, les empreses i altres organitzacions, seria "capaç de manipular astutament els mitjans de comunicació" fins el punt que "en les democràcies catòdiques...la censura democràtica existeix". En resum, en aquest univers on "informació i comunicació tendeixen a confondre's", en aquest cara a cara telespectador-Història en el qual "finalment, el periodista sobra", el telespectador hauria de ser desposseït dels seus drets cívics ja que, segons Ignacio Ramonet, "voler-se informar sense esforç és una il·lusió que

prové del mite publicitari més que de la mobilització cívica. Informar-se cansa, i és a aquest preu que el ciutadà adquireix el dret a participar intel·ligentment en la vida democràtica".

Més enllà de l'exageració de l'afirmació que, per voler defensar la democràcia, condemna el ciutadà és divertit i alhora paradoxal observar que aquest article ha estat il·lustrat amb una corba que mostra de forma colpidora la fulgurant progressió de la difusió de *Le Monde Diplomatique*, que ha quasi doblat el seu tiratge en vuit anys, passant dels 128.000 exemplars de 1985 als més de 240.000 actuals, en un període en què el nombre de cadenes de televisió a França s'ha multiplicat per dos, per no dir les cadenes que emeten per satèl·lits i que difon el cable.

De fet, la demostració d'Ignacio Ramonet és fruit més d'una reacció de reflex que d'una veritable reflexió. Capaç de mostrar la Història en marxa –ja Dominique Wolton ens havia explicat que el periodista és dels que s'asseuen a la llotja de la Història–, la televisió és també culpable de reduir-la a imatges simbòliques (com l'encaixada de mans de Rabin i Arafat, per exemple).

### *Els periodistes, qüestionats*

En efecte, aquestes imatges són simbòliques i la seva força descansa en la càrrega emocional que incorporen. Però, des del punt de vista de la informació, qui podrà negar el seu poder incitador a voler saber més, a conèixer, a millor conèixer i a comprendre? Per una emoció compartida, quantes revistes no s'han comprat, quants articles llegit, quants magazins televisius mirat, quants reportatges de ràdio escoltat, en una paraula, quantes informacions no s'han seguit?

Si hi ha una revolució coperniquiana, no és en el sentit que l'entén el director de *Le Monde Diplomatique*. És a una desaparició del sentit i a una arribada del sense sentit que portaria intrínsecament la imatge televisiva.

Si hi ha una revolució, no és en el mètode de tractament de la informació que, avui com ahir, respon sempre a les qüestions bàsiques: qui, què, quan, on, com, per què i amb quines conseqüències? i, d'aquesta manera, dóna sentit.

Si hi ha hagut revolució és en l'estatus que els periodistes han volgut donar, imposar, durant diverses dècades, a la informació i que avui dia s'ensorra. Aquest estatus descansava sobre el principi que només hi havia informació legítima en la mesura en què era el periodista qui la produïa. De fet, volent construir-se una identitat, una visibilitat social, els periodistes s'han erigit en propietaris de la paraula informativa i sobretot en guardians del temple dels objectes susceptibles de ser aclarits per la seva mirada.

Avui dia, la multiplicació dels jaciments informatius, és a dir, la diversitat

dels objectes col·locats a la vista del públic li dóna a aquest la capacitat de dir quin objecte és necessari i requereix, doncs, un tractament informatiu estructurat amb sentit. El discurs dels periodistes que s'adrecen al públic dient-los "jo us explicaré el món" està sent substituït pel discurs dels públics que demanen als periodistes "expliqueu-nos allò que necessitem comprendre del món".

Perquè "la veritat de la informació remet sempre a un esdeveniment existencial en aquells que la reben. El seu registre no és el de l'exactitud dels fets, sinó el de la pertinència d'un problema, de la consistència d'un univers de valors" (2).

### *L'adveniment de la subjectivitat*

Precisant aquesta dimensió essencial, és a dir, constitutiva, de la informació, Guattari ens recorda que la modernitat d'aquest paràmetre no resideix en la seva actualitat, sinó en l'actualitat de la caiguda de les màscares que l'ocultaven. Entre aquestes figura de forma destacada, segons ell, "el poder de suggestió de la teoria de la informació que ha contribuït a disfressar la importància de les dimensions enunciatives de la comunicació".

Això vol dir senzillament que informar, és a dir, produir sentit, només es pot concebre tenint en compte la subjectivitat d'aquell a qui hom s'adreça i, en conseqüència, també la seva relació amb la qualitat enunciativa dels mitjans vector de la informació.

Amb i a través de les noves tecnologies de comunicació (televisió, informàtica, telecomunicació, telemàtica) es dibuixa un futur pròxim irrigat d'autopistes electròniques. Descompostos en dades numèriques, sons, textos, imatges, seran accessibles arreu i per a tothom.

En una recent entrevista concedida al setmanari *Télérama*, Paul Virilio (3) fa un crit d'alarma. Nosaltres serem les víctimes de la "tirania de la velocitat absoluta de la bomba informàtica", els efectes de la qual es multiplicaran per la interconnexió mundial de les xarxes. Les pantalles substituiran l'escriptura, les activitats reflexes substituiran les activitats de reflexió i arribarà "l'accident específic de la informàtica" destructora d'imatges mentals, d'aquestes imatges que alimentaven, que alimenten encara, la nostra relació natural amb l'espai real. Les telecomunicacions desfan la "mida natural" del planeta.

La pèrdua de la "mida natural" del planeta! Vet aquí plantejat finalment l'objecte essencial, el perill absolut. Estarem amenaçats de pèrdua d'identitat en tant que serem susceptibles de ser desnaturalitzats. Com si hi hagués una dimensió objectiva de la natura. Com si la nostra percepció no fos existencialment subjectiva.

### *La creativitat finalment*

Però és ineluctable l'escenari catastròfic de Virilio? Què proposen de fet les noves tècniques de comunicació? Instruments de regulació i d'exercici del poder, aquestes tècniques permeten procedir en temps real a transferències de béns materials i immaterials en una lògica de realització de plusvàlues i de capitalització. D'altra banda, permeten difondre la representació d'un ordre establert com a necessari.

Però al mateix temps —és la llei del mercat— la representació d'objectes abunda en una quantitat tal que cada subjectivitat, individual o col·lectiva, és susceptible de trobar-se excitada. En tot cas, aquest sembla ser el repte de Guattari per a qui "l'evolució de les tecnologies introdueix noves possibilitats d'interacció entre els mitjans de comunicació i el seu usuari, i entre els mateixos usuaris. La unió entre la pantalla audiovisual, la pantalla telemàtica i la pantalla informàtica podria conduir a una veritable reactivació de la sensibilitat i de la intel·ligència col·lectives. L'equació actual (mitjans de comunicació = passivitat) desapareixerà potser més aviat del que hom imagina. Tot dependrà de la capacitat dels grups humans d'apoderar-se d'aquestes tecnologies i de conferir-los finalitats adients".

Apoderar-se d'aquestes noves tecnologies, és aquí sens dubte on ha d'intervenir avui el periodista.

A la interrogació que es fa l'individu, o el grup, sobre els nous objectes als quals té accés i sobre les tecnologies portadores, per no dir productores, d'aquests objectes, l'individu ha de mobilitzar les seves capacitats per crear la representació de l'univers particular en el qual aquest objecte prendrà tot el seu sentit.

Tenim del món una visió mundana; hi ha els que estan "in" i els que estan "out", assenyalava Alain Finkelkraut a propòsit del tractament pels mitjans de comunicació de la guerra a l'exIugoslàvia. Cal abandonar urgentment el centre per la perifèria, per totes les perifèries. És allà, sens dubte, on poden retrobar-se la més gran diversitat, la subjectivitat, i és allà on primer s'ha de mobilitzar la creativitat del periodista per informar ja que, avui, informar és crear. Ser periodista és fer obra de creador.

---

### Notes

(1) 13.635 el 1975; 23.225 el 1985 i més de 26.000 avui

(2) Aquesta cita s'atribueix a Felix Guattari, filòsof i psiquiatre, mort el 1992 poc després que firmés a *Le Monde Diplomatique* un article titulat "Refundar les pràctiques socials".

(3) Paul Virilio, urbanista i pensador francès contemporani