

MONTSERRAT QUESADA
COM INFLUEIX EL PERIODISME
D'INVESTIGACIÓ EN ELS COMPORTAMENTS
SOCIALS I PERSONALS. ANÀLISIS D'ALGUNS
CASOS DE RECEPCIÓ PERIODÍSTICA

La meva aportació a aquestes Jornades vol ser ben puntual i centrar-se en com els receptors dels mitjans de comunicació reben els missatges periodístics i els incorporen com a referència de canvi en el seu comportament personal i social, en el cas ben concret de quan aquests missatges han estat elaborats dins el marc precís del què anomenem periodisme d'investigació.

Per tal que tots puguem entendre i utilitzar amb propietat aquest concepte, cal dir molt breument que el periodisme d'investigació és una modalitat periodística, clarament diferenciada d'altres modalitats, com poden ser el periodisme d'actualitat o el periodisme literari, que utilitza una metodologia d'investigació i de tractament de la informació molt específica. Aquesta modalitat, a més de tenir com a objectiu general el d'informar als lectors dels temes que tracta, en té un altre -que comparteix amb el periodisme de denúncia- que és el d'evidenciar els fets, situacions, corrupcions, mals funcionaments, fraus i anomalies que puguin afectar els interessos dels ciutadans i, en conseqüència, minvar o passar per alt els seus drets fonamentals.

El periodista investigador creu que no s'ha de limitar a ser una mena de "notari de l'actualitat", sinó que la seva motivació professional ve donada per un sentit més ample de servei a la societat: per la pretensió de donar als lectors les claus suficients per que pugui entendre amb detall la societat en la que viu. Això implica treballar en temes que previsiblement puguin afectar els interessos generals, desvetllar assumptes poc clars o poc explicats a l'opinió pública i, és clar, denunciar irregularitats. I tot això ho fa amb el desig implícit de contribuir a augmentar la qualitat de vida dels ciutadans i, paral·lelament, la qualitat del periodisme.

Ben emmarcat dins l'àmbit informatiu, el periodisme d'investigació es capaç de desenvolupar les seves tècniques en qualsevol àmbit temàtic -tot és investigable per a un periodista emprenedor-, malgrat que fins ara els casos de més repercussió internacional han estat aquells que denunciaven "affairs" polítics, amb implicacions d'institucions o poders fàctics. Encara avui prenem com a model universal de periodisme d'investigació l'afer "Watergate", i en la mateixa línia, per agafar models de casa nostra, el tema de la Mafiosa amb implicacions clares de l'estament policial, tractat per "La Vanguardia", o la denúncia de corrupció de dos magistrats de Barcelona -actualment processats i allunyats de la carrera judicial-, feta per la revista "Cambio 16" o el tema encara per tancar dels GAL, entre d'altres.

Els efectes de les investigacions periodístiques

Si l'objectiu és analitzar els efectes que les investigacions periodístiques provoquen en els receptors, cal que deixem una mica de banda la temàtica política, que influeix principalment en factors d'opinió pública i d'ideologia, per apropar-nos a àmbits que tenen molt més a veure amb la vida quotidiana de les persones i amb els seus models de comportament. Alguns d'aquests àmbits destacats són, per exemple, els de la sanitat o la salut pública, el del medi ambient, el de les sectes o l'àmbit immens i encara no massa explotat del consum, per referir-nos només a uns quants.

Quan un reportatge d'investigació denuncia amb dades contrastades i verificades documentalment que uns determinats polítics estan afavorint il·legal o incorrectament els interessos dels seus familiars i els seus amics -el cas prou recent de Joan Guerra-, què fa el receptor d'aquesta informació? Doncs ho llegeix, s'ho creu o no, ho comenta amb altres persones, es queixa o es manifesta en contra d'aquestes pràctiques corruptes, fins i tot pot canviar el concepte que tenia d'aquells polítics i, hipotèticament, la seva intenció de vot en les properes eleccions. Però ell continuarà fent la mateixa vida que feia abans de conèixer aquesta informació, i continuarà mantenint el mateix model de comportament en la seva vida privada.

Ara bé, què passa quan el reportatge d'investigació, en lloc de tractar d'un assumpte polític, tracta, per exemple, dels perills d'uns determinats medicaments d'ús general? En teoria el més lògic és pensar que a més de fer algunes de les coses que hem dit per l'exemple anterior, el lector prendrà autèntica consciència de la denúncia feta pel reportatge i assumirà els fets com a factors de canvi en el seu comportament individual. És a dir, potser després de consultar amb un metge de confiança sobre la versemblança d'aquesta informació, deixarà de prendre aquells medicaments concrets que són nocius per la seva salut. Aquí doncs s'hauria produït un canvi significatiu.

Però he dit en l'explicació d'aquest exemple que això era en teoria. Això és el que faria un ciutadà ben informat, conscient no només dels seus drets sinó també de quin és el veritable paper que juguen els mitjans de comunicació en una societat democràtica.

Exemple d'un cas de recepció periodística

La realitat, però, a casa nostra i a la resta de l'Estat és ben diferent per una gran majoria de casos. Prenguem com a exemple la revista "Integral". Una revista, si es vol, amb una ideologia molt determinada i molt determinant dels seus continguts informatius, però on ben sovint es publiquen reportatges d'investigació sobre temes que en general pretenen afectar o alterar els comportaments socials i personals.

El tiratge de la revista "Integral" no ultrapassa els 50.000 exemplars, dels quals la majoria van a parar a mans de ciutadans simpatitzants d'aquesta ideologia, és a dir, una part molt petita de l'audiència massiva dels mitjans de comunicació.

En aquesta revista es va publicar en el mes de gener de 1989 un reportatge d'investigació titulat "Els 57 additius alimentaris que convé evitar". En aquest reportatge es parlava d'un seguit de colorants, conservants i altra mena d'additius que habitualment s'utilitzen en l'elaboració d'aliments de consum general. Dels cinquanta-set ressenyats, disset ja havien estat prohibits en altres països europeus. Al costat de cadascun dels additius de la llista s'especificaven les conseqüències a llarg termini que, segons els especialistes, es derivarien per als consumidors, així com els efectes negatius d'aparició immediata.

Per il·lustrar l'explicació d'aquest reportatge amb algun exemple concret puc citar el colorant E120 que es troba en molts productes lactis, entre ells, en els nous iogurts de la marca ELLE & VIRE, que són aquests que es poden conservar fora de la nevera durant més de dos mesos. Aquest colorant E120 té com a efectes visibles a curt termini els propis de la "hipercineticitat", és a dir, una activitat muscular exagerada, amb possibles contractures, convulsions, tremolors, taquicàrdies, palpitations, etc.

Com es pot veure, el tema era i és bastant seriós, sobretot si pensem que els principals consumidors dels productes lactis són els infants i els adolescents, a més d'un gran nombre de persones adultes. I aquest exemple tracta només d'un dels cinquanta-set additius analitzats.

La petita investigació que vaig fer després que es publicés aquest reportatge, tot tenint en compte la tirada reduïda de la revista i per tant el fet que aquesta informació no es va donar a través d'un gran mitjà de comunicació de masses, va consistir en controlar una botiga triada aleatòriament on es venien alguns dels productes elaborats amb aquests additius. Amb el permís del seu propietari, vaig anar donant aquesta informació a totes les persones que al llarg d'una jornada laboral van anar a comprar a aquella botiga.

El resultat va ser sorprenent: un percentatge baixíssim, menys del 10%, va deixar aquell dia de comprar els productes elaborats amb els additius de la llista que tenia intenció d'adquirir. La resta no va fer cas: els seus hàbits dietètics estaven assumits amb tanta força que una simple denúncia periodística no era suficient ni tan sols per fer-los reflexionar sobre la conveniència o no de continuar consumint aquells productes i, per tant, per fer-los canviar de comportament.

Tot i que gairebé ningú en va dubtar de l'autenticitat de la informació -amb això hi van col.laborar activament els dependents de la botiga-, el cert és que la majoria d'aquestes persones van preferir continuar arriscant la seva salut fins que alguna autoritat sanitària informés sobre el tema o prengué la decisió de prohibir definitivament aquells additius. És a dir, van optar per la política dels fets consumats i, per tant, de les conseqüències irreversibles en lloc d'afavorir una actitud més prudent de prevenció.

Aquest petit treball de recerca al que m'he referit per il.lustrar aquest article és només un dels molts exemples constatables de com els mitjans de comunicació en general -i, és clar, també els textos fruit del periodisme d'investigació- poden influir en el comportament dels receptors. Habitualment els missatges els accepten com a una informació que no els afecta directament. Els receptors no són conscients de que aquesta informació pot i deu estar elaborada pensant en la defensa dels seus interessos i dels seus drets. I, en definitiva, assumeixen aquests textos com una informació mancada del recolzament oficial de les autoritats que semblen ser només aquestes "autoritats pertinents" l'únic factor de canvi realment decisiu en els comportaments personals i socials fins aleshores.

Un altre exemple en la mateixa línia és l'últim accident ocorregut a la central nuclear Vandellós-2. El fet es va produir el dissabte 7 de juliol d'aquest any, època estiuenca. A molts pocs quilòmetres d'aquesta central nuclear hi ha tot un seguit de platges molt visitades pels turistes estrangers i també per la gent de l'Hospitalet de l'Infant i els pobles del voltant.

Els perills de les centrals nuclears a hores d'ara ja formen part del conjunt de pors col·lectives de la nostra societat, junt amb els problemes de contaminació, les malalties contagioses, les guerres atòmiques i d'altres. Malgrat això, però, la informació, fins i tot alarmant, que es va donar sobre l'accident no va tenir prou incidència en el comportament social perquè l'endemà, diumenge, i quan encara les "autoritats pertinents" no s'havien pronunciat sobre la perillositat de banyar-se a les platges properes a la central pel possible risc de contaminació de les aigües, aquestes platges estaven tan plenes com sempre. I s'ha de dir que en aquest cas van ser els grans mitjans de comunicació de masses els que van oferir molta i molt puntual informació sobre l'accident que, fins i tot, va provocar el desallotjament urgent de tot el personal treballador de la central i d'alguns pobladors de les rodalies.

Aquestes constatacions ens porten directament cap a una reflexió que vol ser la meua aportació a aquest debat. Des del meu punt de vista, i referint-me sempre al periodisme d'investigació, els mitjans de comunicació encara no han aconseguit transformar el seu treball professional en un element valuós per a la modificació dels models de vida individualitzada dels ciutadans.

Es llegeix el diari, s'escolta la ràdio i es veu la televisió com si tota la informació que elaboren els periodistes no tingués realment massa a veure amb els receptors. Tots estem d'acord en que cal conèixer la informació d'actualitat per tal d'estar ben informats del què succeeix en el nostre entorn, però, seriosament, són molt pocs els que creiem que els periodistes investigadors en aquest país tenen la capacitat real de transmetre missatges decisius pel model de vida que cadascú ha triat.

El paper a jugar per la premsa local

En aquest sentit, potser caldria posar una interrogant al costat d'algunes teories periodístiques que també afecten el periodisme d'investigació. Especialment aquelles que parlen dels mitjans de comunicació presentant-los com el quart poder en les societats democràtiques, com els representants legals dels interessos dels ciutadans o com els defensors subsidiaris dels seus drets. Realment aquestes teories troben una resposta mesurable en la receptivitat dels textos periodístics?

Es evident que potser un percentatge petit dels lectors si que responen positivament a aquests efectes desitjats per la premsa, però no passa el mateix amb la majoria dels que habitualment dediquen una mica o molt de temps a estar ben informats.

La clau de tota aquesta controvèrsia cal anar a cercar-la en un àmbit maltractat i poc atès fins aleshores tant pels professionals de la informació com pel públic receptor. M'estic referint a la premsa local.

Per tal que el periodisme d'investigació pugui influir realment en els comportaments socials i personals, cal que els ciutadans vegin reflectida la seva problemàtica concreta i, per tant, la seva vida en els mitjans de comunicació. Cal que els mitjans s'apropin a la quotidianitat dels receptors. I una manera d'aconseguir això és precisament a través de la premsa local, la premsa de poc tiratge, la premsa que transmet la impressió d'estar feta en exclusiva per a aquells pocs lectors del poble o ciutat petita o comarca. La premsa que, donat el seu petit àmbit de distribució, permet que les persones, les empreses, les institucions o les situacions de les que es parlen en les seves pàgines siguin conegudes de molt aprop per la majoria dels seus lectors.

Però, és clar, aquesta premsa local no pot ser com la que tots, sens dubte, ens estem imaginant perquè sigui la única que coneixem. No pot ser una premsa depenent dels Ajuntaments dels pobles o de les institucions que la subvencionen o depenent fins i tot de la publicitat. Cal que sigui una premsa independent. Una premsa feta d'acord amb el model de diari informatiu-interpretatiu, capaç de ser portada per un equip de professionals que, a més a més, la faci rendible. I aquí és on trobarem el problema principal, el punt clau de tot el conflicte: els diners.

Potser caldria plantejar-nos si és viable l'existència d'una premsa d'aquestes característiques. En els Estats Units tenim molts exemples de diaris locals independents que funcionen i tenen una gran capacitat d'influència sobre els seus lectors. Es tracta de petits diaris que assumeixen com a objectius prioritaris la defensa dels interessos dels seus lectors, allunyant-se, si es dóna el cas, dels objectius empresarials i legítims de qualsevol negoci. Una premsa, no cal dir-ho, carregada d'interès públic i a la que els lectors poden donar tota la credibilitat, segurs del seu paper independent dins el joc de poders d'una societat.

Ens cal, doncs, una premsa local interessada, amés d'informar els lectors, d'afavorir els seus interessos com a ciutadans i en aquesta mena de premsa si que els textos informatius tindrien efectes reals i mesurables pel que fa els comportaments socials dels seus receptors.