

# **LA PREMSA I EL SUD: INFORMACIÓ, REPTES I ESQUERDES**

**Mostres de recerca, materials  
d'aprenentatge**

Dirigit per Xavier Giró

Editat per SOLC amb el suport de la Generalitat de  
Catalunya

---

## Índex

### **0. FONAMENTACIÓ, DESENVOLUPAMENT I CONCLUSIONS.** *Xavier Giró*

El mètode de treball i les seves bases. La informació sobre el Sud i el fenomen de les esquerdes.

### **I. PART. ANÀLISI DE CASOS**

1. Capítol: L'Àfrica negra encara per descobrir. *Laura Hurtado i Silvia Manzanera*
2. Capítol: Algèria, un malson que no acaba. *Francesc Canosa, Mònica Subietas i Jose Portero*
3. Capítol: Geoestratègia en el conflicte Israel-Palestina. *Raúl Beltrán, Sandra López i Laura Martínez*
4. Capítol: Txetxènia, 'afer intern'. *Olga Prat i Plans, Marta Espín Pagès i Diana Casellas*
5. Capítol: Tot allò que volia saber sobre la llei Helms-Burton i no va trobar a la premsa. *José Manuel Jarque i Isana Navarro*
6. Capítol: La Xina i els Drets Humans. *Gemma B. Montero, Joaquim Piera i José Ma. Núñez*
7. Capítol: La difusió mediàtica de les ONGD. *Raül Prunell*

### **II. PART. ESTUDI QUANTITATIU**

1. Introducció. *Xavier Giró*
2. Anàlisi de les dades. *José Manuel Jarque, Josep Àngel Guimerà i Jose Portero*
  - 2.1 Les mesures de les unitats textuais.
  - 2.2. Els autors de les informacions.
  - 2.3. Les zones i els temes preferits
  - 2.4. Editorials, seccions, crides a portada i fotos.
3. Annex tècnic. Fitxa i claus usades en la recollida de dades.
4. Cronologia

## 0. FONAMENTACIÓ, DESENVOLUPAMENT I CONCLUSIONS

# LA INFORMACIÓ SOBRE EL SUD I EL FENOMEN DE LES ESQUERDES

*Xavier Giró*

La cobertura que els mitjans de comunicació de masses ofereixen sobre els països del Sud és, en termes generals, força criticable. No és, però, homogènia i revela l'existència d'importants esquerdes en el sistema comunicatiu que permeten treballar a favor d'una informació més compromesa amb els països pobres i la seva gent<sup>1</sup>, el també anomenat Tercer Món.

Pel que fa a la denominació, utilitzarem preferentment, però, el terme 'països del Sud' o abreviacions d'aquest –com ara, 'el Sud'– perquè desaparegut el Segon Món (el que estava compostat pels països també anomenats soviètics) no té gaire sentit parlar d'un Tercer i sembla més adient referir-se al Nord i al Sud en un sentit polític-econòmic i no geogràfic, i per això mateix farem servir simultàniament els termes [països del] Centre i [de la] Perifèria.

Podríem afegir també que el Nord és ric i el Sud, pobre o, si es vol dir d'una altra manera, empobrit. Podríem assajar diverses denominacions per fer paleses les diferències entre uns i altres, però si perdéssim de vista els seus lligams recíprocs probablement ens equivocariem perquè ens passaria per alt el fet fonamental: tots vivim un mateix món. El sentit en què opera la influència és especialment clar del Nord cap al Sud. Al Nord hi passen moltes coses –en termes polítics, econòmics, socials o ecològics– que tenen una repercussió innegable en el Sud, tant si és directa com si és indirecta, i tant si els efectes són bons com si són dolents.

Que el que passa al Nord tendeixi a ser positiu o negatiu per al Sud depèn, en part, de com pensen i, conseqüentment, com actuen els ciutadans del Nord. Ningú dubte avui que els mitjans de comunicació de masses tenen una gran responsabilitat en la conformació de l'opinió pública, d'aquí l'interès en contribuir amb aquest treball al repte per una informació millor i més solidària.

### 1.1 Les crítiques

Molts autors han fet un seguit de retrets a la informació que els mitjans de comunicació de masses, els *mass media*, ofereixen sobre els països del Sud<sup>2</sup> i que fa que els ciutadans del Nord es formin una imatge tòpica, estereotipada, deformada i, en una paraula, falsa dels països de la Perifèria.

La imatge que la majoria dels ciutadans rep del Sud està determinada, en primer lloc, per la manera de treballar dels mitjans de comunicació. D'entrada, si comparem la quantitat d'informació que rebem sobre el nostre país amb la que rebem d'altres llocs, no costa adonar-se que l'espai atorgat al Sud és més aviat petit. La informació sobre el que és més proper al lector

sempre és més àmplia i més detallada que la d'origen llunyà. I aquesta prioritització, que és força comprensible des del punt de vista de l'interès del públic, comporta d'entrada que la imatge que ens formem del Sud no serà tan complexa i rica com la del nostre entorn. Aquesta, a més, la podem contrastar amb la nostra experiència quotidiana, cosa que no passa amb la imatge de societats llunyanes, tret, amb sort, de viatges esporàdics.

Ara bé, la proximitat o llunyania no és l'únic criteri en ús en el periodisme. La imatge de països llunyans però del Nord –és a dir, rics o poderosos, o en tot cas en llocs alts de la jerarquia mundial–, surt molt menys malparada de les comparacions. Les tones de tinta i hores de televisió o radio que ocupen informacions procedents de llocs com els Estats Units d'Amèrica (del Nord), Alemanya o Japó redueixen a la categoria d'engrunes l'espai i el temps dedicats a l'Àfrica, l'Índia o, fins i tot, l'Amèrica Llatina, per posar pocs exemples.

Sobre el nostre entorn més proper rebem informacions de tota mena: polítiques, econòmiques, socials i culturals. Sobre els països del Nord rebem sobretot notícies polítiques i econòmiques, en rebem moltes menys de socials, i pel que fa a les culturals, poques que no siguin dels Estats Units. Dels països del Sud rebem sobretot notícies de caràcter polític, especialment de conflictes armats; d'econòmiques n'arriben si hi ha en joc interessos d'inversors dels països del centre; les notícies socials arriben si van lligades a catàstrofes o conflictes impregnats políticament, i ben poques en rebem de culturals. Quina mena d'imatge podem esperar, doncs, que els ciutadans es formin de les societats del Sud?

Encara més. Si el conflicte és ja la figura hegemònica en la informació sobre el Nord, en el cas del Sud és gairebé exclusiva. No estem proposant de cap manera que no s'hagi d'informar dels conflictes. En primer lloc, perquè encara no hem arribat a l'apartat de propostes i, en segon lloc, perquè en aquest punt estem tan sols constatant allò que passa habitualment a les planes dels periòdics i les emissions de ràdio o televisió.

A l'hora de tractar dels conflictes, els mitjans de comunicació de masses en prioritzen els trets violents i donen la paraula als protagonistes ben coneguts i forts. "El periòdic jerarquitzava en els màxims rangs del seu temari els conflictes violents: la violència sembla assegurar al fet noticable un alt nivell de 'importància' política i de 'interès' periodístic", tal com escriu Borrat (1989:23).

Els actors sense fama del conflicte, sovint les víctimes, queden al marge de les notes informatives. També en queda exclosa l'anàlisi de les causes que han provocat la confrontació o els desequilibris i les desigualtats que subjauen a les societats en qüestió. De la famosa recepta que descriu els ingredients de la informació –què, quan, com i on ha passat, qui ha estat i perquè–, el darrer, el 'perquè', és absent amb molta freqüència.

Pel que fa a les víctimes, és lamentable comprovar que hi ha categories diferents. Vuitanta morts a Somàlia van ser notícia un bon dia perquè a la zona de crisi ja s'hi havien desplaçat forces militars del Nord, mentre que un mes abans 30.000 civils morts arran de la guerra i la fam no van arribar a les planes de cap diari (Camacho, 1994: 111).

En contrast, existeix en alguns casos una imatge idíl·lica lligada a vacances, begudes i perfums.

El Sud acostuma a ser presentat com un infern a les planes de la informació o com un paradís a les publicitàries de les agències turístiques. En definitiva, sempre lluny de ser una societat normal.

Hi ha excepcions i d'elles en parlarem més endavant, però generalment les informacions que rebem del conjunt dels *media* són tal com les hem descrit i no gaire diferents entre uns mitjans i altres. Per què?

## 1.2. Per què és així?

En primer lloc, a escala mundial es registra una concentració creixent dels mitjans de comunicació en poques mans de empreses del Centre. La concentració de la propietat del mitjans també es dona entre els *media* que operen a Espanya, en mans de propietaris que no són precisament del Sud.

Els grans *media* nord-americans són propietat de grups que controlen televisions, diaris i agències d'informació. A més, les agències de notícies més importants pel volum d'informació que mouen –i pel crèdit de què disfruten entre els mitjans dels països del Nord– són també agències del Nord: Associated Press, Reuters, Agence France Press, EFE i Deutsche Presse Agentur. I com que aquestes són les agències que subministren la matèria prima –textos i imatges– amb què s'elaboren els diaris o els programes informatius de gairebé tots els mitjans audiovisuals, no ens ha d'estranyar que tots s'assemblin tant.

En segon lloc, la naturalesa empresarial dels grans grups mediàtics fa prevaler en les seves decisions i les seves activitats, incloses les informatives, la lògica econòmica que els és pròpia. A més les seves grans dimensions els fan dependents tant del mercat com de les regulacions que pugui aprovar el govern de torn; i d'aquí es deriva la seva dependència d'un i altre.

Els mitjans privats en la seva estratègia per la supervivència es veuen obligats a competir i a marcar-se com a objectius l'acumulació de beneficis, és a dir el lucre, i, de forma simultània i harmònica, la influència en el poder polític i en l'opinió pública. En el cas dels mitjans de comunicació no privats, és a dir, de titularitat pública, l'ordre de prioritats simplement és l'invers. Les autoritats polítiques assimilen malament que des dels *media* públics se'ls critiqui i tampoc els fa gràcia que els deutes de les televisions els desquadrin els pressupostos.

En la lluita per l'audiència –o pels lectors– els mitjans recorren a fórmules que han demostrat tenir èxit al mercat. El cas de la televisió és especialment significatiu perquè, a més a més, és el que tendeix a imposar-se també en els altres mitjans. Ja el 1991 el periodista Andreas Freund<sup>3</sup> va fer un petit catàleg de les substitucions de valors que es registren en la lluita per l'audiència: 1) El més nou, en lloc del més important. Què acabi de passar o que sigui singular es prima encara que tingui una importància ínfima. 2) El més fàcil de mostrar, en lloc del que és difícil d'il·lustrar. Massa sovint, a la televisió si no hi ha imatges disponibles d'un fet es considera que no és notícia. 3) L'aparença, en lloc de la substància. Es para més atenció al que diuen les personalitats que volen fer o han acomplert, que no pas al que realment fan. 4) El que diverteix o entreté, en lloc del que és instructiu. Els telenotícies són una mena de circ on van donant entrada als *numerets* successius que algú ha preparat en algun lloc del món. 5) El que serveix a la

publicitat, en lloc del que no la serveix. Per exemple, els nombrosos esdeveniments esportius carregats de patrocinadors com el rally Paris-Dakar. 6) El que és mercantil, en lloc del que no ho és i, en consonància, allò que fomenta el culte al consum. I per acabar, 7) el que és fútil i estúpid, en lloc del que està carregat de sentit i valor. A l'accident o el divorci de qualsevol *famosa* o *famós* se li para més atenció que a la més flagrant violació dels drets humans a l'últim racó del món.

Noam Chomsky fa una descripció sense contemplacions del que anomena "un model de propaganda" per parlar dels *media* als Estats Units. Breument, per a ell, les informacions que arriben a ser publicades han passat per cinc filtres. Primer, no és publicable allò que perjudica als propietaris dels mitjà, als seus socis o als amics del *establishment*. Segon, no es pot fer un producte que no atregui els anunciants. Tercer, per elaborar la immensa majoria de les informacions es recorre a fonts lligades als governs, en les seves diferents escales, o al món dels negocis. Quart, els governs i les grans empreses no-mediàtiques també estan en la millor posició per pressionar els *media* amb l=amença de retirar-los la publicitat o les llicències de televisió, o presentar plets, o exercir altres atacs directes o indirectes. Cinquè, la ideologia dominant impregna també els periodistes i els fa actuar conscientment o inconscientment a favor de l'*status quo*. I per si la ideologia falla, queda l'autocensura.

L'ombrívol panorama descrit fins aquí, però, no és un horitzó absolut, sinó més aviat una tendència –encara que molt forta– que conviu en el sí dels grans mitjans amb nombrosos programes, reportatges, articles, informacions extremadament interessants i capitals per a la formació de l'esperit crític. De fet, fins i tot, idees com les exposades fins aquí, a vegades troben un lloc per a expressar-s'hi. Com és possible?

### **1.3. Les esquerdes**

La descripció de la informació que donen els *media* corre el risc de ser apocalíptica si es perd de vista que el sistema dels mitjans de comunicació no és totalment estàtic ni rígid sinó força dinàmic i parcialment elàstic. Són aquestes dues darreres característiques, el dinamisme i l'elasticitat, les que permeten l'aparició de les esquerdes que constatem al comprovar que als grans *media* també hi apareixen informacions poc o gens distorsionades o desinformadores sobre un munt d'àmbits i sobre els països del Sud, en particular. Què les fa possible?

Les esquerdes troben el seu origen al menys en dues característiques del mateix subsistema [en tant que part del sistema social] dels *media*, la competència i la competitivitat, i en una tercera, la naturalesa conflictiva de la realitat. En una societat on cada cop més el mercat dicta les lleis de la supervivència, les empreses periodístiques també és veuen obligades a competir entre elles amb productes periodístics diferents i a parar atenció als paràmetres de competitivitat, especialment als costos de la seva activitat.

#### *La competència*

La batalla per conquerir el mercat porta els mitjans a publicar, més enllà de textos que afavoreixin els seus amics, textos que perjudiquin els seus adversaris o enemics. [Seria il·lusori pensar que la informació parteix d'una realitat no conflictiva. No és aquest el marc per

estendre'ns al respecte. Valgui, per ara, constatar que la informació té molt a veure amb el poder i on hi ha poder hi ha conflicte, per tant el mitjans també tenen amics, no amics i enemics.]

Entre els textos dirigits contra els adversaris hi figuren, per exemple, les denúncies per corrupció, per mala gestió, i també per l'ajuda a la cooperació aprovada i no feta efectiva, pel comerç d'armament amb governs que no respecten els drets humans, ... No tots els textos, per suposat, estan dirigits contra els amics, alguns d'aquests exemples poden ser entesos com a informacions a favors dels amics. O sigui que fruit de la simple competència pel mercat els mitjans busquen *exclusives* que eventualment poden afavorir una millor comprensió per part del lector del que realment passa.

També per ampliar el ventall de l'audiència, els diaris especialment, ofereixen les seves planes d'opinió a autors que discrepen de la línia editorial. Donen així una imatge de pluralitat que els fa més creïbles i que també pot contribuir a mirar les coses d'una altra manera.

Fins i tot, la necessitat d'emmotllar-se a tots els sectors del públic els pot portar a incloure entre les seves informacions de forma regular textos petits, mitjans o grans, planes o seccions dedicades per exemple a la cooperació per al desenvolupament. Serà capdal que detectin l'existència d'un públic interessat en aquestes matèries.

La possible competència entre els periodistes en tant que individus pot contribuir a eixamplar aquesta esquerda. Ara bé, s'ha d'entendre que es desenvolupa, en primer lloc, dins d'aquest marc de competència d'empreses, i, en segon lloc, en funció de les aspiracions o ambicions de cada persona.

### *La competitivitat*

També empesos per la lògica del mercat, les empreses periodístiques miren de reduir costos i en aquesta estratègia, el capítol de personal no se'n salva. La lògica empresarial aplicada a les empreses de titularitat pública té els mateixos efectes. En tots dos casos, però sobretot en el de la premsa escrita de caràcter privat, les plantilles efectives de periodistes estan subdimensionades i la prova està en la gran quantitat d'hores diàries que treballen, els que ho fan, per cobrir la informació del dia a dia.

El factor de la inadequació de les plantilles s'ha de combinar amb la regularitat de la producció de diaris o dels informatius de ràdio i televisió per comprendre millor la cadena productiva. És a dir, que no pot ser que un diari tingui avui 80 planes, demà 20, demà passat 60 i segueixi així erràticament. En primer lloc, perquè un diari també és una cadena de producció i per molt flexible que sigui ha de mantenir una certa regularitat en les dimensions del producte que treu al carrer. Cal un cert grau de planificació. I en segon lloc, perquè, per suposat, la regularitat en el nombre de planes ve determinat en gran part per la quantitat de publicitat i aquesta disfruta en el seu conjunt de certa regularitat. Efectivament, podem observar com tots els diaris tenen al llarg de la setmana una quantitat estàndard de planes, tret del cap de setmana que creixen considerablement a part dels suplementos de tota mena.

Curiosament, els caps de setmana és quan menys esdeveniments dels considerats tradicionalment

com a noticiables tenen lloc i, a més, és quan menys periodistes treballen a les redaccions [tret de reporters d'esports, clar]. En conseqüència, si el nombre de planes es manté, o si augmenta, s'han d'avançar planes durant la setmana, és a dir, s'ha de deixar peces fetes que al no tractar-se d'informació dura demana més anàlisi. Llavors, donades les característiques de la plantilla, queda en mans dels periodistes, i sovint d'un sobre esforç per la seva part, trobar temes d'interès per omplir els espais encara buits. No és estrany que durant els caps de setmana [això inclou els diaris dels dilluns], quan es publiquen les planes avançades, sigui quan surtin més els temes de cooperació o els reportatges amb un mínim de profunditat.

És fonamental, clar, que la voluntat del periodista el dirigeixi a temes no banals, amb els quals, per cert, també s'omplen moltes planes. De fet, les planes dels diaris demostren que avui hi ha molts periodistes proclius a no perdre el temps ni malversar esforços en causes fútils.

Un fenomen similar té lloc amb les televisions i les ràdios. Els informatius de televisió ordinaris també tenen una durada estàndard d'entre mitja hora i tres quarts d'hora que s'ha de respectar si no es vol que tota la programació vagi de corcoll. Però no sempre passen tantes coses ni sempre hi ha la mateixa gent per cobrir-les. D'altra banda, com el mitjà és diferent, val la pena remarcar que encara que amb menys impacte que les informacions diàries, hi ha programes setmanals de tipus documental que donen un ampli marge de maniobra per oferir informacions sòlides sobre la realitat.

### *La realitat*

La omnipresència dels mitjans de comunicació de masses i la sobreabundància d'informació [no per quantitat, de millor qualitat] als països del Nord ha portat a alguns estudiosos a forjar impactants –però no per això menys falses– sentències de l'estil de 'només existeix el que surt a la televisió o als *mass media*'. Alguns ho diuen per absolut desconeixement i altres perquè han confós la seva experiència vicarial de la realitat a través del *media* amb la realitat mateixa

La realitat existeix i és conflictiva perquè està plena de discriminació, sofriment, injustícies, desequilibris i desigualtats. És una realitat que existeix, tant si els mitjans en parlen com si no. La mateixa existència de les ONG en són una prova. Si no existissin, les ONG no tindrien raó de ser.

Les dues esquerdes anteriors –les obertes per la competència i la competitivitat– es veuen alimentades contínuament pels fets que ofereix la realitat –no la seva visió meditatitzada–. Cal afegir-hi l'esforç del periodista per saber dirigir la mirada adequadament. Si ningú ho recull, la realitat comptarà pels que la viuen, però no per a altres que poden contribuir perquè les condicions de vida dels que la pateixen canviïn.

L'existència de les esquerdes no és limitada al petit nombre d'exemples que s'han aportat fins ara. Les esquerdes recorren de dalt a baix l'edifici comunicatiu. En el nivell del sistema dels mitjans de comunicació, podem dir que alguns *media* són tota una esquerda, és el cas d'alguns dels anomenats 'alternatius'. [Encara que potser seria millor dir-ne 'complementaris', en la mesura que amb la informació que subministren no n'hi ha prou per estar al dia.] Entre les tasques prioritàries dels 'alternatius' hi figura la d'aportar coherència a la descripció crítica de la realitat



que es desenvolupa en les seves pàgines i en les dels altres i als punts de vista que la inspiren. En un segon nivell, podem dir que dins de cada redacció d'un gran mitjà de comunicació de masses hi ha periodistes sensibles i compromesos amb la matèria que estem tractant. Sense ells i elles, cap de les esquerdes seria aprofitada. I en un tercer nivell, dins de molts periodistes es barallen amb intensitat variable segons els casos dues personalitats: l'acomodat i integrat *plumilla* amb el repòrter inconformista. També gràcies a ells i elles, s'alimenten l'esquerdes.

Saber aprofitar les esquerdes existents, com es pot deduir, depèn en bona mesura de la formació dels professionals de la informació. Per contribuir a una millor preparació de futurs periodistes, es va tirar endavant el procés que es descriu a continuació, i que s'ha desenvolupat de tal manera que es pot adaptar per a cursos sobre els *media* i el Sud dirigits a la població en general.

#### **1.4. El mètode. Posar en qüestió el que es llegeix**

Divuit estudiants de periodisme de les tres universitats de Barcelona on s'imparteixen aquests coneixements van ser seleccionats i becats per participar en el projecte de formació-investigació AEL TERCER MÓN A LA PREMSA<sup>≅</sup> que s'havia de desenvolupar durant el curs acadèmic 1995-1996. En un principi, havien de portar terme durant 12 mesos un seguiment de les notícies aparegudes sobre el Tercer Món en nou diaris diferents, però després de quatre mesos i de la incorporació del que això firma a l'equip director, es va veure que n'hi hauria prou amb sis mesos de dades per elaborar un estudi quantitatiu [Vegis la Segona Part d'aquest volum] i que es podia entrar en el terreny de les anàlisis qualitatives durant els sis mesos restants. Alguns estudiants van preferir plegar, se'n van seleccionar de nous i es va procedir en diferents fronts. Evidentment, sobre la premsa i el Sud es poden escollir molts conflictes diferents i abordar-los de formes també diferents. La que segueix ha estat la nostra tria.

En primer lloc, és innegable que existeix un cert malestar sobre el paper dels mitjans de comunicació en la cobertura dels països del Sud. Vam pensar que era una bona idea preguntar a líders d'opinió d'aquells països que llegeixen la premsa d'aquí i a comprovats especialistes que els semblava la imatge que n'oferien els *media*. Per a aquest exercici, vam decidir restringir l'àmbit a l'Àfrica Subsahariana. Així, doncs, es va formar un primer equip que després d'un grapat de lectures van mantenir una pila d'entrevistes amb africans i africanistes residents a Catalunya.

En segon lloc, també és un motiu de preocupació per al conjunt de les ONG el fet que algunes informacions sobre les seves activitats rebin cobertura informativa i d'altres no. Un dels participants en aquesta experiència es va posar a indagar-ne les raons.

En tercer lloc, vam singularitzar un seguit de conflictes [Algèria, Israel-Palestina, Txetxènia, Cuba-Helms Burton i Xina-Drets Humans] i vam formar petits grups d'estudiants per analitzar-los separatament. En termes generals, cada equip va procedir de la següent manera:

1r) Per a cada conflicte vam escollir tres diaris comparables.

2n) Vam aïllar tres moments específics del conflicte i vam fer una primera lectura. Cada estudiant es va encarregar d'un d'aquests moments. Tanmateix no n'hi havia prou per fer-se

una idea clara del conflicte, les comparacions fan més complexa la comprensió del conflicte i aixequen sospites sobre per on poden anar les crítiques en cas de ser pertinents, però no n'hi ha prou.

3r) Vam ampliar les lectures a llibres i revistes especialitzades intentant respondre als punts que descriuen un conflicte:

- A. Què està en joc? Quins són els punts principals?
- B. És un conflicte personal, local, estatal, regional, internacional? Depèn de les persones o de què depèn i en quina mesura?
- C. Qui són els antagonistes? Quins objectius persegueixen? De quins recursos disposen?
- D. Quines relacions mantenen entre si les parts antagoniques? Són equivalents o hi ha alguna relació de superioritat o subordinació?
- F. Hi ha terceres parts implicades?
- G. En cas d'haver-hi terceres parts quina relació mantenen amb els actors principals del conflicte (són aliades, subordinades, busquen treure'n partit, són mediadors? Són àrbitres imposats o acordats per les parts?).
- H. Quina ha estat l'evolució en els darrers anys? En quina fase (latència, inicial, crítica, expansió, negociació, resolució) es troba el conflicte i quines possibles sortides s'albiren.

No totes les preguntes tenen respostes en tots els conflictes, però són una bona guia per fer-se'n una idea aclarida de l'entramat.

4rt) A la llum de la comprensió que del conflicte s'ha fet el grup s'aborda la crítica de la cobertura parant atenció bàsicament a: com els diaris descriuen el conflicte, a qui atorguen el protagonisme i quins actors inclouen –i com els descriuen– i quins exclouen, quines fonts fan servir i quina posició editorial mantenen. De forma congruent amb aquest mètode, s'ha intentat que els capítols corresponents a cada conflicte arranquin amb la visió que en té el grup i a continuació s'abordi la crítica dels mitjans.

Aquest mètode presenta dues particularitats destacables. La primera: ni amaga ni pretén negar que darrera la crítica hi ha un posicionament, i per tant no enganya ningú amb la presumpció d'objectivitat. De fet, apel·lar a l'objectivitat en aquest terreny és incorre en una fal·làcia perquè suposa que en el relat sobre els conflictes és possible mantenir la distinció entre fets i opinions o interpretacions.

En la feina del periodista és claríssim que la subjectivitat intervé inevitablement en les cinc funcions en que podríem convenir que es compona: "1a) adornar-se'n que existeix el tema; 2a) seleccionar els elements d'informació que farà servir com a més significatius al parlar-ne; 3a) introduir un ordre jeràrquic entre aquests elements; 4a) escollir el to que adoptarà per evocar-los, i 5a) afegir explicacions per fer-los comprensibles" (Freund, 1991: 60). La feina del científic social no és gaire diferent. Pretendre que la que hem fet aquí gaudís d'objectivitat seria deshonest.

La segona particularitat: el mètode és pragmàtic. L'aflorament de les crítiques no segueix a una exhaustivíssima exploració de totes les diferències existents entre uns diaris i altres. És a dir

l'observador-analista no s'entreté a veure si té més o menys columnes de titular o de *lead*, si els titulars taquen més o menys, si porten peces perifèriques o no, etc., etc., etc.... ni a descriure tots els detalls dels textos siguin o no rellevants. Justament el que fa és reduir l'observació als trets rellevants en la descripció del conflicte. Per suposat, la rellevància d'un trets o altres depèn de la concepció del conflicte de què disposi l'observador, [que és el mateix que li succeeix al periodista o al científic social que el descriu]

### **1.5. Els resultats en breu**

No totes les crítiques recollides del conjunt de casos estudiats són generalitzables sempre a tots els mitjans de comunicació, però no per això perden significació. Dit això, però, no s'ha de perdre de vista que alguna de les mancances detectades es tan reiterada –l'excés de personalització o l'aclaparador recurs a les fonts governamentals, per exemple– que fa difícil resistir la temptació de la generalització. En fi, de cada cas dels estudiats n'ha sortit un correlatiu grup de constatacions:

#### *Àfrica*

Les persones entrevistades, pertanyents a col·lectius africans i organitzacions africanistes, "consideren que els mitjans de comunicació donen una informació reduïda, simplista i carregada d'estereotips que impedeix conèixer de debò aquest immens territori de 30 milions de quilòmetres quadrats, 750 milions d'habitants i 53 països independents" (de la introducció al capítol corresponent). Segons els consultats, el cinema, l'escola i la literatura han contribuït també a crear una imatge falsa d'Àfrica. "Occident té una visió deformada del continent subsaharià on sembla que només hi hagi guerres, misèria i desastres naturals". Per això, africans i africanistes opinen que per als països del Nord "l'Àfrica negra encara s'ha de descobrir".

#### *Algèria*

"L'Algèria que surt als mitjans de comunicació és la d'un país tenyit de sang. Les informacions que arriben a Occident parlen gairebé sempre d'atemptats, barriades i pobles destrossats, degollaments macabres i molts ferits i morts" (del capítol corresponent). En consonància, "la societat occidental es limita a acumular les informacions com a simple acte mecànic, sense deixar que entrin de debò en la pell de cadascun dels ciutadans".

"Els mitjans de comunicació no revelen les altres realitats d'Algèria, com podrien ser les culturals o les socials, perquè no són notícioses. La sensació d'un observador europeu és que la mercaderia informativa és sempre la mateixa i que l'acumulació de notícies arriba amb una minvada orientació reflexiva sobre el conflicte".

#### *Israel- Palestina*

L'estudi de la informació i l'opinió arran del magnicidi d'Isaac Rabin, els atemptats d'*Hamas* a Tel Aviv i Jerusalem, l'atemptat israelià contra el líder d'aquest moviment extremista i les eleccions legislatives a Israel, indica que els mitjans analitzats no inclouen en les seves anàlisis

la importància geoestratègica de la zona, personalitzen en excés el conflicte, no citen fonts palestines, expliquen de manera superficial el pla de pau i utilitzen el terme 'terrorisme' de forma esbiaixada.

### *Txetxènia*

"El conflicte de Txetxènia va ser tractat pels mitjans de la mateixa manera que per la comunitat internacional, com un afer intern rus, interètnic i intraestatal. La informació sovint va ser imprecisa, esbiaixada i acrítica. Les fonts poques vegades eren directes, rarament estaven contrastades i en la majoria dels casos només reflectien el punt de vista oficial rus. El tractament informatiu d'aquests episodis evidencia la tendència a la personalització del conflicte, el silenci en relació amb la violació dels drets humans i la falta d'interès a plantejar la conveniència d'una eventual intervenció internacional". (del capítol corresponent)

### *Cuba*

En el cas de Cuba, només s'ha parat atenció a la llei Helms-Burton i la cobertura mediàtica de les disputes al seu voltant. Els autors constaten que, per una banda, els *media* en general, Acom a conseqüència de la rapidesa amb què han de tractar un tema nou, tendeixen a informar només dels fets més recents. És a dir, pateix de cronofàgia. D'altra banda es genera una espiral de notícies que giren al voltant d'uns temes limitats i repetits i que al final no aporten res de nou. El resultat d'aquesta dinàmica de funcionament és un involuntari *efecte narcòtic*: aparentment el lector està informat de l'evolució del problema, però en realitat, a partir de las notícies diàries, no té elements suficients per conèixer les causes del conflicte. Això és el que va passar amb la llei *Helms-Burton*.≡

### *Xina*

La utilització arbitrària de les informacions sobre els drets humans a la Xina es posa de manifest amb el material analitzat. S'ha estudiat premsa escrita en tres episodis de l'any 1996: la guerra comercial amb els Estats Units d'Amèrica, les denúncies sobre violacions dels drets humans als orfenats xinesos –en aquest cas s'ha abordat el paper exercit per la televisió–, i el conflicte entre la Xina i Taiwan arran de les maniobres militars dels continentals a prop de l'illa, les setmanes prèvies a la celebració de les primeres eleccions democràtiques.

### *Informacions sobre ONGD*

Després de recollir un bon grapat d'informacions aparegudes sobre ONG per al desenvolupament, s'han identificat uns quants mecanismes o estratègies utilitzats pels emissors de les informacions que han estat efectius. 1r) la sinergia del nom: és més fàcil sortir si el convocant és 'el-que-sigui Sense Fronteres', per exemple; 2n) la sinergia del moment: la de les campanyes d'organitzacions >Per Bòsnia=; 3r) les informacions sobre ONGs predominen en els caps de setmana; 4rt) si has sortit a la televisió, comencés a ser notícia també per al paper; 5è) si tens un gabinet de premsa operatiu o similar, has guanyat un pam i 6è) si caus en mans d'un periodista sensible, ja són dos pams.

## 1.6. Conclusions

Els conflictes també es componen d'episodis que es lliuren en els mitjans de comunicació de masses. A escala internacional el paper dels *massa media* es revela clau –encara que no sempre decisiu– tant en la formació de l'opinió pública com en la determinació de l'actitud i les decisions que correlativament prenen les autoritats polítiques<sup>5</sup>. Els periodistes es troben sovint amb un cert marge de maniobra, amb unes esquerdes, que els permeten treballar o no a favor de la pau i la solidaritat, és a dir, ser una mena de corresponsals de pau.

Treballar per la pau des dels *media* no vol dir deixar de cobrir els conflictes o la violència que generen, sinó fer-ho amb un plantejament no rutinari. Cal revelar en cada conflicte quina és la rel de la confrontació, quines les raons que han causat la violència i quins són els camins que poden obrir camí a la superació d'una i altra.

Cal fugir de la trivialització i dels estereotips per explicar els conflictes; de la superficialitat de la informació rutinària sobre els morts, que ens aboca a una paralitzant insensibilitat. Fugir de la reducció asèptica a parlar de 'les parts del conflicte', quan sovint és clar que hi ha víctimes i agressors; de la simplificació que comporta informar només sobre les parts combatents visibles, quan també sovint hi ha terceres i quartes parts que, a més de trobar-se a vegades implicades en l'esclat de les hostilitats, tenen en les seves mans la possibilitat de posar fre a la confrontació.

Quan visiten una zona poden limitar-se pràcticament a parlar amb les autoritats locals o treure el nas al carrer lluny de comoditats temptadores. Poden exagerar o infravalorar. Poden inventar-se conflictes on no n'hi ha perquè saben que el conflicte 'ven' o poden obviar els realment existents perquè no fer-ho els complicaria la vida. Poden comportar-se com a indocumentats paracaigudistes en busca d'un Pulitzer fàcil o simplement poden actuar una mica més responsablement.

També en el tractament informatiu de les emergències humanitàries es pot actuar amb tanta negligència com la descrita per al cas dels conflictes manifestos. Fins aquí és clar que hi ha dues formes tendencials de comportament periodístic per a situacions, diguem-ne d'alta intensitat. )Què passa, però, allí on la situació és de baixa intensitat?

Al molts països del Sud, ja sigui perquè no ha esclatat el conflicte com perquè s'ha entrat en una fase de resolució i d'apaivagament de la confrontació, allò que hi passa deixa normalment de ser notícia. Els diners per als enviats especials són limitats i els alts costos de les corresponsalies empenyen els mitjans a prioritzar les àrees on els conflictes són cridaners o allí on estan en joc els interessos econòmics dels poderosos.

De fet, però, la història de cap poble mai s'atura i tant els ingredients per als eventuals conflictes futurs com per a la pau es preparen dia a dia, siguin o no visibles per als mitjans de comunicació. És més, des d'una perspectiva humanista, interessar-se perquè els pobles visquin en pau no depèn del seu interès estratègic. I és aquesta motivació la que impulsa moltes organitzacions no governamentals a dissenyar i executar programes de cooperació petits, mitjans i no tan mitjans: un seguit de bones notícies.

Fer visible el que passa en aquests països, socialment, culturalment, políticament i econòmicament té un gran interès per a qui se sent compromès amb la millora de les condicions de vida dels éssers humans. Qui se sent solidari i desitja contribuir, en conseqüència, a crear les condicions per una pau justa arreu està interessat en aquesta mena d'informació.

Afortunadament torna a créixer el nombre de persones motivades per les causes solidàries, també el de periodistes que assumeixen seriosament els seu compromís amb la societat i el de mitjans que tenen en compte sobretot el primer increment. Efectivament, l'existència d'espais de solidaritat a nombrosos mitjans n'és una prova.

Aquest volum pretén contribuir a la formació dels periodistes compromesos amb la pau i la solidaritat i a la formació de lectors que efectivament mostrin preferència per una mena d'informació no banal, profunda, compromesa amb els drets humans i la recerca honesta de la veritat.

## NOTES

1. Encara que aquest treball no s'ocupa dels pobres –o més àmpliament dels exclosos socials– dels països del Nord –l'anomenat 'Quart món'–, val a dir que les esquerdes en el sistema comunicatiu també poden jugar al seu favor.
2. Han aparegut molts articles a revistes especialitzades com Voces y Culturas, Le Monde Diplomatique, El Viejo Topo i diversos llibres, que íntegrament o en alguns capítols tracten d'aquest àmbit. Vegis alguns exemples a la bibliografia adjunta.
3. Vegis bibliografia de Freund, Andreas.
4. Vegis la bibliografia de Chomsky i Herman.
5. Tant el cas recent de la guerra a l'ex Iugoslàvia, com la de la guerra del Golf (1991) aporten elements en aquest sentit. Vegis a la bibliografia Giró (1996) sobre el primer i Aguilar i Zeller (1991) sobre el segon.

## BIBLIOGRAFIA

- Aguilar, S. I Zeller, Carlos (1991): "Los expertos entran en escena. Tecnologías mediáticas para situaciones de crisis", a Las Mentiras de una Guerra. Barcelona: Deriva Editorial.
- Borrat, Héctor (1989): El periódico, actor político. Barcelona: Gustavo Gili.
- Camacho, Ana (1994): "El doble filo del silencio. Hablar de África, hoy, en los medios", a La Aldea Global.
- Buisseff, Driss (1994): "Medios de Comunicación y visiones del Magreb. La percepción Norte/Sur en la prensa española", a Voces y Culturas, n1 6- I Semestre 1994.
- Chomsky, Noam i Edward S. Herman (1995): Los guardianes de la libertad. Barcelona: Grijalbo Mondadori. [Original de 1988] ..
- Chomsky, N. (1993): "La ilusión necesaria", a revista Archipiélago n1 9/1992, Castelldefels (Barcelona), pp: 13-35.
- DD. AA. (1994): La Aldea Global. Medios de Comunicación y Relaciones Norte-Sur. Barcelona: Colección intermón, Deriva Editorial.
- DD. AA (1995): Ser periodista en el Mediterráneo, Barcelona: Cuatro Semanas-Le Monde Diplomatique.

- DD.AA. (1997): "el SUR", Pamplona: Medicus Mundi de Navarra.
- Freund, Andreas (1991): Journalisme et mesinformation. Paris: Ed. La Pensée Sauvage.
- Giró, X. (1996): "La intervención de los media en el conflicto" a DD.AA.: El genocidio bosnio. Documentos para un análisis. Madrid: Los Libros de la Catarata.
- Herman, E. (1996): "The Propaganda Model Revisited", a Monthly Review, July-August 1996, n1 3, vol 48, pp: 115-128.
- Roskis, Edgar (1995) : "Images et 'vautours'", a Manière de Voir n1 27, Agost 1995, Le Monde Diplomatique.