

GRUP CLARIS

Mitjans de comunicació i servei públic

Mònica Terribas

Organitza:



Associació d'Amics UAB

Col·laboren:



Mònica Terribas



Mònica Terribas és llicenciada en Periodisme per la Universitat Autònoma de Barcelona el 1991 i doctora en Filosofia per la Universitat d'Stirling (Escòcia) el 1997.

Després de treballar com a redactora als serveis informatius de l'emissora de ràdio Cadena 13, el 1987 entra a TV3 a l'equip de Joaquim Maria Puyal. Ha participat en diversos programes de la cadena en tasques de coordinació, guió i direcció, com per exemple, *La vida en un xip*, *Tres pics i repicó*, *Persones humanes*, *Som i serem* i va dirigir i presentar el debat *Les dures cares*. Del 2005 al 2008 va ser la directora i conductora del programa d'anàlisi informativa *La nit al dia* fins el seu nomenament com a directora de Televisió de Catalunya el 2008, càrrec que va ocupar fins el 2012.

És professora titular del departament de comunicació de la Universitat Pompeu Fabra.

Aquesta ponència va tenir lloc el dia 31 de maig del 2012 a l'hotel Claris de Barcelona. Forma part dels sopars-tertúlies que l'Associació d'Amics UAB i la Fundació Catalunya-Europa organitzen mensualment per a les persones pertanyents al Grup Claris.

Mitjans de comunicació i servei públic

Em fa molt feliç ser a un sopar amb persones d'àmbits tan diversos perquè molt sovint el problema amb el qual ens trobem els professionals de la comunicació és que el nostre món acaba sent una endogàmia permanent del poder polític i del periodisme. Aquest és un dels problemes principals dels que us vull parlar avui perquè crec que és un dels elements que fa que ens trobem un moment de molt de risc pel que fa al periodisme democràtic, a l'exercici del nostre ofici democràticament.

Començaré responnent la pregunta que ha plantejat l'Antonio Franco: Per què un professional dels mitjans que es guanyaria la vida infinitament millor de periodista decideix gestionar un mitjà, no en benefici propi, sinó que en aquest cas, com es tractava d'un mitjà públic, no en va treure res més que feina? Precisament perquè creu en el servei públic. I per què ha d'existir el servei públic? Per què no ens qüestionem que existeixi el servei públic en la salut o en l'ensenyament i en canvi sí que ho fem en els mitjans de comunicació? No ens hem de qüestionar l'existència dels serveis públics que configuren els pilars del nostre benestar i els mitjans de comunicació públics són part fonamental d'una societat que vol estar pluralment informada, que vol garantir

que totes les persones i tots els col·lectius minoritaris i majoritaris rebin atenció, que vol saber que en aquests mitjans trobarà totes les opinions representades, que vol garantir que les persones més fràgils d'aquesta societat puguin explicar els seus problemes. I això és el servei públic de comunicació i, per tant, servir el servei públic és servir la sanitat pública, l'ensenyament públic i tot allò que garanteix que tinguem una societat sòlida pel que fa als pilars del que nosaltres considerem que són drets fonamentals a garantir als ciutadans.

Per tant, tenim mitjans de comunicació públics deficitaris? Lògicament. Deficitaris vol dir que fan dèficit? No. Vol dir que no fan guanys. És a dir, nosaltres donem serveis públics per donar un servei a la ciutadania, llavors quan fem programes culturals no fem beneficis, fem un servei a la societat. I s'ha de poder garantir que això es faci en un mitjà públic perquè si us hi fixeu, en un mitjà privat no existeix aquesta informació ni programació perquè no en treuen un rendiment. Per tant, el servei públic existeix perquè és necessari per a una societat democràtica tenir eines de cohesió social que garanteixin la pluralitat de tot tipus (territorial, social, etc). Els mitjans privats legítimament busquen uns altres objectius i fan una programació en

benefici dels accionistes d'aquests grups i no en benefici de la societat, intenten no transgredir evidentment els mínims, malgrat que ho fan sistemàticament i no hi ha cap llei ni organisme que actuï sobre d'ells. En general els mitjans privats no tenen les obligacions que tenen els mitjans públics.

Per tant, és per això que quan em van proposar dirigir TV3 vaig acceptar-ho. Per una convicció molt íntima i profunda en el servei públic, en el sentit més extens del concepte i perquè em preocupava molt el fet que estava disminuint la força d'aquest servei públic en favor d'opcions privades que l'únic que busquen és l'entreteniment massiu rendible d'audiència a base d'uns valors i de fer prevaler uns comportaments que jo considero que no afavoreixen la qualitat de l'escala de valors socials. I com que això m'amoïnava molt i veia que TV3 estava perdent pistonada en la capacitat d'incidir socialment, m'ho van proposar i després de rumiar-m'ho molt (en aquell moment jo estava presentant un programa minoritari que es deia La nit al dia i jo era molt feliç fent-lo), vaig decidir que ho havia de provar. També perquè un amic em va dir que si a la vida has tingut l'oportunitat de canviar les coses que no t'agradaven i no ho has fet, ets una irresponsable i aquesta sentència és la que em va convèncer que no podia deixar d'intentar ajudar que allò tirés endavant.

Crec que és important que siguem conscients del què ens està passant en el cas dels mitjans de comunicació per la importància que jo els hi dono en el teixit democràtic que

tenim. Crec que tenir uns mitjans de comunicació responsables i potents, públics i privats, és fonamental per garantir la cohesió social. Estem vivint moments molt difícils a nivell econòmic, cosa que vosaltres coneixeu abastament i millor que jo i si no tenim uns mitjans de comunicació responsables, l'efecte de situacions de crisi com l'actual es poden tòrcer perquè és molt fàcil caure en el sensacionalisme i en dinàmiques que potenciïn justament efectes socials que portarien a comportaments, fins i tot, de violència. Això em preocupa especialment.

Crec que estem davant d'unes circumstàncies en les quals es donen diversos factors que posen els mitjans de comunicació en una situació de tempesta perfecta pel que fa a trencar justament el seu rol dins el sistema democràtic. El primer i principal és l'econòmic, però sens dubte no és l'únic. L'econòmic és fonamental perquè els mitjans públics i privats depenen dels recursos que tenen. En aquests moments els mitjans privats estan segrestats essencialment per comportaments empresarials que els han dut a endeutaments progressius per entrar en negocis cada vegada més arriscats, amb la qual cosa la seva estabilitat i el seu futur depenen fonamentalment dels bancs. En la majoria de casos es tracta de grups mediàtics privats i aquí podríem parlar dels grups més importants del país que tots coneixeu. Depenen essencialment que els bancs els hi renovin els deutes permanentment i aquest condicionant fa que les seves decisions ja no siguin d'acord amb la funció que tenen com a mitjans de comunicació, sinó amb la seva supervivència econòmica. És un factor que

afecta de manera molt determinant als grups privats que viuen essencialment pendents dels bancs i també de les subvencions que obtenen de les institucions públiques, que sempre tenen un preu evidentment, perquè quan els governs atorguen ajuts s'estableixen unes relacions que ja no són d'una jerarquia institucional respecte a un negoci privat. Aquest és un risc de dependència greu que està condicionant als grups privats.

Pel que fa al finançament dels grups públics, no cal que us ho expliqui perquè la caiguda publicitària en el mercat que vosaltres també viviu en els vostres àmbits diversos, succeeix també en el camp dels mitjans de comunicació i afecta tant als grups privats com públics. Això fa que els grans grups mediàtics depenguin encara més dels ajuts, subvencions i endeutaments perquè no han reajustat les seves estructures a una situació de crisi que va començar el 2008 i que encara sembla que no ha tocat el seu fons màxim. La caiguda publicitària severa als mitjans de comunicació comença de manera molt clara al 2008 i tots els grups la noten. Estem davant d'una situació que o bé es compensa en el cas dels mitjans públics a través d'ajuts públics i en el cas dels mitjans privats també a través d'endeutament (si no han fet els reajustaments necessaris) o al final qui rep en tota aquesta situació és el periodista professional que deixa de fer periodisme d'investigació per acabar fent feina de titulars, mediàtic, que doni més rendiments. Per tant, el concepte de finançament dels mitjans de comunicació és en aquests mo-

ments un dels factors que afecta realment la capacitat d'aquests mitjans per fer la funció que els toca fer.

El segon factor és que estem davant d'un escenari que, fruit d'aquesta situació econòmica, ens porta a un ecosistema audiovisual a Espanya amb essencialment dos grans grups mediàtics: Mediaset, que com sabeu és el grup italià que a Espanya posseeix Telecinco bàsicament i que ha absorbit part del negoci de PRISA per poder sobreviure, com és el canal de televisió Cuatro, té un objectiu clarament de negoci, sense cap objectiu social, i és el gran grup que en aquests moments està més capacitat per acabar liderant d'aquí a quatre anys vista el mercat audiovisual perquè Televisió Espanyola (TVE) gràcies al marc legislatiu, del que en parlaré després, té un perdigó a l'ala de manera definitiva. El segon gran grup és el del voltant del grup Planeta que posseeix Antena 3 i que actualment està en procés de fusió amb la Sexta, del grup Mediapro, que ara també estan en una fase que la trista realitat imposa. Per tant, a la llarga es perdran el perfil d'aquests canals (Sexta o Cuatro) a causa d'aquestes fusions.

Estem davant d'un ecosistema audiovisual a Espanya amb dos grans grups privats que acumulen la capacitat de negoci. Un sector públic que havia fet un gir molt interessant en la darrera etapa des del punt de vista qualitatiu i des del punt de vista del servei públic, després que TVE cometés un error històric amb l'aparició de la llei de televisions privades l'any 1988. En el moment que Te-

lecinco i Antena 3 van començar a emetre, TVE va decidir que li faria la competència amb els mateixos termes i van intentar que el servei públic pogués batre el sector privat. Amb aquesta idea van fer programació d'entreteniment desdibuixant el concepte de servei públic i TVE durant els últims anys havia perdut molt el perfil, fins que van arribar Luis Fernández i Javier Pons fent un gir a tota aquella etapa i crec que van recuperar en part el concepte d'una televisió de servei públic.

Perdigó a l'ala per què? I aquí ve el tercer factor. Aquests grans grups mediàtics sobreviuen perquè poden parlar directament amb el govern i demanar una llei que els permeti:

- 1) Tenir més publicitat, per tant, que el govern tregui la publicitat dels sectors públics.
- 2) No tenir cap obligació de servei públic.
- 3) Poder negociar fàcilment amb els drets esportius sense que les públiques ho puguin fer.
- 4) Aconseguir que les televisions públiques no puguin comprar pel·lícules a les "majors" sobrepujant les ofertes

I si el govern no ho fa, què passa? La resposta d'aquests grups privats pot ser "Miri els informatius són els que són...". La Llei de l'Audiovisual del 2010 aprovada pel govern Zapatero va situar el sector audiovisual espanyol amb una TVE sense publicitat, va ser per decret. La sortida de publicitat de TVE automàticament beneficia als grans grups perquè acumula més publicitat i TVE perd

una part del seu finançament. Amb una llei que, a més a més, ara Brussel·les els ha dit que no es correspon a la legalitat, que no poden obligar a les companyies de telecomunicacions a pagar quotes per les televisions públiques i que, per tant, no hi ha el finançament que esperava Televisió Espanyola amb el qual s'havien compromès.

De manera que hi ha menys recursos, menys capacitat de producció i aquí els productors que estan acompanyant-nos aquesta nit ho pateixen. Se'n van a Madrid a intentar aixecar pel·lícules, a aixecar produccions i TVE els diu que no hi ha diners per tirar-ho endavant, perquè eren diners promesos, però no han arribat. La conseqüència clara a TVE és que produeixen cada vegada menys i a la llarga això es nota a la pantalla i en el lideratge. El factor legislatiu, doncs, és fonamental. El pes dels grups mediàtics privats sobre el legislatiu és importantíssim, actuen com les grans empreses, com lobbies, perquè en aquests moments els polítics viuen pendents a curt termini de les eleccions que han de guanyar i, per tant, estan molt pendents dels grups mediàtics que els donen suport. La capacitat que tenen en aquests moments els grups mediàtics d'incidir en el marc legislatiu per fer que els afavoreixi és evident i manifest i ho hem viscut a Espanya. Avui hem vist com s'ha fet el primer pas parlamentari perquè les televisions autonòmiques es privatitzin.

El marc legislatiu és fonamental perquè converteix els grups mediàtics en un pas

d'influència sobre el poder polític i aquí cal afegir els bancs. Aquest escenari, el triangle entre política, sistema financer i grups mediàtics es podria reproduir arreu, no només a Catalunya. Economia, sistema de gestió dels grups mediàtics privats, el marc legislatiu, en tot això hi ha un factor que acaba impactant sobre allò que nosaltres rebem de les ràdios, televisions, etc, i és la qualitat del periodisme que es fa.

Els periodistes sotmesos a aquesta dinàmica tenen evidentment en els grups mediàtics privats una situació laboral molt precària perquè el discurs sempre és el mateix: “No deixarem de comprar els drets d’una pel·lícula d’Al Pacino, sinó que aquell periodista al que abans li pagàvem 50 euros per la feina, ara la farà per 40 i demà per 30”. I la continuarà fent, perquè sinó va al carrer i la precarietat en el món periodístic és alta i greu. La conseqüència de tot això és desmotivació: van a les rodes de premsa, reproduïen allò que diuen, van a les redaccions, redacten, tornen...es rutinitza la feina perquè es desmotiven els professionals. Aquesta és una conseqüència que es reflecteix segur en els vostres àmbits.

Però una altra conseqüència és que si un mitjà no té recursos acaba invertint només en allò que és fonamental, i què és fonamental en un mitjà? Vendre més exemplars de diaris, fer audiència de ràdio, de televisió, per tant, invertirà en allò que vagi de cara a barraca, la televisió més entretinguda i espectacular, els informatius més vistosos, amb imatges

d’assassinats, accidents, gent que se suïcida, telenotícies que sovint recorden aquell programa titulat “El Caso”. Recordo un amic meu que em va dir: “Hay que ver Mònica, la inseguridad que hay”. La meua pregunta va ser: “T’han entrat a casa?” “t’han atracat?”, i em va respondre: “No, però per la tele veig que tot està molt malament”. Li vaig dir que durant un mes fes l’exercici de deixar de mirar aquests informatius de la televisió privada i mirés els de TVE i que després d’un mes em digués si seguia tenint aquesta sensació que l’estaven a punt d’atracar. Ho va fer i em va donar la raó. El pes de com influeix la jerarquització informativa i la manera com els periodistes prioritzen les informacions i en què i com inverteixen la informació és fonamental per la percepció que finalment la societat té del que passa.

Enviar un equip de televisió a fer un reportatge sobre un col·lectiu minoritari que lluita per aconseguir uns drets socials vol dir enviar un equip per una cosa que ni serà vistosa, ni serà espectacular, ni generarà audiència. Però s’ha de fer o no? S’ha de fer. Però clar, és molt més barat escoltar el president de la Generalitat perquè faci la primera declaració, agafar el cotxe i anar a buscar al cap de l’oposició perquè li contesti. I si pots ajuntar als dos incerts i que s’estiguin barallant de manera sistemàtica els propers tres dies amb una picabaralla permanent, ja tens audiència. A sobre hauré traslladat a la societat la sensació que els polítics només es dediquen a discutir entre ells quan són moltes vegades els perio-

distes mateixos els que busquen aquesta discussió. Molt sovint els periodistes acudeixen una roda de premsa en què un responsable polític explica un pla d'acció i quan acaba la seva explicació, el periodista li pregunta sobre unes declaracions d'un altre polític, i cap periodista li pregunta sobre el pla d'acció, sinó per temes que generen més audiència. I això és responsabilitat dels periodistes, no és un tema de més o menys recursos, sinó d'ètica professional i d'uns criteris periodístics que s'estan perdent, perquè les empreses periodístiques les dirigeixen empresaris que prioritzen els excels dels resultats econòmics. Es veuen més programes de televisió, es venen més diaris i s'escolten més ràdios si la gent es baralla o s'insulta, tenen més èxit les tertúlies que no diuen res, tot això genera més audiència que no pas portar a un catedràtic d'enginyeria el dia que realment toca parlar d'enginyeria. Acaba parlant del tema un periodista que opina de tot i aquell dia li toca parlar de trens, i de cop i volta escoltes un amic teu que coneixes bé i que de trens no en té ni idea, però que aquell dia li toca anar a la tertúlia.

Aleshores hem entrat en una dinàmica a premsa, ràdio, televisió, a tots els mitjans sense excepció, que ens porta a un periodisme de menys pes, de menys sentit crític, menys investigació, menys paciència, menys nivell. Per tant, quart factor, els periodistes ni tenen el temps, ni els recursos, només tenen la pressió dels seus empresaris per donar audiència. Quantes vegades els periodistes han intentat

tirar endavant una investigació i no se'ls ha deixat? Això passa perquè el que interessa és fer portades atractives, sumaris de telenotícies atractius, tertúlies on la gent és vistosa, però no són experts en la matèria. Els tertulians se seleccionen de dues maneres: perquè els partits els recomanen o perquè quan discuteixen resulta divertit, fan gràcia i si posen aquests dos encara faran més gràcia.

Per tant, factor cinc: crisi de l'opinió pública en la societat democràtica, perquè una de les funcions fonamentals dels mitjans de comunicació és la formació de l'opinió pública, és a dir, interpretar aquesta realitat que el periodista veu i a la que el ciutadà no hi té accés i permetre que al ciutadà li arribi la realitat de la manera més objectiva i plural possible. Aquesta és la funció número u del periodisme, després és mirar aquesta realitat i interpretar-la per donar-li claus al ciutadà perquè pensi el que bonament vulgui. Per tant, l'opinió no és una de les funcions dels periodistes, tot i que se l'han atribuït d'una manera molt notòria, sinó que realment la funció és interpretar aquesta realitat.

Qui està interpretant aquesta realitat? Essencialment estan creant l'opinió pública periodistes i ex polítics a través del sector audiovisual (a la premsa la situació és millor). Per què? No perquè hi hagi endogàmia en el sector i els periodistes s'ajudin entre ells i els col·loquin a les tertúlies, sinó essencialment perquè s'expliquen millor que els enginyers, científics, etc. I com que el que busquen les

tertúlies és espectacle, acaben recorrent a aquells que s'expliquen comunicativament d'una manera més brillant. Per tant, tenim una opinió pública poc transversal, poc democratitzada, perquè el més lògic seria que la nit abans o el mateix matí (i sé que no és fàcil), es mirés quin és el tema del dia i es portés quatre especialistes del tema que expliquessin bé a la gent el que s'està discutint, amb òptiques diferents, però gent experta del tema en qüestió. I no com s'està fent actualment, portar gent que ha seguit el que es diu sobre el tema i pot reproduir-ho de manera animada. D'aquesta manera transversalitzaríem l'opinió pública perquè el que passaria és que el dia que es parlés d'un tema de química vindrien experts químics, el dia que es parlés de la universitat pública vindrien experts en aquest tema, gent que està al capdavant de les universitats públiques, per exemple. L'opinió pública està amenaçada per aquest empobriment sistemàtic de la mirada pública sobre aquests temes.

A això hi heu d'afegir la creació de continguts, que cada vegada queda més reduïda a qui crea èxits, i qui crea èxits és qui s'emporta la part d'influència social més important, perquè els programes d'èxit a la televisió i a la ràdio es posen a la franja de més audiència i és on hi ha més impacte social. Això acaba generant de manera sistemàtica que els valors que traslladen aquestes propostes són els que s'acaben imposant. Per això no hauria de sorprendre a ningú que la gent conegui més el personatge de Belén Esteban que a Mariano

Rajoy. I això és així i té uns responsables, que són els empresaris dels grups que han potenciat que aquells continguts siguin els que prevalen a les pantalles.

A tots aquests factors, cal afegir-ne un altre que fa que la situació sigui molt complicada. Estem en una societat que a través de xarxes socials i internet té una pressa sistemàtica per saber-ho tot a cada segon, hem creat en el ciutadà un allau d'informació, que no vol dir contextualització de la informació, sinó només dades constants. De manera que els mitjans de comunicació han quedat capturats per aquesta velocitat i aleshores la prioritat és dir ràpid i en directe la notícia a tots els debats de les xarxes, però a les xarxes hi ha molta gent que opina de manera sistemàtica i sense cap fonament. Evidentment té un potencial molt positiu i a tenir en compte, però alhora no es pot convertir en la influència màxima dels mitjans tradicionals perquè llavors deixen de validar les informacions, reflexionar-les, etc, i es dediquen a reproduir els debats que es generen a les xarxes socials, perquè sinó no són moderns i no estan al dia, i ara el que és més avançat és estar tot el dia a les xarxes socials, penjant coses, motivant, generant debat, etc. Aquesta sobredimensió que hi ha de la informació de manera sistemàtica (la gent està tot el dia rebent informació), fa que si aquest discurs via xarxa, internet, etc, no es correspon amb la informació dels mitjans tradicionals, que tenen la influència econòmica, política etc., llavors la desconexió entre mitjans i societat és absoluta. I en aquest moment es

perd la credibilitat del mitjà, perquè la gent veu el seu discurs i no es correspon amb la informació de la xarxa, del que li diuen els amics. D'aquesta manera, els periodistes passen a no ser creïbles (aquests tenen influència d'aquests partits polítics...). La connivència entre sistema polític i sistema mediàtic està afectant la credibilitat dels mitjans i això a la llarga el que fa és distanciar socialment la gent dels mitjans que consumeix.

Per tant, ens falta un model que faci que aquests grups, que necessàriament hauran de fer un replantejament perquè això ens porta al desastre absolut des del punt de vista de la informació, tractin d'establir la creació d'uns continguts, que evidentment s'expressaran a través de la xarxa, televisió per internet, ràdio. D'una altra manera el paper anirà desapareixent de manera progressiva, els diaris passaran directament a la xarxa, i tot això ens portarà a uns grups mediàtics que el que faran seran uns continguts per ser consumits per múltiples pantalles, però que forçosament hauran de tenir en compte tota aquesta velocitat a la que està sotmesa la informació. Conseqüència de tot plegat? Jo crec que de la mateixa manera que tots diem que aquesta crisi ens ha de portar a un canvi de lògica i de sistema perquè sinó no ens en sortim, en el periodisme també estem davant de la necessitat brutal de desfer determinades lògiques que ens han portat a aquest cul de sac, perquè sinó perdrem una de les eines fonamentals perquè la gent estigui tranquil·la. La gent que no es dedica a la comunicació hauria de

poder-se llevar tranquil, sense voler escoltar i saber-ho tot i fiar-se'n que quan consulti una notícia, sabrà allò que ha de saber. És a dir, els nostres enginyers i arquitectes no haurien d'estar tot el dia connectats a les pàgines web per saber què passa al món, no hauria de ser així, però no se'n refien dels mitjans. Llavors hi ha d'haver un canvi a la força. Tot aquest sistema de grups no s'aguantarà, a la llarga aquests endeutaments massius portaran evidentment a un oligopoli audiovisual claríssim, però malgrat això, la societat necessita, perquè ho reclama, una informació més ajustada a la seva realitat de cada dia i menys pendent dels pactes polítics. La gent desconfia de les capçaleres, dels grups, dels periodistes, perquè els sent a les tertúlies opinar i després escriure cròniques com si hi hagués una no distància entre l'article d'opinió, el que diu a la tertúlia i el que després explica a la crònica política del dia i això ha de fer un crac en algun moment i, per tant, com que el farà, jo sóc molt feliç. Això era essencialment el que us volia dir.