



MIRAR A CONSCIÈNCIA

JORDI CÒDOL

En plena crisi econòmica, i per extensió social, institucional, de valors i de tots els afegitons que hi vulguem posar, una mirada responsable es fa més indispensable que mai. Compromesa, crítica, punyent... però responsable. Especialment entre els mitjans de comunicació, des d'on es vehiculen els missatges que determinen bona part de l'opinió pública. Més enllà de la immediatesa dels 140 caràcters, que converteix qualsevol ciutadà en transmissor de la realitat, de les facilitats per a la creació de nous continguts i de les múltiples plataformes que té la societat per expressar-se, avui és més necessari que mai tenir marcs prou sòlids i legitimats que siguin una bona garantia per a una correcta comunicació de la informació.

El periodista i investigador nord-americà Walter Lippman, un dels principals teòrics de la matèria, definia, ja a principis dels anys

vint del segle passat, com l'opinió pública és dependent dels mitjans *Public Opinion* (1922), un sistema vigent a dia d'avui, en què tot espai audiovisual contribueix a la creació d'opinió. Lippman determinava que, en el seu ús i consum generalitzat, la premsa tendeix a reduir la realitat a estereotips. I això ho deia molt abans de l'esclat de la petita pantalla, que ho ha portat fins a les últimes conseqüències. Recollint-ne el plantejament, el catedràtic de teoria de la comunicació de la UPF Josep Gifreu es preguntava en un dels quaderns del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre immigració «quina imatge pública de la problemàtica immigratòria contribueixen a crear les cadenes de televisió aquests darrers anys» (*La televisió i la construcció d'una imatge pública de la immigració*). Un posterior estudi també del CAC (*La presència de la immigració en la informació*) recollia el 2009 que gairebé la meitat de les peces on es tracta el fenomen se situa en l'àmbit policial o judicial i conclouia que això n'estigmatitzava el col·lectiu. Aquesta tendència, en paraules del doctor en psicologia i catedràtic de l'àrea de Comunicació Audiovisual i Publicitat a la Universitat de Salamanca J. J. Igartua, «contribueix a assenyalar una oposició del tipus ells/nosaltres, assignant els elements negatius a ells (exogrup/immigrants) i els positius a nosaltres (endogrup/autòctons)».

Per això, un dels vessants on els mitjans tenen especial res-

ponsabilitat, per l'impacte entre la societat i per l'evolució i demografia de les poblacions migrades, és a l'hora d'assenyalar l'origen de molts protagonistes de la informació. És fàcil coincidir amb tot tipus de notícies de successos; el que probablement cal replantejar-se (o senzillament recordar) des dels mitjans és el tractament que es dona i les recomanacions que fa tant el CAC com el Col·legi de Periodistes: «Les referències a l'origen o el color de la pell sovint no afegixen informació rellevant, no és estrictament necessària per a la comprensió del fet i, en canvi, actuen com a reforçament de prejudicis i com a clau implícita d'interpretació d'intenció negativa o condemnatòria. Convé administrar amb criteri responsable, ponderat i crític aquesta mena de referències per tal de servir estrictament les exigències d'una informació detallada, precisa i completa».

Sobren exemples, avui, en què el racisme és present a moltes capes de la societat. Des de SOS Racisme i Unitat contra el Racisme s'han fet diverses crides a la responsabilitat, assenyalant els partits polítics, pel discurs, i els mitjans de comunicació, per la influència que tenen. I tot amb l'ombra de l'extrema dreta avançant cada vegada a més institucions.

El director de Vilaweb, Vicent Partal, considera que «en general la premsa catalana ha pres nota del tema, sobretot pel que fa a identifications i és bastant respectuo-

sa». Partal posa alguns exemples que poden ser prou clarificadors: «La regla és simple, la nacionalitat o la religió no és un tret important llevat que tingui alguna rellevància (si és romanès és irrellevant, si forma part de la màfia romanesa és important)». ¿I en un cas com l'agressió al metro de Barcelona del mes de juny? Sembla pertinent indicar la nacionalitat de l'agredit, per les motivacions racistes, però ¿assenyalar la nacionalitat de l'agressor? ¿Podria contribuir als prejudicis de què alerta el CAC? «En el nostre cas, la nacionalitat del jove rus la vam dir perquè l'extrema dreta té una gran fascinació per Putin i hi ha moviments a Barcelona que han desenvolupat aquesta admiració. En aquest context ho vam afegir», respon el periodista.

Amb tots aquests ingredients, un altre repte apareix al debat, del qual tampoc no poden defugir ni Igualada ni la comarca, tenint en compte que l'extrema dreta també ha aparegut: ¿quin tractament periodístic cal donar a Plataforma per Catalunya? «Aquest és un debat molt complicat a tot Europa. Passa a França, a Grècia... la nostra posició sempre ha estat la mateixa, parlar clar: racista sempre entra en la definició de PXC. Tampoc té sentit amagar l'actuació de ningú, no creiem en el cordó sanitari, silenciar-los. Existeixen i el que hem de fer és parlar molt clarament. En l'opinió pots dir el que vulguis i en la informació cal adjectivar-los del que són, racistes, i parlar clar. Silenciar-ho

a mi em sembla un error, perquè una societat democràtica ha de poder parlar de tothom, encara que siguin racistes».

Els mitjans de comunicació tenen la responsabilitat d'aconseguir una mirada prou distanciada, alliberada de prejudicis i conscient dels efectes que provoca als consumidors. Uns consumidors, d'altra banda, amb cada vegada més eines per fiscalitzar aquesta mirada.