

Bon dia, senyor rector, membres de la comunitat universitària, senyores i senyors

Em pregunto, sincerament, si mereixo aquest generós reconeixement, però estic molt contenta i satisfeta que hagin decidit que sí. Em comprometo a esforçar-me per mereixèr-lo i no defraudar-los.

Jo no sóc acadèmica i tinc un profund respecte i admiració per les institucions d'ensenyament. Els agraeixo, doncs, que m'acceptin com a col·lega i com a igual.

Si m'ho permeten, l'honor d'aquesta incorporació simbòlica al Claustre d'aquesta prestigiosa Universitat Rovira i Virgili vull dedicar-lo al meu pare, insaciable lector, i al meu avi matern, insaciable viatger. Desgraciadament ells ja no hi són, però sense la seva comprensió, el seu suport i el seu exemple jo mai no hauria arribat fins aquí.

D'altra banda, tots dos eren tarragonins, del Penedès i de la Conca de Barberà. Aquest doctorat és, doncs, molt commovedor per a mi. Estic profundament vinculada a aquesta terra des de la meva infantesa. Porto gravades a la memòria imatges inoblidables i relats inspiradors que han anat marcant la meva trajectòria vital i professional. He fet del món la meva llar, però he tingut molta cura de les meves arrels. Per mi, com deia Hemingway, casa meva no és per viure-hi, és per tornar-hi, i jo tornaré aquí.

No vull deixar-me dur per l'emoció o pel sentimentalisme. No puc ni vull malgastar una oportunitat tan valuosa en records personals sinó que l'aprofitaré per parlar-los d'una professió, el periodisme, que és molt més que això: és una forma de vida, una missió. I està en perill.

M'agradaria que reflexionéssim plegats sobre el seu paper en la societat que estem construint. En aquesta sala, en aquest moment, conflueixen dos dels seus pilars fonamentals: l'educació i la informació. Ambdós camps tan irresponsablement esbatussats pels poders polítics i econòmics en aquest escenari mundial d'avui dia, en què tot té preu, però no pas valor, en què l'èxit no es basa ja en l'excel·lència.

Sense el coneixement és impossible bastir l'edifici de la Justícia. Sense saber què passa és impossible defensar la llibertat. Educadors i periodistes —permetin-me que els posi al mateix nivell— som els paletes que intentem construir un món del qual ens puguem sentir orgullosos.

Thomas Jefferson, tercer president dels Estats Units d'Amèrica i principal redactor de la declaració d'independència, escrivia que una nació ignorant mai no pot ser lliure. L'objectiu del periodisme és buscar la veritat fins allà on sigui possible. Intentar de comprendre allò diferent, la complexitat. Esforçar-se per ser capaç de transmetre-ho i explicar-ho. Maldar per promoure el canvi a millor i per a tothom.

En l'actual món globalitzat, informació no equival a comunicació. La llunyania física s'elimina de forma espectacular, però no pas, en la mateixa mesura, la llunyania cultural i econòmica.

Mai la nostra relació amb la realitat ha estat tan sistemàticament mediatitzada; no obstant això, encara que la televisió ha abolit les distàncies, no ha sabut, o no ha volgut, reduir les diferències.

La televisió és un espectacle referencial compartit. Crea un nou vincle social en una època en què es debiliten els valors col·lectius.

L'increment del flux de mitjans de comunicació genera més missatges. Malgrat això, no comporta més comprensió mútua. Per evitar el xoc de civilitzacions cal treballar per la cohabitació de la diversitat. És fonamental acceptar punts de vista diferents i respectar la multiplicitat per aprendre a cohabitar. El millor del món és que conté diversos mons. La diversitat és un patrimoni de la humanitat. Preservar-la, entendre-la, acceptar-la és un repte quan la tendència és a l'homogeneïtzació, els patrons d'uniformització accelerada hostil.

Els mitjans són, ara, els principals transmissors de cultura i de coneixement de l'altre. Només oferint la diversitat contribuiran a l'expressió pluralista de valors culturals, socials i polítics.

Albert Camus va dir, el 1951, que hi havia una filiació gairebé biològica entre l'odi i la mentida. Tan sols serem capaços de dir la veritat si substituïm l'odi per la comprensió de la diferència.

Identitat-cultura-comunicació és el gran triangle que hem de combinar, remarca l'estudiós de l'altra mundialització Dominique Wolton. No es poden subestimar les dificultats de la immensa majoria per adaptar-se a l'obertura del món, que amenaça a empassar-se la seva identitat.

La televisió actua, amb freqüència, com a reproductora i disseminadora de prejudicis. Com a servei públic ha de servir la societat, no pas servir-se'n d'ella. La informació televisiva no ha de ser tractada com un negoci. És massa important per deixar-la en mans del mercat.

Diversos escàndols de periodistes que inventaven els seus articles en diaris principals dels Estats Units i d'Europa proven que la pressió empresarial pel dividend i l'obsessió per l'èxit posen aquests paràmetres per davant de la qualitat.

La major despesa en l'actualitat es fa a disseminar les notícies, no pas a recollir-les. S'inverteix en el *hardware*, la tecnologia, no pas en el *software*, els periodistes. Es retalla personal i temps. Cal explicar-ho tot en un minut. Es dona com a producte final allò que gairebé només és material en brut.

La televisió és, sovint, culpable d'una paradoxa. Quan expliquem l'aldea global, en comptes de ser globals som fragmentaris. La pantalla dona la il·lusió que el fragment televisiu és la realitat total. En una manifestació amb escassos participants, si concentren les càmeres sobre el petit grup, augmenta la importància real de la protesta; si mostren les voreres, a banda i banda, on no passa res, la col·loquen en la seva exacta dimensió.

Com que aquest tipus de pràctiques abunda, amb intenció o fins i tot sense, és clau la possibilitat d'accedir a més d'una versió dels fets. D'això es deriva la necessitat que als conflictes de l'Afganistan i l'Iraq, per exemple, juntament amb les televisions nord-americanes hi fossin les europees i Al Jazeera, la cadena de Qatar, i Al Arabiya, el canal via satèl·lit de Dubai. Fonts, en definitiva, amb òptiques diferents.

Per desgràcia, proliferen els mitjans amb el mateix missatge. Per tant, són imprescindibles les perspectives globals, en particular els periodistes *in situ*, encarregats, explica Ryszard Kapuscinski, de la gran responsabilitat de donar sentit a les diferents realitats, de superar les fronteres polítiques i psicològiques.

La diversitat cultural i l'heterogeneïtat lingüística són una riquesa, però alhora són un obstacle per a la comunicació. No obstant això, el futur depèn del diàleg. Els canvis facilitats per la tecnologia no han atenuat la divisió nord-sud ni han reduït les desigualtats ni millorat l'aproximació a la diversitat.

Els mitjans fallen a l'hora de proporcionar la informació que la societat necessita per prendre decisions que l'afecten; tot i que, sovint, ni tan sols se n'adonen, o tot i ser-ne conscients, prefereixen mirar cap a un altre costat.

Hom diria que la lluita contra el terrorisme és l'única que s'ha de disputar. No obstant això, n'hi ha d'altres, com la lluita contra la injustícia. Poques vegades la violència se'n considera el seu resultat, remarca l'escriptor uruguaià Eduardo Galeano. Tal com passa amb la pobresa, es prefereix inscriure-la en l'ordre natural de les coses com una cosa fatídica i inevitable...

Informar bé, amb precisió, en un món de diversitat, de gèneres, de generacions, de races, de cultures, d'interessos, és el gran repte davant del qual el periodisme agonitza.

Quan es va produir l'atemptat de Bali, el 2002, els anomenats països occidentals —sinònim de desenvolupats— es van afanyar a recomanar als seus ciutadans que no viatgessin a aquella illa ni al país, Indonèsia. Els balinesos es preguntaven per què ningú no va recomanar no viatjar a Nova York ni als Estats Units després de l'11 de setembre. Pocs mitjans van transmetre aquest plany. D'altra banda, es parlava dels morts australians, però amb prou feines dels balinesos. Si no hi haguessin mort turistes estrangers, el periodisme internacional no hauria estat allà amb el mateix desplegament per explicar-ho.

Com no podria ser d'altra manera, va ser a Mumbai, capital econòmica de l'Índia, el segon país més poblat del planeta i la democràcia més gran, quan diverses bombes en un tren de rodalies van matar, al juliol de 2006, 209 persones. L'interès exterior va ser escàs i curt, contràriament al que va passar després dels actes terroristes de Londres, el 2005, on en van morir 52.

En general, les efemèrides acostumen a ser "blanques". Es recorda Hitler i l'holocaust, però qui parla de Pol Pot i de l'extermini de cambotjans a mans dels khmers rojos? Es dediquen hores a la cobertura de judicis a personatges buits de la faràndula i l'esport i no es presta cap atenció als judicis a genocides i violadors dels drets humans al tribunal internacional de l'Haia.

Cada cop que posem les nostres diferències davant de les nostres semblances iniciem un procés d'enfrontament. La gent tenim diferents creences, assumpcions, actituds, valors, que porten a interpretar els missatges. S'entén el que es pot o el que es vol.

Els periodistes no tenim prou a esforçar-nos a relatar fets amb la màxim exactitud, sinó que també hem de procurar utilitzar el llenguatge correctament.

Les paraules no són innocents i cristal·lines. Desplaçats es fa servir en lloc de deportats; danys col·laterals, per morts civils; ajuda per ocupació, moviment d'alliberament, per terrorisme o viceversa.

La mentida lingüística és manipulació, o almenys, irresponsabilitat. Es tendeix a utilitzar les paraules amb lleugeresa, a etiquetar sense matisos, a estereotipar.

El periodista ha de saber posar-se en el lloc de l'altre, patir amb l'altre, respectar l'altre. La comprensió és la qualitat essencial d'un corresponsal, principal responsable de transmetre la diversitat.

Però, on es col·loquen i on no els operatius tècnics que permetran l'enviament d'imatges, en el cas de la televisió? En el cas de la televisió no ho decideix el corresponsal, sinó les grans empreses periodístiques i les agències internacionals.

Sovint sorgeix la pregunta de si la premsa és on hi ha la notícia o si la notícia és on es troba la premsa.

Els mitjans influeixen pel que diuen i pel que no diuen. De fet, el més important és que estableixen l'agenda. L'ordre del dia. No es tracta només de sostenir una postura o una altra. És més complex. Es fixa no el que hem de pensar, sinó en què hem de pensar. Guerra, terrorisme, catàstrofes... Per què no fem i desigualtats? No és fàcil estirar temes oblidats i animar el debat.

Els grans grups de comunicació no tenen ganes de veure a la plaça pública el tema de la censura econòmica en el context de la creixent concentració de mitjans i els governs autoritaris estan poc inclinats a respondre pel seu règim de censura política.

La societat civil s'enfronta a totes les dificultats possibles per fer sentir la seva veu a propòsit de la relació entre democràcia, diversitat i mitjans.

Els estereotips de raça, sexe, edat, religió, grup ètic, procedència geogràfica, aparença física, condició social, paper adjudicat d'entrada són presents i s'esmunyen dins de la informació. No cal ser porter de la realitat, però cal vigilar. És impossible el periodisme totalment pur, autònom, independent, però cal buscar-lo amb esforç.

Per vèncer la temptació de prendre partit en casos de conflicte, cal entrenar els instints contra les trampes que planteja l'ambient en què es mouen els mitjans. Fins i tot, els més veterans hi poden caure. Quan es va entrar a Kabul, el col·lega de la BBC, John Simpson, de reconeguda qualitat professional, es va deixar endur. La seva narració feia la impressió que eren ell i la BBC els qui estaven alliberant la ciutat. Després va reconèixer el que havia passat i va demanar disculpes.

Fa vint anys que em moc en la diversitat amb humilitat i respecte. Intentant aprendre-la i entendre-la. Cultivo fonts multiculturals amb la finalitat de tenir-les a mà quan tinc pressa. No obstant això, m'adono que, a vegades, no sé o no puc distanciar-me'n prou.

Explicar la diversitat és necessari per entendre el món. Però per fer-ho cal temps per a la reflexió, espai per al relat i una empresa interessada en la seva importància i en el valor de la informació internacional.

Però en els mitjans de tot el món té prioritat la rapidesa i els cròniques s'encongeixen.

Quan vaig arribar als Estats Units, el 1983, una peça per al *Telediario* era d'uns tres minuts. A la Unió Soviètica, el 1988, era de dos i mig. A Amèrica del Sud, el 1990, era de dos. A Itàlia, el 1993, d'un minut i quaranta segons. A Rússia, el 1996, d'un minut i vint-i-cinc segons. A Àsia, en aquests moments, ronda un minut, un minut i deu segons.

Els criteris de selecció d'allò que entra en un informatiu són, si més no, curiosos. Vam parlar molt de la SARS, la síndrome respiratòria aguda o pneumònia atípica, el 2003, afecció de la qual van morir 812 persones. Però no de la malària, que en mata milions tots els anys. La pneumònia podria arribar a Occident, la malària no.

La tecnologia cada cop facilita més la transmissió de notícies des de qualsevol lloc, immediatament i en directe. Malgrat això, només està a l'abast de pocs i són aquests pocs els qui decideixen quan, on i com s'utilitza.

Hi ha una pregunta clau que ens hauríem de respondre amb sinceritat: ¿els mitjans de comunicació són mirall de la realitat o, al contrari, en són un simple maquillatge per fer-la més atractiva i més productiva per a les empreses? Els telenotícies seleccionen els temes que importen o els que impacten?



A mesura que les empreses periodístiques són comprades per grans companyies, que la promiscuitat empresarial creix amb aquests conglomerats que produeixen sense distinció programes de televisió i neveres; que la televisió pública desdibuixa el seu paper social... Quan se sacrifica el rigor periodístic en benefici dels índexs d'audiència; quan els tribunals sentencien contra els periodistes que defensen el secret de les seves fonts, quan es difon o publica una cosa abans de comprovar-la... la veu del periodista perd força, i en conseqüència, cada cop participa menys en el disseny de la informació.

La investigació periodística es converteix en acte secundari. Les crítiques i l'anàlisi, dues eines bàsiques, es debiliten. S'arriba al punt de fer creure al receptor que veure un esdeveniment en directe és sinònim d'entendre'l. Creix la sobrecàrrega de notícies. S'aguditza la crisi de la veritat en la informació.

L'allau de telèfons mòbils, per satèl·lit, Internet, crea un mur de soroll i moviment frenètic que suspèn el silenci i la reflexió. Dificulta la creació d'una opinió pública sana capaç de ser bastió de drets i llibertats.

Els qui treballem en la premsa lluitem per disminuir el temps de la nostra activitat i per ampliar l'espai de la nostra atenció. Per distingir, com advertia Antonio Machado, les veus del ressò.

Quan als Estats Units es va decidir que la informació havia de donar diners, quan se'n va descobrir l'aspecte mercantil, se la va convertir en mercaderia. Cotitza en borsa i ha de donar beneficis. Les pressions del mercat han erosionat la qualitat del periodisme.

L'avenç tecnològic no equival a més qualitat de la informació. És una eina excepcional, però obliga a explicar coses sense temps per saber què està passant i, a més, cobrir instantàniament cada esdeveniment condueix a la confusió entre el que és més recent i el que és més important. Simplement, el fet que alguna cosa acabi de succeir no la fa essencial.

El periodisme necessita context i prioritats. Separar el gra de la palla. Els fets no succeeixen en el buit. Perillosa tendència a eliminar els "vells" especialistes.

La joventut i la bona presència no fan nosa, però són un substitut insuficient del coneixement i de l'experiència.

En un altre aspecte, les amenaces a la llibertat de premsa que acostumaven a ser de caràcter polític ara provenen de la pressió econòmica.

La naturalesa de la premsa vista com a negoci l'ha fet canviar de forma dràstica. Les prioritats comercials incentiven la barreja de notícies i espectacle. És una estratègia per incrementar l'audiència. El déu ocult d'aquest univers, segons el sociòleg Pierre Bourdieu.

S'amplien pressupostos per als esports, el safareig, els *reality shows* i es retallen per als programes informatius. La concentració empresarial i l'escassetat de programes de qualitat són els dos problemes principals de la televisió europea, segons un estudi de l'Open Society Institute, de la Fundació Soros, i cal no oblidar que la televisió continua sent la primera font de notícies per a la majoria d'uropeus.

Però estem en l'era de l'infoentreteniment. Es presta més atenció a allò banal i frívol que no pas al que és seriós i rellevant. A l'era de la globalització, curiosament, baixa l'interès pel que passa lluny i pel debat dels grans temes.

És significatiu, igualment, tal com indicava el 2004 el periodista nord-americà Ted Koppel, de l'ABC, que molts joves i no tan joves tinguin el seu únic contacte amb les notícies mitjançant les emissions de matinada en clau d'humor, que ofereixen gairebé totes les cadenes. Es referia als Estats Units, però el fenomen s'està produint ja a Europa i a Espanya.

Cada cop és més difícil distingir entre els pallassos i els domadors, entre els actors i els analistes, entre els humoristes i els professionals de la informació.

Jo, igual que Koppel, no tinc cap objecció contra els *entretenedors* (diria, si aquesta paraula fos correcta) que fan de periodistes, però sí tinc objeccions contra els periodistes que pretenen entretenir.

Hi havia una vegada una televisió que no demanava compte de resultats econòmics als serveis informatius sinó que els exigia seriositat, rigor, el compliment de la seva funció social.

A l'hora de seleccionar la informació, el criteri es basava en la importància real dels temes per al ciutadà i a l'hora d'elaborar-la es buscava la forma més precisa de comunicar-los i explicar-los.

No obstant això, un programa que decideixi explicar el que és autènticament rellevant és, lamentablement, un luxe inassequible i insostenible per a les televisions. Fins i tot, per a la televisió pública. Quan els informatius formen part del mercat, o donen el que el mercat vol o fan fallida.

La televisió d'avui està més interessada a distreure, divertir, enganyar, i la nostra societat opulenta, confortable, satisfeta ha generat al·lèrgia a tota informació desagradable, inquietant, que obligui a pensar i a sacrificar-se. El públic té la seva part de responsabilitat.

Ens podem preguntar, però, si l'espectador no va començar a considerar la informació menys seriosament quan el periodisme televisiu va començar a perdre la seva integritat, a dissenyar notícies per als més joves, a tractar-les com si fossin entreteniment, a prendre-les més a la lleugera.

El món, assenyala David Hayes al portal nord-americà de debat Open Democracy, entra al segle XXI amb un dèficit d'idees, d'ètica, d'institucions i de lideratge polític. Davant de l'estressant quantitat d'informació, la gent es refugia en allò tribal. Caldria afrontar els reptes amb un "nosaltres global", però la incògnita és com s'aconsegueix.

No s'està construint una societat de ciutadans sinó de consumidors amb els pecats socials que assenyalava Mahatma Ghandi: riquesa sense treball, plaer sense consciència, ciència sense humanitat, política sense principis, comerç sense moral, devoció sense sacrifici.

Per acabar, vull invocar els joves que ens acompanyen, tan nombrosos en aquesta cerimònia, perquè es projectin cap al futur recordant aquesta llista de Ghandi i el propi passat, fonament i patrimoni. Només la saviesa i la memòria impedeixen repetir errors.

Tucídides deia que cal triar entre descansar o ser lliure. En aquest món cada cop més globalitzat i més petit es necessita l'esforç de tothom.

Malgrat que treballo amb les paraules a diari, mai m'abandona el dubte i la dificultat de trobar les més precises, les més justes, les més clares i, en aquesta solemne i entranyable ocasió, no sé quines triar per expressar la meva gratitud. Tot i que probablement la millor sigui la més senzilla: gràcies.