

Universitat Pompeu Fabra
Estudis de Periodisme
Departament de Periodisme i Comunicació Audiovisual

**Ètica i televisió informativa.
Anàlisi comparativa dels codis
deontològics de nou cadenes
d'interès mundial**

Tesi doctoral de
Salvador Alsius Clavera

Dirigida pel Dr. Josep Gifreu i Pinsach

Barcelona, 1996

Volum primer

2.4. La normativitat de la deontologia periodística

La deontologia professional, segons que hem anat veient, és un dels substrats bàsics de l'ordenament jurídic que regula l'activitat dels diferents sectors professionals. Al mateix temps, complementa les normes legals en aquells camps o aspectes on la societat, per causa del sistema polític imperant o per l'existència de zones d'incertesa jurídica, no ha positivitzat unes normes. Al seu torn, la deontologia tendeix a concretar tot allò que treu de l'experiència en uns reglaments que, eventualment, poden tenir un caràcter "positiu" en el sentit d'estar configurats de forma sistemàtica i articulada. Són els anomenats "codis deontològics" o "codis de conducta professional" que naixen en el marc de les associacions professionals o en el si de les empreses periodístiques. La deontologia té sempre una base empírica en el sentit de que emana de l'exercici quotidià de la professió, però això no treu que pugui estar animada i emparada des d'altres instàncies socials, ja sigui des del poder constituït o des de la base mateixa de la societat civil.

Com no podia ser d'altra manera, la deontologia periodística neix i es desenvolupa a mesura que ho fan els mitjans de comunicació, i de forma paral·lela a la definició del periodisme com una professió reconeguda. Aquest procés passa per l'establiment d'uns sistemes de formació professional i també per l'emergència de diferents fórmules associatives com sindicats i corporacions de base diversa. Al mateix temps, la deontologia es desenvolupa com un reflex de la consideració social respecte a la informació: aquesta és entesa en primer terme com un fenomen sociològic de primer ordre, després com un element bàsic dels sistemes democràtics i, al cap i a la fi, com un dret humà. La consideració de la informació com un bé social fa que no siguin només els periodistes els interessats en la seva protecció, sinó la societat en el seu conjunt. I això dona peu a que, al costat dels codis deontològics, apareguin també els anomenats "consells de premsa", entitats d'origen i abast divers que tenen com a raó de ser el control de la qualitat de la informació i la integritat de les formes de difusió de la mateixa.

L'establiment de codis deontològics es produeix gairebé de forma simultània a Europa i als Estats Units. L'origen i la intencionalitat d'aquests codis és diversa. En uns casos, són induïts d'una manera clara pels poders polítics establerts; en altres casos, les corporacions professionals els impulsen com una manera d'anticipar-se a una possible regulació legal que

podés posar en perill la llibertat d'expressió. De qualsevol manera, el factor comú dels codis deontològics és la voluntat de combinar la llibertat de premsa i l'exercici responsable de la funció informativa. Així ho expressa Porfirio Barroso: "Els codis deontològics dels 'mass media' nacionals i supranacionals no tracten de fer renàixer un 'nou ordre moral', artificial o imposat i propi d'uns altres temps, sinó que resumeixen els desigs de les organitzacions professionals de 'moralitzar' en el millor sentit de la paraula, és a dir, evitar que la premsa es deixi deformar el seu paper i funció social o la seva finalitat i objectiu, o es presti a tota mena d'abusos d'individus o organitzacions. Els codis d'ètica professional del periodisme son, d'aquesta forma, la defensa i salvaguarda de l'honor i la dignitat professional dels periodistes dels 'mass media'".⁷⁰

El codi més antic del qual hi ha referència és el de Kansas, que data del 8 de març de 1910. A aquest en segueixen altres en diferents estats americans (Missouri, 1921; Oregón, 1922; etc.). Pel que fa a Europa, trobem que l'any 1918 el Sindicat Nacional de Periodistes francès adopta la "Charte des devoirs du Journaliste", que té caràcter fundacional del mateix sindicat, mentre que a Suècia (país que té l'honor d'haver promulgat la primera llei sobre llibertat de premsa del món, el 1776) estableix un codi ètic l'any 1923. Son dades del que en podríem dir la "prehistòria" de la preocupació deontològica.⁷¹

La tradició liberal de la premsa als Estats Units és remarcable. Recordem que la llibertat de premsa va ser reconeguda com un dret des de la Independència, a finals del segle XVIII, i que la Primera Esmena de la Constitució la va arrelar fortament en la consciència pública de la nació. Però durant més de cent anys aquesta llibertat és entesa principalment des del punt de vista individual, com una forma de fer possible l'expressió de noves idees i de noves sensibilitats. Era viscuda més com un exercici d'eixamplament intel·lectual que com un fenomen amb implicacions econòmiques i polítiques. És quan les noves disponibilitats tecnològiques fan possible l'existència d'una autèntica comunicació de masses i que la informació mateixa esdevé una mercaderia amb la qual es poden fer grans negocis que la llibertat mateixa comença a ser mirada també com una matèria primera de la nova indústria de la informació. Amb el temps, les mateixes empreses entenen que cal assentar unes bases que

⁷⁰ BARROSO, Porfirio: op.cit., p.19

⁷¹ Les dades sobre els primers codis difereixen d'acord amb les característiques que diversos autors els atribueixen per considerar-los com a tal. Cooper, citant Bruun, considera que el primer codi que mereix aquesta denominació i que no és un simple "estatut" és el francès. Veure COOPER, "Methodological Challenges: Comparison of Codes and Countries", a COOPER, Thomas W. (ed.): *Communications Ethics and Global Change* Longman. New York, 1989 (p. 233)

serveixin com unes "regles del joc" d'aquesta llibertat, i el 27 d'abril de 1923 s'estableix el codi de l'"American Society of Newspapers Editors", que estableix -des del camp empresarial- el que en podríem anomenar els principals "manaments" de la indústria informativa: responsabilitat, llibertat de premsa, independència, veracitat i objectivitat, imparcialitat, "fair play" i decència. Aquestes preocupacions empresarials tindran anys més tard el seu reflex a nivell supranacional: així, la International Federation of Associations of Newspaper Managers and Publishers, fundada el 1933, va afirmar en alguns dels seus congressos el principi de rectificació de les notícies falses o inexactes i va fer-ne formulacions que varen ser assumides per les entitats associades.⁷²

⁷² Veure BERTRAND, Claude-Jean: "National Codes of Journalistic Ethics", a COOPER, Thomas W. (ed.): op.cit. (p. 274)

2.4.1. El desvetllament d'una consciència professional

Les primeres iniciatives per dotar el periodisme d'un corpus deontològic apareixen com una conseqüència del procés de cohesió interna de la professió periodística. J.Clement Jones, a la primera part del seu estudi comparatiu sobre codis, explica com l'activitat periodística va ser durant molts anys eminentment individualista: a cavall entre una professió intel·lectual i una feina artesana, el periodisme triga a organitzar-se de forma sindical i/o corporativa.⁷³ En els anys subseqüents a la Primera Guerra és quan comença a haver a diferents països alguns intents d'organització, d'una part per reclamar uns drets laborals i d'una altra per discutir els problemes comuns de l'activitat dels informadors.

La indefinició ideològica dels professionals la descriu Vázquez Montalbán bo i repassant la història de l'associacionisme professional: "S'inicia precoçment a partir del congrés de periodistes d'Amberes de 1894. Un any després es difonien els estatuts d'una Federació Internacional i es posava en marxa la rastellera de congressos anuals de professionals. La història d'aquests congressos és la d'un forcejament en el qual s'hi barregen interessos professionals amb empresarials: el congrés tant defensava els drets de les empreses davant els governs que el dret al secret de la informació o la clàusula de consciència [...] Durant els anys Trenta va viure una interessant etapa reivindicativa dominada per la reclamació de la llibertat d'expressió, en plena regressió a quasi tot el món com a conseqüència de la crisi del sistema que desencadenava l'agudització de la lluita de classes i l'enduriment de les posicions defensives".⁷⁴

L'any 1926 és elaborat el codi d'ètica de l'Associació Interamericana de Premsa, reunida a Washington. Aquest codi, confirmat després a Nova York l'any 1950, apunta algunes de les qüestions que aniran madurant en la consciència ètica dels professionals, però té un redactat que, vist des del present, resulta un tant romàntic. De la mateixa època apareix datat el Codi de la Society of Professional Journalists, que serà revisat successivament el 1973, 1984 i 1987.⁷⁵ I el mateix any 1926 es va fundar la Federació Internacional de Periodistes (dissolta

⁷³ JONES, Clement: *Mass Media Codes of Ethics and Councils. A Comparative International Study on Professional Standards* UNESCO Paris, 1980 (pp. 9 i ss.)

⁷⁴ VAZQUEZ MONTALBAN, Manuel: *Historia y comunicación social* Bruguera. Barcelona, 1980 (pp. 129 i ss.)

⁷⁵ Algunes d'aquestes referències són aportades per Emmanuel Derieux, a l'obra ja citada *Cuestiones ético-jurídicas de la información* (pp. 41 i ss.) Així mateix hi ha dades manllevades de l'obra de Jesús

després de la Segona Guerra, i refundada el 1952), que va instar a l'Oficina Internacional del Treball (OIT) la realització d'una investigació a nivell mundial sobre l'estat de la professió periodística.

L'informe de la OIT veu la llum l'any 1928 amb el títol "Condicions de treball i de vida dels periodistes". El document posava de relleu la necessitat que els periodistes rebessin una remuneració i gaudissin d'unes condicions de treball que els permetessin portar una vida digna i acomplir degudament les seves funcions. Aquestes tintures laboralistes poden semblar, a ulls d'ara, l'expressió d'un corporativisme materialista, però en l'informe no es perd de vista que l'estabilització de l'ofici de periodista és la condició sine qua non per un procés de professionalització. De la mateixa manera, s'emfasitzava la demanda d'una formació adequada dels informadors per tal que aquesta activitat no es veiés degradada per aquells que la realitzaven sense el degut sentit de les responsabilitats morals. El següent fragment del "report" és prou rellevant per copsar-ne l'esperit:

"Encara que el periodisme pot ser considerat com un ofici que serveix per proporcionar la subsistència a aquells qui el practiquen, es tracta d'una activitat proveïda d'un cert caràcter ideal que li confereix unes característiques excepcionals. El periodista no és tan sols un assalariat; és, per regla general, una persona d'opinions i de conviccions, que empra en el seu treball. Així com en altres professions les opinions polítiques i les conviccions religioses poden quedar desvinculades de la feina que cal fer -tant és si un és conservador o radical si es tracta de fer rellotges, o de cuidar malalts, o de construir ponts- les opinions i les conviccions d'un periodista tenen alguna cosa que veure amb el seu ofici.[...] Les opinions d'un periodista estan estretament vinculades a la pràctica de la seva professió. Les persones no varien les seves opinions de la mateixa manera que, en la indústria, assumeixen canvis en el procés de manufactura. El respecte que cada persona té o hauria de tenir per les opinions dels altres confereix al periodisme un inqüestionable dret a la deguda consideració, encara que al mateix temps l'exposa a certs perills. Els terrabastalls en el regne de les idees tenen efectes desastrosos en la subsistència dels periodistes...".

Amb continguts d'aquesta mena és perfectament explicable que aquest informe tingués una influència decisiva en l'expansió de reclamacions com la clàusula de consciència i el secret professional, qüestions que van començar a plantejar-se en molts països al cap de molt poc

temps. La mateixa Federació Internacional de Periodistes va establir un Tribunal d'Honor a La Haia el 1931 i va adoptar un codi d'honor professional el 1939.⁷⁶

El document de l'OIT pot ser considerat com una fita clau en la història de la deontologia periodística: d'una part reassumeix plantejaments que ja havien estat posats sobre la taula en els primers codis coneguts, i, per descomptat, serà el punt de partida de moltes de les consideracions que es faran temps a venir tant respecte al professionalisme com respecte a la qualitat del producte informatiu. Algunes de les qüestions plantejades -com la de la responsabilitat de l'informador i les seves derivacions- seran escampades i impulsades de forma universal. Altres seran objecte de polèmica i debat, o -com és el cas dels tribunals d'honor- posades en entredit precisament a causa de la dimensió social que pren la informació.

Un dels factors que impulsa l'establiment de codis de conducta, especialment als Estats Units, és la confluència de l'interès dels professionals i de les empreses en un mateix objectiu: la credibilitat de la informació. L'explosió de la cultura de masses que ja s'endevina obliga a plantejar-se, al costat del dret a informar i a la lliure circulació de les informacions, les característiques que aquestes han de tenir perquè, sense perdre el seu valor moral, esdevinguin un valor de mercat. Evidentment són dues coses que no van sempre aparellades, però en aquella època ja ha començat a haver-hi empreses periodístiques que volen assentar el seu prestigi i la seva implantació en la solvència informativa. Els editors de diaris centren en part les seves estratègies en reafirmar la credibilitat de la informació escrita al davant de la radiofònica (i més tard, de la televisiva) quan el camp dels mitjans audiovisuals comença a expandir-se. La National Assotiation of Broadcasters (NAB) va ser fundada en 1922 com a una associació sense ànim de lucre per: "fomentar i promoure el desenvolupament de les arts i de les emissions audiovisuals en totes les seves formes; protegir els seus membres de forma legítima i escaient de les injustícies i de les demandes injustes; fer tot el necessari i escaient per encoratjar i promoure usos i pràctiques que enforixin i mantinguin la indústria

⁷⁶ El tribunal, amb seu a La Haia i presidit per un ex-president de la Cort Internacional de Justícia, era una institució genuïnament "no governamental" que va instaurar-se sota els auspicis de la FIP i l'Associació Internacional de Periodistes, acreditades davant la Lliga de les Nacions. La missió bàsica del tribunal era vetllar per la correcció dels procediments periodístics i atallar "la informació intencionadament falsa i els documents premeditadament desfigurats o tergiversats", donada la seva incidència en les relacions internacionals. Aquest tribunal, però, va tenir una escassa incidència. Dins del mateix marc històric i polític s'ha de situar el "Codi professional d'honor per als periodistes" adoptat per la FIP l'any 1939, a l'última reunió d'aquesta organització abans de l'esclat de la Segona Guerra Mundial. Així mateix l'any 1936 la Unió Internacional d'Associacions de la Premsa (IUPA), fundada el 1894, havia adoptat una sèrie de principis per "un periodista digne d'aquest nom". Tots aquests intents d'elaboració de codis d'abast internacional queden extingits amb la guerra, i no es reprendran fins al 1948, ja sota l'ègida de l'ONU.

Per més detalls, veure KUBBA, J. / NORDENSTRENG, K.: *Useful recollections OIP*. Praga, 1986

àudiovisual per a les finalitats que millor serveixin el públic".⁷⁷ Les notícies radiofòniques van començar a tenir una gran penetració a meitats dels anys 20, i això no va ser gaire ben vist pels editors de diaris, que varen veure en el desenvolupament de la ràdio una amenaça per a la seva pròpia subsistència. Davant d'això fan dues coses: d'una part inicien una guerra ferotge contra els nous mitjans, que culminarà l'any 33 i que és esmorteïda gràcies a la mediació de la pròpia NAB; d'una altra part, estableixen codis deontològics per a la premsa com els que hem citat anteriorment per reforçar la sensació de que els diaris són més creïbles i solvents que la ràdio i la televisió. De tota manera els nous mitjans no trigaran a dibuixar el seu propi marc ètic.⁷⁸ Ja en els primers anys de la ràdio informativa els professionals pioners dissenyen unes orientacions bàsiques, que seran ampliadades i adaptades després amb l'adveniment de la televisió. En aquesta línia neix el codi de la Radio-Television News Directors Association, mentre la ja citada Society of Professional Journalists es preocupa també per fornir directrius per als nous mitjans.

Com podem veure, els anys 20 i 30 es crea als Estats Units (i Europa va al darrere, encara que amb menys intensitat i amb cert decalatge cronològic) tot un entrellat d'interessos entre empresaris i professionals. Aquesta història il·lustra molt bé algunes consideracions que havíem fet en l'apartat anterior. Evidentment la voluntat d'aconseguir una informació que serveixi realment per a les finalitats de la societat s'alia amb el mòbil de la competència. Per la seva part, els poders públics també tenen un paper ambivalent en el constant estira i arronsa de la transparència informativa. La Primera Guerra va consolidant la consciència de que la informació era un arma propagandística i de poder, i l'escalada dels tiratges dels diaris i l'eclosió dels mitjans audiovisuals exciten encara més les apetències de control. Per la seva part, els anunciants adquireixen un paper crucial en la indústria de la comunicació, i no renuncien a exercir els drets de ser els seus financers sinó tot el contrari. Els trobem, doncs, amb una administració que defensa uns principis de llibertat, però que alhora té una tendència irrefrenable a controlar i a manipular els mitjans; uns editors lligats a grans trusts econòmics però que s'adonen que la seva pròpia indústria necessita mantenir la qualitat de la informació (i per tant un cert grau d'independència i d'objectivitat) per tal de prosperar i fer-la competitiva; uns anunciants que d'una part posen les pròpies exigències respecte als continguts dels mitjans de comunicació i que alhora demanen que aquests tinguin una gran difusió per tal d'optimitzar

⁷⁷ MATELSKI, Marilyn J.: *TV News Ethics Electronic Media Guides*. Focal Press. Boston/Londres, 1991. Cita CRAIG, T. / NORBACK, P. (eds.): *TV Guide Almanac* Ballantine Books. Nova York, 1980 (p.483)

⁷⁸ DANIEL, Stephen H.: op. cit., pp. 50-57

la rendibilitat de les seves inversions publicitàries; i uns professionals que en molts casos actuen amb rectes intencions, però que, poc o molt, també es troben arrossegats per unes ínfules competitives i per temptacions mercantilistes. Tot això en un món canviant i que va aportant contínuament novetats tecnològiques d'una part i nous punts de vista polítics i econòmics per un altre. És obvi que la resultant de tot això -pel que fa a les normes internes de funcionament del sistema informatiu- només pot ser una línia tortuosa, plena d'oscil·lacions i traçada amb discontinuïtat. Però aquells prolegòmens encara resulten avui altament alligonadors.

2.4.2. Cap a una internacionalització dels codis

El 1948 les Nacions Unides proclamen la Declaració Universal de Drets Humans i, com ja s'ha comentat anteriorment, que inclou -no sense reticències per part d'alguns estats- el reconeixement del dret a difondre i a rebre informació. Això dona ales als qui ja portaven anys predicant que la responsabilitat dels difusors és el contrapunt imprescindible de la llibertat d'expressió. Les mateixes Nacions Unides van promoure un codi d'honor professional a través d'un procés que es va iniciar a la Conferència sobre llibertat en la Informació celebrada el mateix any 1948. Aquesta conferència reconeixia que "la tasca de fer un projecte de codi deontològic internacional d'honor per als periodistes i altre personal de la informació exigeix, com a principal condició, la discussió prèvia a les organitzacions professionals de periodistes en actiu...i que tots i cadascun dels codis d'honor haurien de ser suficientment amplis per incloure tots els mitjans de comunicació amb totes les seves activitats".⁷⁹ A partir d'aquí s'obre, efectivament, un intens procés de recollida de dades i d'opinions que va desembocar en la redacció d'un projecte que, després de ser revisat per mig miler d'empres informatives i organitzacions professionals, va ser sotmès, en març de 1952, al Consell Econòmic i Social de l'ONU. El codi no va arribar a aprovar-se mai, possiblement perquè existia un desajust de parers entre els sectors professionals i empresarials que l'havien configurat i els governs dels Estats adscrits a les Nacions Unides que són els que, finalment, li haurien de donar el vist-i-plau.

En els anys següents hi ha múltiples iniciatives en diversos països, i es van perfilant unes organitzacions professionals de caràcter supranacional que es preocuparan prioritàriament de l'ètica informativa, però ho faran posant especial èmfasis en diferents aspectes en funció de la seva inspiració ideològica i de les àrees geogràfiques d'implantació.

La més estesa d'aquestes organitzacions és la Federació Internacional de Periodistes (FIP), refundada l'any 1952. En el seu segons congrés, celebrat a Burdeus l'any 1954 va ser adoptada una declaració molt important on s'estableix una relació de línies de conducta professional no desitjables: l'obtenció de la informació amb mètodes incorrectes, el trencament del secret professional, l'acceptació de remuneracions que no provinguin de l'empresa informativa per a la qual es treballa, el falsejament de la informació, etc. L'article vuitè i últim

⁷⁹ *An International Code of Ethics for Information Personnel* United Nations Departement of Social Affairs. Nova York, 1952. Citat per Porfírio Barroso, op.cit., p.29. Barroso refereix amb detall el procés de discussió d'aquest projecte.

d'aquesta declaració exhorta a acomplir els principis en ella continguts i acaba dient textualment: "Dins de la llei general de cada país, el periodista reconeix, en matèries professionals, només la jurisdicció dels seus col·legues; exclou qualsevol tipus d'interferència per part dels govern o d'altres".⁸⁰ Segons que considera François Geyer⁸¹, aquesta regla va contribuir poderosament a retardar la creació de Press Councils mixtos o multilaterals en la mesura que aquests haurien subjectat als periodistes de la seva jurisdicció al judici de no-periodistes: editors de premsa, representants del públic i, en definitiva, de l'Estat. El cert és que aquest aspecte del sistema d'autocontrol ha estat sempre molt polèmic i així, mentre que hi ha hagut (i encara hi ha) associacions i sindicats que l'han defensat aferrissadament, altres han pres en consideració que, si bé certes normes deontològiques han d'emanar de la professió, el control de l'acompliment de les funcions públiques de la informació ha de deixar-se en mans de la societat. Reprendrem aquest tema en referir-nos als Consells de Premsa.

El novembre de 1971 sis sindicats de països de la Comunitat Europea van adoptar a Munic la "Declaració de deures i drets dels periodistes". Aquest document recupera moltes de les qüestions plantejades a Burdeus (en alguns aspectes de manera textual, com en el de la jurisdicció professional) però incorpora algunes qüestions més, com ara el respecte a la privadesa, la independència respecte als anunciants, l'accés a les fonts d'informació i el dret a no ser obligat a fer actuacions professionals o expressar opinions que estiguin en contradicció amb les pròpies conviccions o la pròpia consciència. Els principis recollits a les declaracions de Burdeus i de Munic són la base de la majoria de codis de deontologia professional adoptats per les organitzacions de periodistes que tenen major pes en els països de règim democràtic.

Paral·lelament a tot això, funcionava també -i funciona encara- l'Organització Internacional de Periodistes (OIP), fundada en 1946. A diferència de la FIP, l'OIP té especial implantació en l'àrea geo-política de l'Europa Occidental, en els països d'influència soviètica i en sectors professionals d'ideologies d'esquerra.⁸² Aquesta organització vetlla també per la deontologia professional però, per raons òbvies, no posa mai l'accent en la defensa de la

⁸⁰ Cal entendre que es fa referència, bàsicament, a països de règim polític democràtic. La FIP té implantació en els països del bloc occidental.

⁸¹ J. Clement Jones, en la seva obra a la qual s'ha fet referència anteriorment, cita sovint el treball de François Geyer *Codes of Ethics in International Press*, IFJ (FIP), 1975.

⁸² La OIP ha tingut durant molts anys la seva seu a Praga. Des del final de la guerra freda ha mirat d'obrir-se a altres sectors professionals i s'ha plantejat, entre altres innovacions, la instal·lació de la seu central en alguna ciutat de l'Europa occidental i un cert acostament a la FIP. Això ha creat greus tensions en la seva cúpula directiva.

llibertat de premsa, considerada un emblema del liberalisme capitalista, sinó més aviat en la projecció que l'actitud honesta dels informadors pot tenir en la justícia social. En la seva Segona Reunió celebrada a Baden l'octubre de 1960, feia una crida a l'ètica professional en termes de combativitat personal: "Estem convençuts que l'ètica professional implica, en l'època present, el deure de cada periodista de no tolerar la distorsió de la veritat i d'adoptar una posició contra tots els intents de falsificació de la informació i la calúnnia. Cada periodista hauria de ser curós de la responsabilitat que té contreta. Tots els periodistes han de salvaguardar l'ètica professional i la moralitat. És el nostre deure procurar que les futures generacions de periodistes creixin amb un sentit de la responsabilitat i de la imparcialitat i també amb zel per aconseguir la pau al món, per la felicitat i el progrés de tots els pobles".⁸³ Aquestes intencions es tradueixen en una progressiva implantació de l'OIP en països del Tercer Món i també en un entroncament amb algunes actuacions de la UNESCO. Així, l'OIP treballa molt en paral·lel amb la Federació Llatinoamericana de Periodistes (FELAP), que va ser fundada el 1976 a Mèxic i que té una amplíssima implantació en l'àmbit geogràfic que li és propi. La FELAP té establerta una declaració de principis segons la qual la llibertat de premsa és concebuda com el dret dels pobles a ser informats d'una manera apropiada i veraç i sense altres restriccions més que aquelles que siguin en el major interès dels mateixos pobles. En conseqüència, es planteja la necessitat de "lluitar per canviar el sistema de propietat dels mitjans en el sentit de sostreure'l de les mans de les classes dominants que serveixen els interessos imperialistes i subjuguen el poble llatinoamericà".

L'OIP ha malfiat dels codis deontològics nascuts en el marc dels països on hi predomina una visió liberal de la informació (en el sentit socio-econòmic)⁸⁴, i ha procurat promoure i divulgar codis de caràcter internacional on hi prevalguessin els grans principis morals (justícia, pau,...) per davant de qüestions com la llibertat de premsa o l'objectivitat informativa, que és vista com una fal·làcia generada des del poder polític i econòmic per establir uns més eficaços sistemes de control. En 1978 la UNESCO, recollint el testimoni de l'ONU, va promulgar una Declaració sobre els Mitjans de Comunicació en la qual s'instava les organitzacions professionals i la gent que treballa en la preparació professional dels periodistes i altres agents dels mitjans de comunicació a traçar i assegurar l'aplicació dels seus codis d'ètica. Aquesta declaració la UNESCO la va fer quan estava duent a terme els seus treballs la Comissió

⁸³ Citat per JONES, Clement J.: op. cit., p.12.

⁸⁴ Veure BRUUN, Lars: *Professional Codes in Journalism International Organization of Journalists*. Praga, 1979.

McBride, que culminaria els seus esforços el 1980 amb la publicació del famós "Informe" sobre el nou ordre mundial de la informació. En el mateix la Comissió es feia càrrec del tema recomanant que els codis d'ètica a nivell nacional i regional siguin "preparats i adoptats pels propis professionals, sense interferències governamentals".⁸⁵ A més, la Comissió McBride va incloure el programa dels codis en el seu inventari de "qüestions per a un futur estudi": "Els estudis han de tractar d'identificar, si és possible, els principis generalment reconeguts per la professió periodística i els que tinguin en compte l'interès públic. Poden afegir-s'hi també consideracions de les pròpies organitzacions de periodistes per a la concepció d'un codi internacional d'ètica. Alguns elements fonamentals per aquest codi poden trobar-se a la declaració de la UNESCO sobre Mitjans de Comunicació, així com en els conceptes comuns de la majoria dels codis nacionals i regionals existents".⁸⁶ Tres anys després de l'Informe McBride i cinc després de l'adopció de la Declaració de la UNESCO, un grup de treball en el que hi figuraven representants de l'OIP i la FELAP va promulgar uns "Principis Internacionals d'Ètica Professional en el Periodisme" que està en la línia apuntada per anteriors declaracions i documents i que, des del punt de vista polític, es situa pròxima a la posició del Moviment dels No Alineats (tot i que eludeix termes com "imperialisme" o "sionisme").⁸⁷ Aquests Principis prenen com a punt de partida el dret dels individus i dels pobles a rebre una imatge objectiva de la realitat mitjançant una informació precisa i global, així com a expressar-se lliurement a través de diversos mitjans de cultura i de comunicació. En desplaçar el concepte d'objectivitat cap a la realitat circumdant que la informació ha de reflectir i no centrar-lo en la informació mateixa, no donen lloc a incorporar els paràmetres i els indicadors clàssics de l'asèpsia informativa (tal com separació de fets i opinions) sinó que més aviat centren l'ètica en la responsabilitat social del periodista entesa com una actitud activa i gens acomodaticia als dictats de la indústria de la comunicació.

⁸⁵ MC BRIDE, Sean: *Un solo mundo, voces múltiples* UNESCO. París, 1980.

⁸⁶ Per més detalls sobre el procés endegat per la UNESCO, veure BARROSO, Porfirio: op.cit., pp. 42 i 43.

⁸⁷ Era la quarta d'una sèrie de reunions consultives fetes sota els auspicis de la UNESCO des de 1978. En la segona d'aquestes reunions (Ciutat de Mèxic, 1980) s'havia expressat el suport a la Declaració de la UNESCO i s'havia adoptat la "Declaració de Mèxic", amb una relació de principis ètics. En aquesta quarta reunió (celebrada a Praga i a París el 1983) hi participaven representants de les següents organitzacions: Organització Internacional de Periodistes (OIP), Federació Llatinoamericana de Periodistes (FELAP), Federació Llatinoamericana de Treballadors de Premsa (FELATRAP), Federació de Periodistes Àrabs (FAJ), Unió de Periodistes Africans (UJA), Unió Catòlica Internacional de Premsa (UCIP), entre d'altres.

Tots aquests intents de generar un bagatge deontològic de caràcter supranacional han estat sempre envoltats, com es pot apreciar, de boires ideològiques i polítiques. Això deixa ben palès que es fa molt difícil parlar d'ètica aplicada quan els marcs referencials són tan complexos com el que ens ocupa. "No és fàcil -escriu Piana- determinar les línies de fons al voltant de les quals giren els diversos codis deontològics (prop de 60 en el món) que expressen, en funció de la situació social i cultural en la qual han estat produïts, orientacions ideològiques ben divergents. Es possible de trobar-hi, de tant en tant, l'accentuació dels drets del periodista (independència, llibertat d'accés a les fonts, dret de no revelar les fonts, etc.) o bé l'accentuació dels drets del públic (objectivitat i veracitat, refús dels atemptats a la privadesa, drets de rèplica i de rectificació, secret, etc.). És obvi que aquests enfocaments no són radicalment alternatius per ells mateixos, però és també òbvia la dificultat de la seva eficaç conjugació en situacions concretes: dificultat que pot determinar (i potser de fet determina) dilemes no fàcils de resoldre o donar lloc - com sovint succeeix- a la producció d'autèntics estats de conflicte.[...] És superflu recordar que aquest tipus de dificultats són molt accentuades per la diversitat dels contextos socio-polítics i per la diversitat de concepcions ideològiques que presideixen la gestió del poder en els diferents estats. La reducció dels espais de lliure informació pròpia d'un règim totalitari es tradueix en l'elaboració d'una normativa oficial que exalta la funció social del periodista, entesa prevalentment com servei al manteniment i al creixement del consens del sistema dominant, mentre que els amplis espais de llibertat reservats per la informació als països de règim democràtic fan que s'incorri en el perill d'entendre la informació com un poder que s'autoalimenta, del tot desarrelat d'una més àmplia visió del bé comú i del mateix respecte a la integritat personal".⁸⁸

⁸⁸ PIANA, Giannino: op.cit., p.75 (Quan Piana es refereix a una seixantena de codis no s'està limitant òbviament als de caràcter supranacional, sinó que hi compta també els de nivell nacional que fa uns anys estaven inventariats en els estudis sobre la matèria)

3. Els marcs de referència dels codis televisius

Abans de començar a desenvolupar de forma sistemàtica l'anàlisi dels codis que constitueixen el corpus d'aquesta recerca pot convenir fer algunes consideracions sobre el context en què aquests codis han estat produïts i sobre les dificultats i perspectives que la seva aplicació comporta.

Un codi deontològic, en principi, no és altra cosa que un document, i com a tal seran analitzats els codis presos en consideració. Però aquests documents reflecteixen d'alguna manera un contracte entre parts, com també succeeix amb els textos legals. Un contracte entre diverses forces socials que interactuen en unes determinades situacions històriques i en unes determinades condicions socials: bàsicament empreses privades i corporacions públiques de comunicació, els col·lectius de periodistes que hi treballen, però també el conjunt de la societat que és destinatària del producte informatiu.

Es pot discutir l'existència d'uns principis ètics universals, però en tot cas queda fora de dubte que la seva concreció i aplicació va variant en funció de les coordenades socials, econòmiques i polítiques de cada situació. Si els codis deontològics expressen d'alguna manera la doctrina ètica imperant en cada moment és perquè han estat confeïts en un context històric determinat i, fins a cert punt, determinant. Un context històric que no podem deixar de tenir en compte encara que només sigui com a referència.

Aquest context és un teixit complex i canviant. Una realitat social que es resisteix a ser aprehesa i encara més a ser esquematitzada. Però a efectes expositius prendrem en consideració dos marcs. Dos "passe-partout" que enquadren i donen relleu a l'objecte de la nostra anàlisi: el marc legal i el marc socio-polític.

3.1. Marc legal

Hem vist al capítol anterior (2.2.1.) com l'aparell legislatiu de què es dota una societat pot ser entès com un nivell emergent d'un substrat de conviccions ètiques. En una societat democràtica aquelles pautes ètiques que adquireixen un suficient predicament i una durabilitat raonable són elevades a la categoria de lleis. Per sota del nivell legal, poden subsistir i de fet subsisteixen conjunts més o menys amplis de conviccions compartides per sectors amplis de la societat: aquest és l'espai deontològic. Poden ser diverses les raons per les quals certes conviccions o pràctiques ètiques no adquireixen rang legal: perquè es mantenen dubtes raonables sobre la seva formulació, perquè es refereixen a temes o aspectes sotmesos a canvis accelerats, perquè serien d'aplicabilitat problemàtica per part de la justícia institucional, etc. Però això no treu que el consens social sobre la seva validesa sigui prou extens. Tot això, que correspon a plantejaments genèrics de la filosofia del Dret, té aplicabilitat al terreny que ens ocupa: el règim jurídic de la informació i l'ètica periodística.

L'àmbit legislatiu és principalment l'estat de dret. Però també podem considerar dins d'aquest àmbit les disposicions de caràcter transnacional que s'han adoptat en organismes internacionals reconeguts, sobre tot en la mesura que els acords presos estiguin reflectits a les constitucions dels diversos estats. Una altra manera de veure-ho és considerar que aquestes disposicions transnacionals són expressions de l'espai deontològic que contribuiran, al seu torn, a perfilar els aparells legislatius dels països que s'hi sentin implicats. Aquest seria el cas, per exemple, de la Declaració Universal dels Drets de l'Home.

En tot cas el que ens interessa assenyalar aquí és que, un cop perfilat, l'aparell legislatiu -emergent de l'espai deontològic- es converteix en marc i en límit d'aquest espai. Aquest límit, en alguns casos, pot ser no massa precís. És a dir, no hem d'oblidar que les lleis poden ser també injustes o obsoletes, i en aquests casos l'espai deontològic pot desbordar els límits legislatius: en determinades ocasions -sobre tot en els casos d'estats no plenament instal·lats en el sistema democràtic- la deontologia pot ser transgressora de les disposicions legals. Però hem d'esperar que aquestes situacions siguin excepcions que confirmen la regla.

Traduïm aquestes idees al cas que ens ocupa. Els codis deontològics que analitzarem són documents que reflecteixen una sèrie de conviccions sobre com ha de dur-se a terme una tasca professional: la producció d'informació per a la ràdio i la televisió. Algunes d'aquestes

conviccions han estat ja plasmades en les legislacions dels diferents països. En aquests casos, els codis en general prenen les corresponents lleis com punts de partida, com dades fixes i, en principi, inamovibles. No hem d'oblidar que l'objecte de la nostra anàlisi són codis emanats d'empreses o corporacions que són persones jurídiques i que, en conseqüència, estan subjectes a la legislació dels respectius estats on operen. Així doncs, difícilment podrien plantejar de manera explícita la voluntat de desafiar o de transgredir les legislacions vigents. Una altra qüestió és el grau d'entusiasme amb què ho facim. De fet ens trobarem amb casos, per exemple, d'empreses privades que consideraran excessivament constrictives algunes limitacions a la llibertat d'expressió que les lleis imposen per tal de salvaguardar altres drets. En aquests casos, segurament, l'èmfasi posat en l'obligació de cenyir-se a aquestes constriccions serà ben petit, i així ho descobrirem possiblement en la nostra anàlisi. Però el normal, allò que és cal esperar, és que cap dels codis analitzats animi els professionals a incomplir la llei.

3.1.1. Llibertat d'expressió i dret a la informació

L'entrellat de lleis que conformen el règim jurídic de la informació als països democràtics i les teories que constitueixen el seu substrat deontològic es fonamenten en dos drets bàsics: la llibertat d'expressió i el dret a la informació.

La llibertat d'expressió és una llibertat que queda consagrada, com s'ha vist anteriorment (2.3.), en la Declaració dels Drets de l'Home i del Ciutadà de 1789 i que es va assentant com a fonamental en diversos textos de dret nacional i internacional al llarg dels últims dos segles. Una de les seves concrecions més eficaces és la de la Primera Esmena de la Constitució dels Estats Units, que data del 1791, i que assegura que el Congrés no podrà votar cap llei que qüestionï la llibertat de paraula o de premsa.

El liberalisme que justifica i sustenta el sistema capitalista és el bressol ideal de la llibertat de premsa. A aquesta, genèricament, se li atribuï el paper de ser factor d'equilibri i de contrapoder dels governs (un paper resumir en la clàssica metàfora del "gos vigilant") tot admetent que el mateix sistema ja generaria els mecanismes necessaris per mantenir-la a ratlla quan fes falta. El dret d'expressió, d'altra part, xoca amb altres drets humans que es van obrint camí en una societat canviant -com ara el dret a la intimitat- i això fa que es generin mecanismes reguladors que el limiten a la pràctica. Per alguns aquestes limitacions seran un perillós vessament de les essències del sistema; per altres, obligades compensacions dels seus desajustos.

És pràctica molt generalitzada d'autors americans que s'ocupen del dret de la informació prendre la llibertat d'informació i en concret la Primera Esmena constitucional com a punt de partida del Dret de la Informació.¹ La Primera Esmena té, en principi, tres nivells d'aplicació:

- no hi pot haver censura prèvia
- els mitjans de comunicació no poden ser castigats per allò que publiquen
- no hi pot haver interferències del govern en el procés editorial.²

Aquesta predicada absència de condicionaments i regulacions sobre la premsa és característica de la legislació nord-americana sobre temes informatius, i impregna igualment

¹ BIAGI, Shirley: *Media Impact. An Introduction to Mass Media* (2ª ed.) Wadsworth. Belmont, CA, 1992 (pp. 400 i ss.)

² MEYER, Philip: *Ethical Journalism: A Guide for Students, Practitioners and Consumers* University Press of America. Lanham, Md., 1991 (p. 14)

molts dels plantejaments que es fan en el terreny deontològic. Existeix, efectivament, tot una tradició liberal que beu en les fonts de Stuart Mill i que s'ha estès amb força per tot el món occidental sota el lema de que "la millor llei de premsa és la que no existeix". Una frase que ve a ser una traducció popular del contingut de la Primera Esmena de la Constitució americana.

Però fins i tot als Estats Units les limitacions o restriccions a la llibertat de premsa no trigarien a aparèixer. Els estudiosos del Dret de la Informació nord-americà situen aquestes restriccions en els següents aspectes: lleis amb les quals el govern intenta establir certa restricció (fonamentalment en matèries de seguretat nacional); censura prèvia (aplicada també a temes de seguretat, com en el famós cas dels papers del Pentàgon sobre la guerra del Vietnam); censura (prevista en lleis que pretenen posar fre a l'obsenitat); la llei anti-libel, que significativament posa més èmfasi en la mala intenció que en la falsedat de la informació; la jurisprudència sobre dret a la privadesa establerta pel Tribunal Suprem, així com lleis promulgades sobre aquesta qüestió a diferents estats; i la garantia d'un judici just establerta per les esmenes 5ª i 6ª de la Constitució.³

Pel que fa a altres països de l'àrea occidental, enlloc la llibertat d'informació no es troba consagrada d'una manera tan contundent com en la Primera Esmena de la Constitució americana, però l'equivalent més clar és l'article 10 del "Conveni Europeu per a la Salvaguarda dels Drets Humans i de les Llibertats Fonamentals" que va ser signat el 14 de novembre de 1950 a Roma i que va constituir el primer intent d'instaurar, a escala regional, un mecanisme de garantia dels drets humans.⁴

L'article 10 d'aquest conveni diu:

1) Tota persona té dret a la llibertat d'expressió. Aquest comprèn la llibertat d'opinió i la llibertat de rebre o de comunicar informacions o idees sense que pugui

³ BERTRAND, Claude-Jean: *Los medios de comunicación social en Estados Unidos* Eunsa. Pamplona, 1983 (pp. 55-64)

Edició original: *Les mass-media aux Etats Unis* Que-sais-je? PUF. Paris, 1982

Per un estudi aprofundit del Dret de la Informació als Estats Units, veure:

- CARTER, T. Barton, et al.: *The First Amendment and the Forth State: the Law of Mass Media* (4ª ed.) Foundation Press. Westbury, NY, 1988

- GUILLMOR, Donald M./ BARRON, Jerome A./ TODD F.Simon/ HERBERT A.Terry: *Mass Communication Law. Cases and Comments* (5ª ed.) West Publishing Company. St.Paul, Min, 1990

- PEMBER, Don R.: *Mass Media Law* (5ª ed.) Wm.C.Brown Publishers. Dubuque, IA, 1990

⁴ El conveni era una ratificació, encara que matisada dels continguts de la Declaració Universal de Drets Humans proclamada per l'ONU el 10 de desembre de 1948. L'article 19 de la mateixa, que és el dedicat a la llibertat d'expressió ja ha estat citat a 2.3.

haver ingerència d'autoritats públiques i sense consideració de fronteres. El present article no impedeix que els Estats sotmetin les empreses de radiodifusió, de cinematografia o de televisió a un règim d'autorització prèvia.

2) L'exercici d'aquestes llibertats, que comporten deures i responsabilitats, podrà ser sotmès a certes formalitats, condicions, restriccions o sancions previstes per la llei, que constitueixin mesures necessàries, en una societat democràtica, per a la seguretat nacional, la integritat territorial o la seguretat pública, la defensa de l'ordre i la prevenció del delictes, la protecció de la salut o de la moral, la protecció de la reputació o dels drets aliens, per a la divulgació d'informacions confidencials o per garantir l'autoritat i la imparcialitat del poder judicial.

Les institucions supranacionals europees han vetllat pel respecte de l'esperit de la primera part d'aquest article.⁵ Així mateix, la major part dels textos constitucionals dels països europeus recullen la idea de la llibertat d'expressió o d'informació com una de les bases de la vida democràtica. Però al costat d'això també trobem lleis i mecanismes administratius que plasmen l'altra part d'aquest article -és a dir, els límits o condicions que ha de tenir la llibertat- i de forma molt especial en el camp de la difusió audiovisual.⁶

Com exemple del que acabem de dir podem posar el cas de la Gran Bretanya, que ha estat pres com a modèlic en diversos aspectes pel que fa a la normativa mediàtica. David Burnet ha assenyalat com la legislació britànica ha desvirtuat en diferents aspectes la llibertat d'expressió consagrada a l'article 10 de la Convenció Europea dels Drets Humans. Les restriccions contemplades en aquest article han estat aplicades generosament per la llei britànica. Assenjala com a mostres característiques la Official Secrets Act de 1989 i la Security Service Act de 1989, però afegeix que a més a més es va anar creant un clima restrictiu que ha resultat ofegador per als mitjans. La legislació i també la jurisprudència han

⁵ Vegis-se'n la interpretació que n'ha fet la jurisprudència del Tribunal Europeu dels Drets Humans a: GAY FUENTES, Celeste: *La televisión ante el derecho internacional y comunitario* Marcial Pons. Madrid, 1994 (pp. 78-93)

RIPOL CARULLA, Santiago: *Las libertades de información y comunicación en Europa* Tecnos. Madrid, 1995 (pp. 41-68)

⁶ L'Estat Espanyol, en ple franquisme, va subscriure el conveni sense majors problemes: "Instrumento de ratificación del convenio para la protección de los Derechos Humanos y las Libertades Fundamentales, hecho en Roma el 4 de noviembre de 1950 y enmendado por los protocolos adicionales n. 3 y 5 de 6 de mayo de 1963 y 20 de enero de 1966 respectivamente" (BOE, 10 de octubre de 1979).

tendit sistemàticament, segons Burnet, a erosionar seriosament bastions de la llibertat d'expressió com eren la prioritat de publicació i l'apel·lació a l'interès públic.⁷

Un dels problemes d'aplicació de la llibertat d'expressió és la determinació de qui ostenta realment la titularitat d'aquest dret: ¿els individus o les corporacions? ¿els professionals, els directius, els propietaris de les empreses? Això provoca de vegades conflictes interns en la vida de les institucions i de les empreses, i d'una manera molt especial en la pràctica periodística.⁸ Als Estats Units, la jurisprudència ha tendit a atribuir la titularitat del dret a les empreses, interpretació que ha estat corroborada a més per la Federal Communications Commission (FCC), organisme que controla i regula la radiodifusió. D'aquesta manera, la llibertat d'expressió queda estretament vinculada a la idea de lliure mercat. A Europa hi predomina una interpretació de la llibertat d'expressió com una manera de protegir els interessos del públic: cal que la democràcia gaudeixi de bons fluxos informatius, i la llibertat d'expressió garanteix l'existència d'un ventall suficient de punts de vista. No n'hi ha prou en veure la llibertat com una immunitat contra la intervenció del govern, com acostuma a succeir als Estats Units. La garantia constitucional de la llibertat d'expressió inclou la idea que la llibertat d'expressió en general, i la llibertat de difusió àudio-visual en particular, no han d'estar dominades per l'estat o per un nombre reduït de grups comercials. Aquesta és la línia predominant en la jurisprudència de tribunals europeus.

Aquesta darrera interpretació del perquè i el com de la llibertat d'expressió ens remet a l'altre gran bastió del marc legal en què treballen actualment els mitjans de comunicació: el dret a la informació. El dret a la informació va ser esmentat per primera vegada en una legislació per a la premsa establerta a Baviera i Hessen en 1949, a les acaballes de l'ocupació americana d'aquests dos actuals "lands" alemanys. En un cas es reconeixia a la premsa "un dret a les informacions que emanen de l'Estat"; en l'altre, "l'obligació de les autoritats de transmetre a la premsa les informacions desitjades". La premsa en aquests casos apareix com a dipositària d'un dret que òbviament és del públic. És una etapa, un graó, del reconeixement al dret a la informació establert a Europa l'any 50.

Com hem vist, l'article 10 del Conveni Europeu dels Drets Humans consagra a Europa la llibertat d'expressió. Però el que ens interessa ara és subratllar la referència a "la llibertat de

⁷ BURNET, David: "Freedom of Speech, the Media and the Law", a BELSEY, Andrew / CHADWICK, Ruth (ed.): *Ethical issues in journalism and the media* Routledge. Londres, 1992

⁸ BARENT, Eric: *Broadcasting Law. A comparative Study* Clarendon Press. Oxford, 1993 (pp. 32-33)

rebre o de comunicar informacions o idees" que s'entén com compresa dins del concepte de llibertat d'expressió. Hi ha hagut moltes interpretacions jurídiques sobre la conjuminació del dret a informar i del dret a ser informat, ja que de cadascun d'ells es deriven continguts jurídics diferenciats. Són dos drets que en certa manera es plantegen com complementaris però que en determinats aspectes resulten mútuament limitadors, i certament és diferent la significació jurídica i política que cadascun d'ells atorga a l'activitat informativa a la societat actual.

"La llibertat d'informació -escriu Jordi Bonet- representa una opció més vinculada a l'opció liberal, des del moment que es privilegia particularment tota activitat encaminada a la transmissió d'informació, és a dir, a l'exercici de la llibertat d'expressió en matèria informativa; mentre que el dret a la informació intenta reconduir aquesta tradició liberal, en el sentit d'apreciar la importància de la informació per a tot individu a la societat actual, traduint-la en la consideració d'aquesta informació com un bé necessari per a l'home".⁹ Aquest bé subjectiu tindrà un reconeixement progressiu en el Dret dels diversos països a través de la jurisprudència dels tribunals interns i de diverses disposicions normatives. És per això que Bonet conclou que el dret a la informació és més un dret de "lege ferenda" que de "lege data". En el cas espanyol, l'article 20 de la Constitució no al·ludeix expressament al dret a la informació, i el Tribunal Constitucional parteix de la llibertat d'informació per interpretar les seves disposicions. Però la jurisprudència del mateix tribunal i d'altres tribunals espanyols permet pensar que es considera el dret a la informació com a derivat (i complementari) de la llibertat d'expressió. La presència al text constitucional de la clàusula de consciència i el del reconeixement del secret professional dels periodistes, que es deriven més aviat del dret a la informació, abona les interpretacions en aquest sentit. Com diu Carlos Soria, "hi ha elements suficients en l'article 20 per entendre que la llibertat és un punt de partida, no un punt d'arribada".¹⁰ I Molero Manglano defensa la necessitat social del reconeixement jurídic del dret objectiu a la informació, que considera "progressista" i "realista", tot i que apunta dues dificultats en el seu exercici: l'accés limitat a la tecnologia i l'articulació social del control de la informació.¹¹

⁹ BONET I PEREZ, Jordi: *El derecho a la información en el artículo 10 del Convenio Europeo de los Derechos Humanos: limitaciones en su ejercicio y afirmación del mismo* Tesis doctoral. Universitat de Barcelona, 1991 (p.57)

¹⁰ SORIA, Carlos: "El derecho a la información en la Constitución española", *Persona y derecho*, 11, 1984 (p. 88)

¹¹ MOLERO MANGLANO, L: *La sociedad internacional como contexto y condicionamiento del derecho a la información* Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, 1980.

La consideració del dret a la informació és clau, si més no, per un aspecte molt específic del contingut dels codis deontològics: l'accessibilitat als mitjans de comunicació. El dret d'accés o d'antena (és a dir, la possibilitat que tenen els ciutadans o els grups socials de poder fer-se escoltar a través dels mitjans de comunicació) és una qüestió que no té una forma de resolució jurídica satisfactòria a la major part dels estats. L'article 20 de la Carta Magna espanyola es refereix només al dret dels grups socials i polítics significatius a accedir als mitjans de titularitat pública i no, en canvi, a un dret de caràcter general. Però és obvi que existeix una creixent preocupació a les societats democràtiques per assegurar la presència mediàtica de totes les forces polítiques i socials.

3.1.2. Els grans temes del Dret de la Informació

El Dret de la Informació és una disciplina relativament nova. Com no podria ser d'altra manera, les doctrines jurídiques i les seves corresponents plasmacions en els aparells legislatius es perfilen a totes les societats a mesura que es van plantejant els nous problemes de relació i les noves confrontacions entre individus i grups. La informació periodística es comença a desenvolupar a meitats del segle XVIII amb l'ascensió burgesa i es consolida com a producte capital de les democràcies modernes en les societats post-industrials. Els aparells legislatius dels respectius estats moderns van responer, no sense vacil·lacions i contradiccions, als nous problemes que comporta l'activitat informativa tant des del punt de vista tecnològic com des del punt de vista dels drets de totes les parts implicades en el seu control i execució.

Ja hem vist que la llibertat d'expressió i el dret a la informació són dos pilars fonamentals de l'edifici jurídic en l'àmbit que ens ocupa, i ja hem vist també com, tot i poder-se presentar com a complementaris, a la pràctica poden resultar oposats o, si més no, entrar en conflicte l'un amb altre. Això es fa palès precisament a l'hora d'aplicar les lleis i reglamentacions específiques que desenvolupen els dos drets. Així mateix, la llibertat d'expressió col·lisió en alguns casos amb altres drets humans que també són considerats fonamentals. Així, és clàssica l'oposició entre la llibertat d'informació i el dret de les persones a l'honor i la intimitat; o també la que existeix entre el dret a la informació i l'obligació que tenen els estats de vetllar per la seguretat de la societat i de les persones.

A continuació es relacionen de forma esquemàtica alguns dels ítems que de forma més habitual apareixen en les legislacions dels estats i que formen part, de manera àmpliament reconeguda, del corpus del Dret de la Informació.

A) Injúries i difamació.

Són aquestes unes figures que, òbviament, preexisteixen al fenomen social dels mitjans de comunicació de masses i que estaven ja recollides en la legislació de tots els països. Però la possibilitat d'una difusió massiva va plantejar unes noves dimensions a les conductes transgressores des del punt de vista de les seves possibles conseqüències.

Als Estats Units el dret relatiu a la difamació depèn dels estats i durant molt de temps va ser dispers i confós. D'una part és obvi que cap sistema jurídic podria admetre que es pugui malmetre amb mentires la reputació de les persones, però el cert és que la Primera Esmena

impedia que podessin haver lleis específiques en aquest sentit. Això havia fet sempre problemàtiques l'existència o l'aplicació de lleis anti-libel. Un cas famós generat a l'estat d'Alabama que va arribar al Tribunal Suprem l'any 1964 va crear jurisprudència en el sentit que calia demostrar malícia per part del mitjà de comunicació, i no només falsedat.¹² Actualment, la consideració de libel compren quatre elements: 1) comunicació a tercers (publicació); 2) identificació de la persona, encara que no sigui expressament nomenada; 3) injúria a la reputació o causa d'angoixa mental; i 4) demostració que hi ha mala intenció o un atreviment intolerable per part de l'autor o del mitjà de comunicació. A la pràctica els processos judicials per aquesta matèria són molt complicats i molt llargs, i els costos econòmics que tenen acaben per ser els principals elements dissuasius, tant per part dels demandants com dels que podrien ser demandats.¹³

En altres països occidentals, la infàmia té tractament penal sota diverses concepcions i denominacions. En el cas espanyol, el Codi Penal distingeix els delictes de calúmnia i d'injúria. La calúmnia és "la falsa imputació a una persona determinada d'un delictes de caràcter públic". Perquè es pugui apreciar un delictes de calúmnies són necessaris els requisits de que hi hagi hagut una imputació específica i concreta i també que s'apreciï el coneixement de la falsedat de la imputació per part de l'ofensor. La injúria és "tota expressió proferida o acció executada en deshonra, descrèdit o menyspreu d'una altra persona". Aquest delictes ha de contenir elements objectius (que efectivament existeixi element d'ofensa) i elements subjectius (el que en la terminologia processal se'n diu "animus injuriandi").¹⁴

Veiem doncs que, per a la condemna d'aquest tipus de delictes, hi ha un element que transcendeix la falsedat dels continguts informatius. Hi ha d'haver una mala intenció demostrada, circumstància que acostuma a fer delicada i tortuosa l'acció de la justícia.

B) Dret de rectificació

És el dret que assisteix als ciutadans a poder tenir accés als mitjans de comunicació per desmentir informacions que consideren falses o esbiaixades. És un dret que té un

¹² Es tracta del cas *New York Times vs. Sullivan*

¹³ Veure SANDFORD, Bruce W.: *Synopsis of the Law of Libel and the Right of Privacy* National Association of Broadcasters. Washington, DC, 1984.

També es pot trobar una descripció resumida dels conceptes legals de difamació, libel, etc, a: BIAGI, Shirley, op.cit., pp. 419-425

¹⁴ MUÑOZ MACHADO, Santiago: *Libertad de prensa y procesos por difamación* Ariel. Barcelona, 1988

reconeixement generalitzat, però està recollit a les diverses legislacions amb noms diferents, que en alguns casos responen a matisos significatius. Així, el sistema francès distingeix entre rectificació, per a persones investides d'autoritat pública, i resposta, per a un ciutadà qualsevol. A Espanya el dret de rectificació és un dret constitucional que està regulat a través de la llei orgànica 2/1984 de 26 de març, l'article 1 de la qual diu: "Tota persona natural o jurídica té dret a rectificar la informació difosa per qualsevol mitjà de comunicació social de fets que l'al·ludeixin, que consideri inexactes i la divulgació dels quals pugui causar-li perjudici".¹⁵

C) Seguretat nacional

Aquest concepte, especialment en temps de guerra, ha operat sempre en dret com un limitador de drets i llibertats civils. També succeeix així en l'àmbit dels drets relacionats amb l'activitat informativa.

De fet, els intents més durs que hi ha hagut als Estats Units per limitar la llibertat d'expressió per part de les autoritats governamentals han tingut com a raó o pretext la seguretat col·lectiva. Ja en el 1798 hi va haver les "Alien and Sedition Laws", vigents fins al 1801. Posteriorment han existit també la "Espionage Act" (vigent durant la Primera Guerra), la "Smith Act" (a ran de la Segona Guerra) que va anar acompanyada d'un codi especial, voluntari, per a la premsa així com també d'un "codi de pràctiques en temps de guerra per als broadcasters", emanat de l'Oficina de Censura. A això s'hi ha d'afegir l'existència d'instàncies especials de control com foren el "House Comitee on Un-American Activities", i després el Permanent Subcomitee on Investigations presidit pel senador Josep McArthur (època de la "caça de bruixes": finals dels 40 i començaments dels 50). A la legislació específica dels Estats Units ha desaparegut tanmateix el concepte de "frases sedicioses". Des de 1957 no és un crim ni tan sols fer crides per derrocar a la força el govern, fora del cas de violència immediata. Els motius de seguretat no són admesos tampoc per justificar la censura prèvia, que es considera anticonstitucional. El 1971 el Tribunal Suprem va refusar la pressió governamental perquè el "New York Times" publicés els anomenats "papers del Pentàgon", un material sobre la guerra del Vietnam. I en el 1979 el govern no va poder bloquejar tampoc durant gaire temps les informacions de la revista "The Progressive" sobre la fabricació artesana de bombes d'hidrogen.

¹⁵ *Legislación básica del derecho de la información* (editat per GOMEZ-REINO Y CARNOTA, Enrique). Tecnos. Madrid, 1985

A Europa la seguretat nacional està considerada també com un dels factors de limitació del dret a expressar-se lliurement.¹⁶ La majoria de països han comptat o compten amb lleis que protegeixen la seguretat pública, especialment en casos de guerra o en situacions que puguin amenaçar aquella d'una manera greu, com ara és l'acció terrorista. En la major part dels estats democràtics la seguretat exterior, en temps de pau, queda vinculada, en l'àmbit informatiu, amb el concepte de secrets oficials. Aquests solen estar protegits per legislació específica. En el cas espanyol, per exemple, la regulació dels secrets oficials es conté en una llei de l'any 1978 que va modificar en diversos aspectes la legislació sobre el mateix tema promulgada deu anys abans, encara durant el franquisme. Segons aquesta llei, que va ser elaborada abans que la Constitució, poden ser declarades "matèries classificades" (com a secrets o reservades) els assumptes, actes, documents, informacions, dades i objectes el coneixement dels quals per part de persones no autoritzades podria produir danys o arriscar la seguretat i la defensa de l'Estat.¹⁷

D) Secret professional

En la major part dels països no està regulat legalment el secret professional dels periodistes. El secret professional és un concepte encara més propi de l'àmbit deontològic que de l'estrictament legal, i no només en el cas de l'exercici del periodisme sinó també en el d'altres professions o activitats.

"El deure del secret professional -escriu Rigo Vallbona- és una obligació d'ordre i interès públic que, amb fonament moral i social, neix com a conseqüència d'un coneixement adquirit per una persona, en raó o amb motiu de l'exercici per la mateixa d'una professió l'existència i l'execució de la qual són necessaris als membres de la societat d'un determinat estat de cultura, en virtut de la qual obligació el professional no pot comunicar a altres aquell coneixement".¹⁸ En el concepte és clau l'interès social per la salvaguarda del secret. I és en la mesura que aquest interès és reconegut de forma plena que el secret professional va tendint a ser reconegut per la llei, tot i les dificultats pràctiques que hi ha en la seva aplicació. Així el secret professional dels periodistes va ser reconegut en la Constitució Espanyola en el context de la

¹⁶ Veure jurisprudència sobre aquesta qüestió a RIPOL CARULLA, op.cit., (pp. 70-73)

¹⁷ *Legislación básica del derecho de la información* (op.cit.): Llei 9/1968 de 5 d'abril sobre Secrets Oficials modificada per Llei 48/1978 de 7 d'octubre.

¹⁸ RIGO VALLBONA, José: *El secreto profesional y los periodistas* Bosch. Barcelona, 1988 (p.35)

defensa del dret a la informació. Però el seu règim jurídic no ha estat regulat mai per una llei orgànica, circumstància que genera una incòmoda indefinició sobre els límits de la seva protecció.¹⁹

Les resistències legals a un reconeixement jurídic del secret professional dels periodistes es van deixar sentir molt també als Estats Units, on la invocació de la Primera Esmena constitucional no va ser suficient per a molts jutges per deixar d'enviar periodistes a la presó en els anys 70 per negar-se a revelar les seves fonts d'informació. Però allà la jurisprudència va fer un tomb important amb el cas Watergate, quan els periodistes del Washington Post no van ser obligats a revelar la identitat de la seva famosa "gola pregona".

E) Honor i intimitat

El concepte d'honor es considera força obsolet des d'una perspectiva legal. Aquelles matèries on hi ha ofensa cal remetre's al que diuen les lleis o els codis penals on es contempla el delictes d'injúria o de calúnnia. Una altra qüestió és la de la intimitat o privadesa. Si els dos conceptes solen citar-se units entre nosaltres és perquè la legislació els aplega en el títol d'una llei reguladora: la llei orgànica 1/82 de 5 de maig de Protecció Civil del dret a l'honor, a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge.²⁰

Pel que fa a la intimitat, existeix una complicada relació dialèctica entre els postulats legals i els deontològics. De fet aquest és un tema relativament nou en el camp jurídic. El concepte mateix d'intimitat emergeix en la mesura que les noves formes de comunicació humana -amplificades per les innovacions tecnològiques- amplifiquen el coneixement de l'àmbit que es pot considerar privat de les persones, començant pel dret a estar soles. És aquest el terreny on d'una manera més clara es sol produir una col·lisió de drets: la llibertat d'informació (amb l'interès social que se'n deriva) i el dret a la privadesa. A Espanya, com en molts altres països, la jurisprudència ha avançat de manera sinuosa i sovint contradictòria.²¹

El mateix ha succeït als Estats Units. Ja hem vist com el criteri aplicat per la jurisprudència pel que fa a difamació és prou lax, en el sentit que el sol fet de que existeixin

¹⁹ CARRILLO, Marc: *La clàusula de consciència i el secret professional dels periodistes. Una aproximació a l'estatut jurídic dels professionals de la informació* Centre d'Investigació de la Comunicació. Generalitat de Catalunya. Barcelona, 1992

²⁰ *Legislación sobre el honor, la intimidad y la propia imagen* (Editat per SERRA CALLEJO, Javier i SANCHEZ RODRIGUEZ, Miguel Angel). Tecnos. Madrid, 1990

²¹ CARRILLO, Marc: *Honor, intimidad y propia imagen* Consejo General del poder Judicial. Madrid, 1993

errades informatives no és motiu suficient per a la tipificació de libel, sinó que cal que es demostri mala intenció. Els tribunals seguien un esperit similar pel que feia a les invasions de la privadesa, però la creixent intromissió dels mitjans de comunicació a la vida de les persones públiques i de qualsevol ciutadà va forçar que el 1974 es promulgés la "Privacy Act", que vol acabar en certa manera amb la impunitat dels mitjans en aquesta matèria. Hi ha també lleis a nivell de cada estat, que presenten diferències substantives entre sí. Però en general, la jurisprudència sol fer atenció a aquests factors.²²

- Dret a la soledat (es considera punible l'obtenció de fotografies i imatges sense permís en llocs privats; hi ha en canvi molta permissibilitat quan es tracta de llocs públics).

- Fets personals. La seva divulgació és més o menys permesa segons siguin o no pertinents en el context de la informació. No hi ha problema si es deriven de testimonis a judicis.

- Falsedat ("false lighth"). Atribució de fets o de testimonis que no s'ajusten a la veritat. Té un tractament similar als casos penals de calúnnia o fals testimoni: és difícil que els tribunals civils la considerin punible si no es demostra malícia.

-Ús publicitari del nom o de la imatge, sense permís. Sol ser castigat.

El conflicte entre el dret a la privadesa i la llibertat d'informació s'ha anat perfilant com un dels més punyents plantejats en l'àmbit de la deontologia periodística. Entre els àmbits d'allò que clarament ha de ser públic i allò que ha de quedar preservat de l'observació aliena hi ha unes zones de penombra que són l'àmbit de freqüents litigis. Alguns dels conceptes que han de resoldre'ls jurídicament -com la veracitat dels fets, la intrusió i l'interès públic- no poden ser avaluats amb uns paràmetres clars. I la mateixa apetència de presència als mitjans per part d'algunes de les persones potencialment afectades introdueix un element de contradicció a les seves pròpies demandes. Davant d'això, el dubte s'apodera dels administradors de justícia i el debat social sobre la matèria resta obert, sovint subjecte al pes excessiu de les circumstàncies. Mentre alguns sectors socials es mostren convençuts de que l'omnipresència mediàtica forçosament ha de reduir els reductes privats, altres pensen que si els periodistes continuen empenyent els límits la societat, parlant a través dels seus tribunals, pot jutjar necessari expandir el dret a la privadesa.²³

²² Vegi's BIAGI, Shirley: *Media Impact. An Introduction to Mass Media* (2ª ed.) Wadsworth. Belmont, CA, 1992 (pp. 426-429)

Una descripció semblant es pot trobar a: CHRISTIANS, Clifford G./ ROTZOLL, Kim B. / FACKLER, Marc P.: *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning* (3ª ed.) Longman. Nova York, 1991.

També: SANDFORD, Bruce W.: *Synopsis of the Law of Libel and the Right of Privacy* National Association of Broadcasters. Washington, DC, 1984.

3.1.3. Els nous reptes de la televisió

Les emissions regulars de ràdio van començar entre el 1921 i el 1922 als Estats Units.²⁴ Però ja abans s'havien fet emissions radiofòniques amb finalitats militars i marítimes. Per això el govern americà va haver de començar a posar ordre en les freqüències ràdio-elèctriques, i el 1910 el Congrés va aprovar la "Wireless Ship Act" que va ser doncs la primera disposició legal que d'alguna manera incidiria -encara que a un nivell merament tecnològic- en l'activitat dels nous mitjans audiovisuals. En dos anys van aparèixer més d'un miler d'estacions de radioaficionats, de manera que el govern va haver de perfilar les normes amb la "Radio Act" de 1912. S'estava veient clar, doncs, que les característiques específiques dels nous mitjans de difusió exigirien també unes disposicions legals singulars. La febre de les ones va experimentar una progressió geomètrica. Cap al 1925 ja eren 10.000 les emissores, incloses entre les quals 571 de comercials. L'anterior llei havia quedat completament desbordada, i el 1927 el Congrés va aprovar una nova llei, la Federal Radio Act, que ja contenia temes com la censura, la concessió de llicències i la llibertat d'expressió. És la primera vegada que apareix en una legislació sobre radiodifusió l'expressió "l'interès públic, la conveniència i la necessitat", manlevada d'altres normatives públiques.²⁵

Amb la televisió es produeix un procés semblant. La primera emissora de televisió la va engegar la cadena RCA després de muntar una antena al cap de munt de l'Empire State, a Nova York. En qüestió de mesos totes les grans xarxes de radiodifusió varen començar emissions experimentals, i la primera que tindria una emissió regular va ser la CBS a partir del juliol del 1941. El desfasament que ja s'havia produït en la legislació sobre ràdio i la imminència dels nous problemes que comportaria la posada en funcionament de la televisió van motivar la discussió i l'aprovació d'una nova llei, de caràcter molt més ampli. Es tracta de la "Communications Act" de 1934 que, encara que amb esmenes, encara ara regeix en molts

²³ MILLER, Arthur R.: "Press Versus Privacy", *Gonzaga Law Review*, 16, n.1. 1980 (p. 849)

²⁴ Segons un estudi fet per Baudino i Kittross, entre quatre emissores candidates aquest honor ha de ser atorgat a la KCBS de San Francisco, que va començar les seves emissions el 9 de gener de 1922. Veure: "Broadcasting's Oldest Stations: an Examination of Four Claimants", *Journal of Broadcasting*, hivern 1977

²⁵ Dades aportades per BLISS, Edward, jr.: *Now the News: The Story of Broadcast Journalism* Columbia University Press. Nova York, 1991

aspectes la comunicació audiovisual als Estats Units. Així mateix es va crear la Federal Communications Commission (FCC) que regularia la matèria administrativament.

És evident que els nous mitjans plantejaven un nou tipus de problemes. Alguns d'aquests problemes tenien una base tecnològica: l'espai ràdio-elèctric és limitat i, en conseqüència, calia posar ordre al tema de la utilització de freqüències. Ningú no gosaria dir que pel fet de ser aquest un tema tècnic deixava de ser política i socialment significatiu: la llibertat d'expressió mantenia el seu esperit, però uns podrien tenir accés al control dels mitjans i uns altres no. Però, a més, emergia amb força la convicció de que els nous mitjans electrònics tindrien un abast desconegut fins al moment i, en conseqüència, una capacitat temible de manipulació de les consciències. No es tractava d'abandonar l'esperit de la Primera Esmena, però sí que calia definir les condicions en què podia exercir-se la llibertat d'expressió.

Els Estats Units van ser pioners en el progrés tècnics de la ràdio i la televisió, i en conseqüència, van haver de donar abans que ningú respostes legals als seus nous reptes. Però tots els països occidentals, d'alguna manera, han hagut de generar unes regles del joc que plasmassin el difícil equilibri entre el reconeixement de la llibertat d'informació i la consideració de servei d'interès públic que tenien els nous mitjans de difusió massiva.

Amb la televisió, és clar, un dels problemes és la força de seducció de la imatge, i els legisladors s'han hagut de preocupar per la seva capacitat de ser vehicle d'obsenitat i de violència. Els sistemes legals, en efecte, controlen aquest aspecte. I hi ha pràcticament a tots els països mesures legals que s'afegeixen a les lleis penals en atenció a la capacitat persuasiva dels mitjans audiovisuals. Aquestes mesures solen afectar per igual a les televisions públiques i a les privades.²⁶

La llei criminal prohibeix als Estats Units el llenguatge obscè i indecent als media. Hi ha també un control administratiu per part de la FCC, amb avisos a les cadenes o no renovacions de les llicències. A la Gran Bretanya la Broadcasting Act de 1990 requereix a les cadenes de televisió fer tot allò que assegurí que res del que s'inclou als programes va contra el bon gust o la decència o es propens a encoratjar el crim o a incitar al desordre o a ser ofensiu per als sentiments del públic. La provisió prové de lleis més antigues referides a altres mitjans, com ara la premsa i els llibres, però és més estricta en atenció al caràcter massiu i heterogeni del públic consumidor de televisió. En contrast amb la posició britànica, la llei a altres països europeus es preocupa menys per l'exhibició d'imatges que es puguin considerar eròtiques o

²⁶ BARENT, Eric: op. cit., pp. 111-115

obscenes. En canvi és compartida la preocupació creixent per la protecció de la infància i de la joventut, plasmada en diverses lleis i disposicions administratives, sobre tot pel que fa referència a les escenes de violència.

Però les qüestions relatives a sexe i a violència tenen la seva principal incidència en els programes de ficció i molta menys en els de caràcter informatiu. Pel que fa a aquests, la legislació específica per a la televisió es centra, sobre tot, en el tema de l'equilibri polític. Això afecta tant a la televisió pública com a la televisió privada, però en diferent grau.

Als Estats Units, la imparcialitat ha estat regida durant molts anys per l'anomenada "Fairness Doctrine". Aquesta doctrina no es va formular en una llei o disposició concreta, sinó que es va anar forjant al llarg d'una sèrie de fites. Ja se'n troben alguns elements a la Radio Act de 1927, que deia que les emissores havien d'operar d'acord amb l'interès públic. A partir d'aquí, hi va haver una sèrie de documents emanats de la FCC que la varen anar perfilant fins que el 1964 va quedar més o menys afermada i delimitada.²⁷ La "Fairness Doctrine" està establerta doncs en un corpus legal sancionat pel Congrés, però el Tribunal Suprem li va atribuir consistència legal l'any 1969 en el procés anomenat "Red Lion". Al costat de la "Fairness Doctrine", hi ha la regla anomenada "Equal Time", segons la qual les emissores amb llicència han d'atorgar les mateixes oportunitats d'accés als candidats a qualsevol elecció per a llocs públics. Aquesta regla està expressada en la secció 315 de la Communications Act de 1934 i, un cop establerta la "Fairness Doctrine", va començar a ser vista com un aspecte parcial d'aquesta. Els concessionaris d'emissores privades han acceptat sempre en certa manera l'esperit de la "Fairness Doctrine" tot reconeixent certa dimensió pública del servei, fins i tot en el cas de les grans cadenes privades. Els seus codis deontològics assumeixen la necessària imparcialitat. Però al mateix temps s'han mostrat sempre crítics respecte a que la "Fairness Doctrine" sigui presentada com una imposició (sobre tot en el sentit de prohibir l'opinió editorial) perquè, argüeixen, això equival a atemptar contra la llibertat d'expressió. Aquest ha estat un dels grans temes de controvèrsia periodística als Estats Units durant un parell de dècades.²⁸ A partir de 1984, en una atmosfera de des-regulació, es va voler acabar amb la "Fairness Doctrine". Així ho va voler fer la mateixa FCC el 1987, però aleshores va sorgir una

²⁷ La data de naixement de la "Fairness Doctrine" ha estat fixada de forma un tant arbitrària com l'1 de juny de 1949 quan va ser explicitada en un informe de la FCC sobre la prohibició d'editorialitzar. Però es pot dir que va arribar a la majoria d'edat el 1964, que és quan queda establerta per la FCC com un "deure afirmatiu" de les emissores. Veure BLISS, Edward (jr): op.cit., pp. 425-426.

²⁸ Per a una exposició detallada dels replecs constitucionals de la "Fairness Doctrine" veure: ROWAN, Ford: *Broadcast Fairness: Doctrine, Practice, Prospects* Longman. Nova York, 1984

iniciativa legislativa al Congrés per afermar-la en forma de llei, iniciativa que va quedar aturada davant el veto del president Reagan. De moment, doncs, la "Fairness Doctrine" està en suspens a nivell legal.²⁹

A Europa els problemes plantejats venen a ser en el fons molt semblants. Val a dir que certes normes que existien en l'època monopolitzadora de les televisions públiques per garantir el pluralisme de les mateixes han perdut part del seu sentit amb la implantació de la televisió privada. Barent significa, però, que alguns tribunals han fet la distinció entre pluralisme extern (que ve garantit per les condicions del mercat) i pluralisme intern (exigible a les televisions públiques pel fet de ser-ho).³⁰ En pràcticament tots els països subsisteixen normes que requereixen que els continguts de les televisions acompleixin els requisits de completesa i d'imparcialitat; i aquestes normes, efectivament, són més severes per a les televisions de caràcter públic.

Encara que de forma menys explícita que als Estats Units, retrobem la polèmica sobre les maneres de concretar l'equanimitat. ¿Equanimitat només vol dir que cal reflectir les opinions de tothom? ¿O vol dir, a més, que les emissores han d'abstenir-se d'emetre els seus comentaris editorials? També a Europa una certa manera d'entendre la imparcialitat pot representar una de les més estrictes limitacions de la llibertat d'informació per als qui regenten emissores de ràdio o de televisió. A la Gran Bretanya això està expressat a la Broadcasting Act de 1990 amb una prohibició específica per a les persones que representen les cadenes de "expressar qualsevol punt de vista i opinió sobre temes que siguin de controvèrsia política o industrial, o relacionats amb l'actualitat informativa". Aquesta disposició britànica ha reproduït, quasi fil per randa, les discussions americanes sobre el tema. Els difusors privats consideren que la norma de la imparcialitat no ha de comportar necessàriament la prohibició d'editorialitzar. Sobre els canals públics, en canvi, hi ha l'expectativa de que siguin neutrals i difícilment se'ls concediria el dret a expressar opinions editorials. Altres lleis, com la italiana del 90, són més laxes i es limiten a referir els principis fonamentals del pluralisme, l'objectivitat, la comprensibilitat i la imparcialitat com a directrius del sistema de difusió ràdio-televisiva. Una qüestió important és si la imparcialitat ha de ser aplicada als mitjans en general, als programes o a totes i cadascuna de les notícies dels seus serveis informatius. En

²⁹ Sobre l'assimilació de la Fairness Doctrine que fan els codis deontològics de les televisions dels Estats Units, veure 4.3.1.1

³⁰ BARENT, Eric: op.cit., pp. 96-97

aquest tipus de matèries de vegades hi ha tractaments diferents per als canals privats que per als públics. A aquests (existeix jurisprudència alemanya al respecte) se'ls sol exigir una imparcialitat més "segmentada".³¹

³¹ BARENT, Eric: op. cit., pp. 100-104

3.1.4. Regulació versus des-regulació

Existeixen, certament, diferències significatives entre Europa i els Estats Units pel que fa a la regulació legal dels mitjans de difusió audiovisuals. No es pot dir que als països europeus hi hagi una gran uniformitat a aquest respecte però, tot i així, les seves normes legals tenen unes tendències comuns respecte a les de l'altre costat de l'Atlàntic. Eric Barent xifra aquesta diferència sobre tot en una qüestió clau: mentre que als Estats Units la llibertat d'expressió és contemplada gairebé com una llibertat davant de l'Estat, els tribunals europeus acostumen més aviat a veure-la com un valor que ha de ser protegit per l'Estat. En tots els casos, la llibertat d'expressió és un bé suprem democràtic que cal preservar. Però la qüestió de fons rau, des d'un punt de vista constitucional, en fins a quin punt el tipus particular de regulació és compatible amb (o requereix per) la llibertat d'expressió.³² En un supòsit, el govern s'estarà contenint per no interferir la llibertat; i en un altre, haurà d'actuar per tal de potenciar-la i fer-la realment objecte de gaudiment. Per descomptat, aquesta diferència bàsica correspon a dues tradicions socio-econòmiques diferents: en un cas estem parlant d'un liberalisme d'essències i de rels filosòfiques més pures; en l'altre, d'un liberalisme que empelta (o que està empeltat per) les tendències socialdemòcrates que han estat predominants a nombrosos països del vell continent.

En qualsevol cas, en el món occidental existeix una assumptió de caràcter ben general: que la ràdio i la televisió necessiten un règim jurídic específic. A diferència del que es sol afirmar respecte de la premsa, es considera que els mitjans audiovisuals precisen d'una regulació que vagi més enllà de les lleis penals de caràcter general. Aquesta convicció, a grans trets, va anar creixent en la mesura que es va anar cobrant consciència de que els nous mitjans i les novíssimes tecnologies que els donaven suport desbordaven les formes convencionals de comunicació. Entre els arguments més esgrimits per sustentar aquest parer s'hi comptaven, sobre tot, els següents:

- arguments de caràcter polític-administratiu: l'espai ràdio-elèctric és públic, i en conseqüència cal regular-lo de manera que s'asseguri que allò que per ell ha de transitar reverteixi en l'interès públic.

³² BARENT, Eric: op.cit., p. 2

- arguments de caràcter tecnològic: l'esmentat espai és limitat i, en conseqüència, cal ordenar i distribuir d'acord amb unes prioritats les freqüències d'ona disponibles.

- arguments de caràcter sociològic: els mitjans audiovisuals, per les característiques del seu sistema de missatges i pel seu abast, tenen una capacitat d'impacte -molt més gran que la que pugui tenir la premsa- que cal conduir adequadament.

La referència a la premsa s'usa en diversos sentits. Per a alguns la premsa no ha necessitat la regulació en absolut. Altres autors pensen que "si més no" la ràdio i la televisió sí que la necessiten. Aquest és el cas, per exemple, de Lee Bollinger que pensa que és raó suficient la joventut de la ràdio i de la televisió, així com el seu suport tecnològic: de la mateixa manera, argumenta, que el cinema ha necessitat major regulació que el teatre.³³

Però, evidentment, les línies d'argumentació citades poden evolucionar. I ho han fet, certament, més aviat en el sentit d'afeblir-se. Així, la mateixa renovació tecnològica ha comportat les solucions a la limitació de l'espai ràdio-elèctric. I en la mesura que apareixen noves formes de comunicació que es veuen com potencialment més amenaçadores de les formes de vida social, es tendeix a que les anteriors formes facin el seu fet sense majors problemes.

Succeeix, d'altra part, que la tendència a l'afebliment dels arguments pro-regulatoris no es dona de manera coincident a nivell mundial. Quan en uns llocs s'està d'anada en algunes coses, en altres se n'està de tornada. D'altra part, aquestes tendències poc uniformes encara es creuen amb unes altres que no s'han de menystenir, com són les oscil·lacions de la política en els diferents països. Tot plegat crea un mar ple d'onades i de corrents, ple de fluxos i refluxos, de mareas altes i mareas baixes, un mar on no sempre resulta fàcil saber cap a on es navega, si en el rumb de la regulació o en el de la des-regulació.

Podem, tanmateix, mirar de posar algunes balises per orientar-nos en aquest mar. Sembla clar, per exemple, que als Estats Units, de forma relativament continuada, s'ha estat vivint una època de des-regulació.³⁴ La FCC en els últims 15 anys ha eliminat moltes de les restriccions que en el seu moment s'havien posat com condicions per l'atorgament de llicències d'emissió. En això hi va tenir molt a veure el canvi tecnològic, però també les fortes conviccions neo-liberals dels vuit anys d'administració Reagan. De fet la tendència ja es va

³³ BOLLINGER, Lee: "Freedom of the Press and Public Access", a LICHTENBERG, J. (ed.): *Democracy and the Mass Media* Cambridge, 1990

³⁴ Vegi's POWE, Lucas A.: *American Broadcasting and the First Amendment* University of California Press. Berkeley, Cal., 1987

començar a notar en l'època Carter, un demòcrata de profundes conviccions liberals, però es va reforçar sobre tot a partir de l'any 81. Posteriorment hi va haver una altra petita inflexió reglamentadora durant els anys Bush, però referida a temes sobre els que hi havia un fort clam social, com ara la violència i els programes adreçats als nens. Així mateix en aquesta època es van crear noves normes reguladores de la publicitat i es va redefinir la normativa sobre drets d'exhibició, especialment en el referent a les xarxes de cable. Però en altres aspectes la permissibilitat va arribar a les més altes cotes³⁵, tendència que tampoc s'ha capgirat del tot en el mandat de Clinton.

A Europa la situació actual és tan incerta o més. D'una part encara hi ha tendències reguladores primigènies, les que són fruit, per exemple, d'una necessitat d'ordenació tècnica dels nous mitjans.³⁶ D'una altra part hi ha tendències des-reguladores, fruit de certes conjuntures neo-liberals: en el camp polític, l'ascensió dels conservadors a alguns països³⁷; en el camp estrictament mediàtic, la irrupció de la televisió privada en la major part dels països de l'Europa Occidental. Però tot això succeeix amb un mar de fons que no és altre que el caràcter mixt del model ràdio-televisiu mantingut a la majoria de països europeus i una voluntat política més o menys alimentada de preservar uns valors que es consideren irrenunciabls i que la mateixa situació mediàtica fa especialment vulnerables. Entre aquests valors, Jay G. Blumler cita els de la qualitat dels programes, la diversitat, la identitat cultural, la independència de les fonts dels programes respecte de les influències comercials, la integritat de la comunicació cívica, el benestar dels nens i dels joves i el manteniment d'uns criteris de convivència.³⁸

³⁵ Veure, per exemple, BROWN, Less: "Why Bush May Undo Reagan TV Policies"; i BROWN, Less: "Flowers of Desregulation". Ambdós a *TBI*, gener. 1989. Resumits i traduïts a *News*, Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, n.26, febrer, 1989.

Less Brown atribueix a la permissibilitat que acompanya la tendència des-reguladora l'aparició dels primers "reality shows", entesos com a programes on la línia divisòria entre ficció i realitat és borrosa.

³⁶ Un exemple oportú és de la Llei del Cable aprovada a Espanya el desembre de 1995. La primera regulació del cable als Estats Units es remunta a uns 30 anys enrere.

³⁷ Cal advertir tanmateix que no sempre la presència de governs de dretes liberals té una traducció automàtica de des-regulació en el món dels mitjans de comunicació. Així, mentre als Estats Units l'administració Reagan beneïa tota mena de mesures des-reguladores, el coincident govern Thatcher, a la Gran Bretanya, més aviat es dedicava a intentar collar la premsa i els mitjans de comunicació amb l'amenaça de noves mesures anti-libel. No està escrit enlloc que les mesures des-reguladores de Reagan tinguessin com objectiu principal encoratjar la premsa a ser més crítica amb les esferes governamentals, com tampoc ho està que els dards de Margareth Thatcher contra certa premsa fossin descoratjadors per l'economia de mercat.

³⁸ Veure BLUMLER, Jay G. (ed.): *Televisión e interés público* Bosch. Barcelona, 1993 (pp. 49-61)
Edició original: *Television and the Public Interest* Sage Publications. Londres, 1992.

El marc legal en què es situen o s'han de situar els continguts televisius no és, com hem vist, un marc perfectament sòlid i permanent. Està subjecte a variacions que tenen lloc en funció dels països i de les èpoques. El conformen alguns elements que són relativament estables, i d'altres que són canvians. La pràctica professional i el seu entorn deontològic poden contribuir, certament, a la solidificació dels conceptes. Però també poden contribuir a modificar aquells que hagin de ser modificats.

De vegades es retreu als codis deontològics el defecte de ser poc eficaços. La llei certament ho és més, en el sentit que té una capacitat sancionadora de la qual, efectivament, els codis deontològics no solen disposar. Però fer acomplir la llei de vegades tampoc no és tan senzill. Existeixen principis legals que es neutralitzen mútuament; l'administració de justícia de vegades és lenta; i no sempre els corpus legislatius canvien al ritme o en la direcció que vol la societat.

Els codis deontològics se'ns apareixen, doncs, com un substrat i alhora com un complement d'aquells principis legals que cal observar en cada moment i en cada situació.

3.2. Marc socio-polític

Els mitjans de comunicació són un element consubstancial a la democràcia. Aquesta és una asseveració que es sent fer sovint i que es pren gairebé com un axioma. Però és una afirmació que no sempre es fonamenta en les mateixes bases. De fet moltes vegades quan es diu que els mitjans de comunicació són un element consubstancial a la democràcia el que s'està volent dir en realitat és que els mitjans de comunicació són el lligam entre el mercat i la democràcia, és a dir, allò que confereix l'empenta necessària al sistema socio-econòmic que regeix el món occidental. A això es refereixen moltes vegades els qui defensen de forma incondicional la llibertat de premsa. La posició liberal ha estat preeminent als Estats Units i ha tingut sempre la seva expressió més clara en la Primera Esmena constitucional. I a la resta del món occidental també s'ha obert camí, més o menys en la mesura que ho ha fet la consideració dels mitjans de comunicació com una vessant fonamental de la cultura post-industrial.³⁹

Quan es vol argumentar que la informació d'actualitat és una condició necessària per a la democràcia, es sol recordar la funció de "gos vigilant" que s'atribueix a l'activitat periodística. Els governs són els responsables de la bona gestió del sistema, com ho són els legisladors de crear el marc legal en el qual aquell ha de desenvolupar-se i els jutges de fer que tot s'esdevingui d'acord amb les regles del joc establertes. Però per si alguna cosa fallés, per si hi hagués alguna desviació no desitjable, els mitjans de comunicació actuen com elements de compensació i control. Aquest és el famós "quart poder" atribuït genèricament als mitjans de comunicació. ¿Però qui ostenta realment aquest poder?

En la història recent de la comunicació en general i de la informació periodística en particular s'han produït prou evidències de que amb garantir formalment la llibertat de premsa (o la llibertat d'informació, terme que considerarem aquí com equivalent) no n'hi ha prou per establir el paper democratitzador dels mitjans. El mateix sistema genera unes condicions que tendeixen a forçar una concentració dels mitjans en uns poques mans, i això fa que aquell suposat "quart poder" a la pràctica es converteixi en una extensió o una derivació d'altres poders fàctics.⁴⁰

³⁹ Veure per exemple: KELLY, D./ DONWAY, R.: "Liberalisme and Free Speech", a LICHTENBERG, J. (ed.): *Democracy and the Mass media* Cambridge University Press. Cambridge, 1990 (pp. 66-101).

Pel que fa a Europa, veure: McQUAIL, D./ SIJNE, K. (eds.): *New Media Politics* Sage. London, 1986.

⁴⁰ En aquesta línia per exemple s'expressa O'Neill. Veure O'NEILL, John: "Journalism in the market place",

Però també hi ha suficients evidències de que els mitjans de comunicació sí que a compleixen un paper democratitzador. De fet mai com fins ara tanta informació havia estat a l'abast de tanta gent. I és precisament el mercat el mecanisme que ho fa possible. Existeix una demanda d'informació que, en la mesura que pot ser satisfeta, contribueix a que els mitjans a compleixin una missió tan important com la de la vigilància: el manteniment d'una ciutadania informada i crítica.

El dret d'informar i el dret a ser informat -segons com ens ho mirem, dues cares de la mateixa moneda- s'han convertit per a la ciència política i per al dret constitucional en un dels fonaments de l'estat democràtic. Ja no n'hi ha prou amb assegurar un dret teòric a expressar lliurement totes les opinions. Aquesta era la pedra angular d'una concepció liberal de l'estat. Sense negar-la, els actuals estats democràtics han aprofundit el paper que la lliure circulació de la informació té en el seu propi si. Cal que hi hagi llibertat d'informar; però també cal que l'accés als mitjans de comunicació sigui realment lliure per a tots els grups socials i no només privilegi d'uns pocs; cal que la informació que es proporcioni sigui veraç; cal que no sigui possible privar al ciutadà del coneixement dels assumptes d'interès públic; i cal que tothom pugui tenir opció de rebre aquella informació que pugui precisar. Existeixen diferents models d'interpretació del concepte "dret a la informació", però cada vegada és més freqüent trobar entre els experts constitucionalistes la defensa d'una lectura extensiva del mateix: aquella interpretació que d'una forma més biunívoca el correlaciona amb les societats més plurals i democràticament més madures.⁴¹

Tan gran és, al menys en aparença, la presència de la informació en l'actual societat democràtica que aquella s'ha convertit en el principal element definitori d'aquesta. Ha esdevingut ja gairebé un tòpic parlar de la societat mediàtica. Allò que la caracteritza és l'abundor de mitjans de comunicació i de missatges que hi circulen. ¿Però vol dir això que s'acompleix el desideràtum d'una circulació fluïda d'una informació veraç que sigui d'autèntic interès per als ciutadans? No necessàriament. I des de diversos posicionaments científics s'ha assenyalat precisament la paradoxa de què és víctima l'individu que viu en la societat mediàtica: d'una part pateix una creixent saturació de missatges, i d'una altra pot estar altament des-informat. "La televisió -escriu Neil Postman en un llibre dedicat específicament a

a BELSEY, Andrew/ CHADWICK, Ruth: *Ethical issues in journalism and the media* Routledge. Londres, 1992

⁴¹ Veure VILLAVERDE MENENDEZ, Ignacio: *Estado democrático e información: el derecho a ser informado* Junta General del Principado de Asturias. Oviedo, 1994.

aquest mitjà- està alterant el sentit de 'estar informat' en crear una espècie d'informació que correctament s'hauria de nomenar des-informació (...) Desinformació no vol dir informació falsa. Vol dir informació enganyadora -informació equivocada, irrellevant, fragmentada o superficial- informació que crea la il·lusió de saber alguna cosa però que, de fet, ens aparta del coneixement".⁴²

El reconeixement del "dret a la informació" està en la base de moltes de les actuals expressions de la deontologia professional dels periodistes (veure 2.3.). Aquesta ja no haurà de ser justificada "des de dins", amb la corresponent sospita de corporativisme, sinó que es fonamentarà en la importància que té per a la societat que el resultat del treball dels informadors sigui impecable des del punt de vista ètic. D'això se'n deriva la importància que té, quan es parla d'ètica de la informació, prendre en consideració quin és el paper del públic, dels ciutadans que són en definitiva els destinataris i la raó de ser de tota pràctica informativa. Marilyn Matelski ens recorda que els codis específics d'ètica són sempre dependents de contextos culturals: conviccions religioses, normes socials, situacions històriques i filosofies econòmiques.⁴³ Emparant-se en la concepció de Karl Manheim (a la qual s'ha fet referència a 2.1.2.), proposa una aproximació de caràcter "relacionista", que prengui en consideració la relació entre la filosofia (esperit universal) d'un valor cultural i la seva sociologia (o institució social de definició). Aquest punt de vista difereix molt de l'absolutista, que creu que totes les coses han de ser fetes d'una determinada manera, sense consideració del temps i de l'espai. També difereix de la concepció relativista segons la qual res no és universal; totes els valors son efímers i totalment dependents de les circumstàncies immediates. Una de les dificultats que es presenten quan discuteixen sobre ètica "acadèmics" i periodistes -argüeix Matelski- és que els universitaris son vistos sovint com "absolutistes", emfasitzant constantment sobre el que ha de ser fet pels reporters i els directors de les notícies; i per altra part els executius de la televisió són vistos com relativistes, canviant amb el temps i la cadena a la qual pertanyen.

El públic, efectivament, podria trencar el cercle viciós. Però ¿qui és el públic? ¿sap què vol i què no vol? ¿té alguna manera de fer-ho arribar als qui manufacturen la informació?

⁴² POSTMAN, Neil: *Divertim-nos fins a morir* Llibres de l'Index. Barcelona, 1990 (p. 136).

Original en anglès: *Amusing Ourselves to Death. Public Discourse in the Age of Show Bussines* Viking Penguin Inc. Nova York, 1985

⁴³ MATELSKI, Marilyn J.: *TV News Ethics Electronic Media Guides* Focal Press. Boston/London, 1991 (pp. XI-XII)

3.2.1. El paper del públic

S'ha dit sovint que els mitjans de comunicació són els gossos que vigilen el poder. Però ¿qui vigila els vigilants?⁴⁴ Només pot haver-hi una resposta a aquesta pregunta: el públic. Si és cert que la informació és la saba de la vida democràtica, són els ciutadans els qui -exercint d'una manera positiva el seu dret a estar informats- han de vetllar perquè la informació que reben acompleixi les condicions suficients de versemblança i de qualitat: perquè la informació que rebin no sigui des-informació. El problema és com ha d'exercir el ciutadà aquest paper.

Els qui creuen fermament i fins a les últimes conseqüències en les doctrines liberals sobre la informació tenen una resposta immediata a aquesta darrera qüestió. El públic acomplirà el seu paper -ja l'acompleix de fet- a través dels mecanismes de mercat. El públic, amb la seva adquisició d'uns determinats productes informatius i el seu rebuig d'uns altres, estarà donant el seu veredict. Subsistirán aquells productes o aquells mitjans que acompleixin unes determinades característiques (interès, qualitat,...) i desapareixerán aquells que no responguin a les demandes dels ciutadans. D'aquesta manera, a la curta o a la llarga, s'aconseguirà l'equilibri necessari entre l'oferta i la demanda i, al mateix temps, el desideràtum d'una informació de qualitat.

Sorpren que això, sense gaires matisos, pugui ser mantingut seriosament per part d'estudiosos i de pràctics de la comunicació que coneixen perfectament el context polític i econòmic en què es produeix la informació. "Com sap qualsevol que ha treballat en els mitjans -escriu Lazere-, la preocupació dels creatius per la integritat artística o política se les ha de tenir amb les pressions corporatives per que el producte s'igualeixi per un consum massiu; així doncs, la qualitat apareix malgrat (i no per causa de) les condicions de la producció comercial".⁴⁵

L'esmentat tipus de resposta basada en els mecanismes de mercat només pot estar fet des de la ingenuïtat -una mena de càndid rousseaunisme que hauríem d'anar a buscar en la prehistòria de la filosofia liberal- o des del pur cinisme. En qualsevol cas d'arguments per

⁴⁴ Tant la metàfora com l'esmentada pregunta es poden trobar citades molt freqüentment a obres sobre comunicació social. Les fa servir, per exemple, Philip Meyer com introducció d'un capítol del llibre ja citat anteriorment *Ethical Journalism: A Guide for Students, Practitioners and Consumers* (pp. 110-126)

⁴⁵ LAZERE, Donald (ed.): *American Media and Mass Culture: Left Perspectives* University of California Press. Berkeley, 1987 (p. 233)

rebatre aquesta mena de plantejaments se'n poden trobar fins i tot a dins mateix de la lògica del mercat. Precisament perquè la informació és -entre altres coses- una mercaderia, la seva elaboració està subjecta a una sèrie de codicionaments que constitueixen la seva funció social. O, si es vol, estem parlant d'un únic mercat quan en realitat n'hi ha dos, o tres, o quatre, tants com aspectes diferents volem atorgar al concepte d'informació. Si aquesta és un pur producte de consum, hi ha una situació de mercat. Si és un producte carregat de continguts polítics, n'hi ha una altra. Si és aquella saba democràtica, tota una altra. Si ho mistifiquem tot, difícilment podrem extreure conseqüències fiables de l'aparent joc de l'oferta i la demanda. "Els imperatius del mercat -escriu O'Neill- són incompatibles tant amb els bens intrínsecs de l'activitat periodística com amb la funció democràtica a la qual aspira a servir. En primer lloc, és incompatible amb la diversitat que el mercat està obligat a engendrar: lluny d'encoratjar a la diversitat d'opinions, el mercat encoratja al productor a presentar les notícies de manera que siguin congruents amb els valors i les creences preconcebudes de l'audiència. No val la pena presentar la informació que estigui al marge del marc cultural dominant a les audiències a les quals s'adreça. Així doncs, el periodisme de masses tendirà a treballar dins dels límits de la cultura dominant en la qual opera. En relació amb això, el valor de dir la veritat esdevé en el millor dels casos subsidiari en la presentació de les notícies. No es dona sempre el cas que la veritat sobre fets significatius sigui sempre allò que el consumidor prefereixi sentir o llegir".⁴⁶

Aquest tipus de raonaments serviran, entre altres coses, per rebatre aquell tòpic que sempre apareix en les discussions sobre els continguts ètics de la televisió. El públic -s'afirma de vegades molt frívolament- diu que vol uns determinats continguts però amb les seves actituds i amb les seves preferències està demostrant que en realitat desitja unes altres coses. Blasma la violència, però consumeix programes violents; maleeix els continguts morboses, però presta la seva audiència massiva als "reality-shows" convencionals. Es vol veure aquí una contradicció aparent, una contradicció que serveix per justificar la necessitat de "donar al públic" allò que realment reclama. Està per veure si existeix o no una demanda d'informació de qualitat, però en tot cas el que no es pot fer és negar que existeixi a partir d'aquest argument: no s'està parlant del mateix mercat o, millor dit, s'estan posant en el mateix cove situacions de mercat que apareixen, efectivament, barrejades però que haurien de ser destriables.

⁴⁶ O'NEILL, John: op.cit., p.22

La tensió entre informació i entreteniment és ja una vella qüestió per a la premsa, que en el cas de la televisió tendeix a esdevenir maniquea. Louis Day escriu al respecte: "Encara que alguns crítics deploren la intrusió de valors d'entreteniment en els continguts editorials, no hi ha res de dolent en què les notícies entretinguin, en la mesura que no vegin compromès els seus aspectes seriosos més característics. Les notícies, com altres aspectes del contingut, són un producte que ha de competir per l'atenció de l'audiència. És quan l'activitat editorial es vista com un apèndix de la funció d'entreteniment -com succeeix de vegades en el cas de la televisió- que la qualitat periodística se'n pot veure ressentida més fàcilment.(...) Tant les notícies com l'entreteniment poden ser vehicles importants per transmetre la nostra herència cultural i són funcions legítimes del sistema mediàtic. Però les qüestions ètiques apareixen quan els mitjans comencen a convertir en trivials les coses importants, a fer sensacionalisme, o a distorsionar els problemes socials o a inundar l'audiència amb tanta banalitat que la lectura o el seguiment de mitjans de comunicació ofereix un retrat distorsionat de la realitat".⁴⁷

La sociologia s'ha interessat sempre pel paper del públic en el procés de la comunicació de masses. Hi ha en primer lloc les aportacions clàssiques dels funcionalistes -Lazarsfeld, per exemple⁴⁸- que es van centrar sobre tot en considerar quina mena d'efectes tenia sobre el públic el contingut dels mitjans, i als quals es va criticar precisament -i no sempre de forma prou justa- el fet de no haver prestat suficient atenció a les respostes o "feedback" dels receptors. Més modernament van sorgir les teories dels usos i gratificacions⁴⁹, que van superar certs esquematismes, però que han donat igualment una resposta escassament pràctica a la qüestió que aquí més ens interessa, és a dir, la forma que té el públic d'expressar les seves demandes. La influència de les actituds del públic en la formulació del missatge televisiu va ser abordada fa vint anys per Umberto Eco, en un article que va tenir molt de ressò entre els

⁴⁷ DAY, Louis. A.: *Ethics in Media Communications: Cases and Controversies* Wadsworth Publishing Company. Belmont, CA, 1991 (p. 326)

⁴⁸ Veure, per exemple, LAZARSFELD, Paul / MERTON, Robert King: "Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada", a MORAGAS, Miquel de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas* Gustavo Gili. Barcelona, 1985

Original: "Mass Communication, Popular Taste and Organized Social Action", a BRYSON, Lyman (ed.): *The Communicaton of Ideas* Institute for Religious and Social Studies. Harper & Row. Nova York, 1948

⁴⁹ Veure KATZ, Elihu/ BLUMLER, Jay G./ GUREVICTH, Michael: "Usos y gratificacions de la comunicació de masas", a MORAGAS, Miquel de (ed.): *Sociología de la comunicación de masas* Gustavo Gili. Barcelona, 1985.

Original: "Uses of Mass Communication by the Individual", a DAVISON, W.Ph. / YU, F.T.C.: *Mass Communication Research* Praeger Publishers. New York, 1974.

primers estudiosos de la Sociologia de la Comunicació.⁵⁰ I el mateix Eco, en un dels seus llibres més coneguts, va "definir" les etiquetes que durant aquests lustres han servit per tipificar dues actituds bàsiques davant dels mitjans: "Apocalíptics i integrats davant la cultura de masses". Entre els crítics dels mitjans s'hi compta el sociòleg Charles Wright, qui ens posa en alerta sobre els efectes falsament euforitzants dels continguts dels mitjans; Entre els qui relativitzen el caràcter nociu d'aquests continguts hi ha, per exemple, Peter Orlik⁵¹

Les respostes donades des de les ciències socials respecte al paper del públic són, com es pot observar, d'allò més divers: tant aviat es parla d'un públic narcotitzat pels mateixos mitjans com se'l fa co-responsable del deteriorament dels productes que li són adreçats. Tanmateix des d'una perspectiva ètica -si acceptem la equació que iguala ètica de la informació i qualitat- gairebé no tenim més remei que convenir que el públic és objectivament demandant d'una informació que acompleixi una sèrie de requisits: una informació que reflecteixi raonablement el món circumdant sense excessives deformacions, que sigui equilibrada quan tracti de conflictes entre parts, que no estigui supeditada al poder polític o al poder econòmic,... Com a mínim sembla prou clar que ningú (al menys amb un discurs explícit) advoca pel contrari de tot això.

La indústria de la informació té una altíssima preocupació per conèixer la resposta del seu mercat en termes d'estricta consum. En el cas de la televisió, la dèria pels índexs d'audiència és quasi obsessiva. Però, en canvi, existeixen pocs mecanismes per saber què esperen els ciutadans de l'oferta informativa en termes ètics. I, d'un altre part, sovint les transgressions passen inadvertides al públic perquè estan embolcallades en una factura "professional".⁵² Una i altra cosa van canviant a poc a poc.

⁵⁰ Veure ECO, Umberto: "¿El público perjudica a la televisión?", a MORAGAS, Miquel de (ed.): *Sociologia de la comunicació de masses* Gustavo Gili. Barcelona, 1985.

L'original d'Eco correspon a una ponència presentada al Simposium Internacional d'Experts de la Comunicació, organitzat amb motiu del Prix Italia el 1974.

⁵¹ WRIGTH, Charles: *Mass Communication: A Sociological Perspective* 3ª ed. Random House. Nova York, 1986.

ORLIK, Peter B.: *Critiquing Radio and Television Content* Allyn & Bacon. Boston, 1988

⁵² Veure Meyer, op. cit., p. 143

3.2.2. La "demanda" d'ètica informativa

És sobre tot quan es produeix una transgressió flagrant de les normes ètiques que més té assumides el públic que es palesa l'existència d'una "demanda" d'ètica informativa més o menys difosa. Però, més enllà de les situacions excepcionals, hauriem de preguntar-nos quins mecanismes existeixen per conèixer les actituds del públic respecte a l'ètica periodística.

Un dels mecanismes és el propi mercat. Això pot semblar contradictori amb les desconfiances expressades anteriorment respecte als postulats liberals. Però una cosa és resistir-se a confondre el veredict del mercat amb el judici ètic i una altra molt diferent seria deixar de reconèixer que un dels factors de tria per part del públic és la confiança que li ofereix la informació a l'abast. Negar això seria equivalent a negar als ciutadans la capacitat d'elegir amb criteri allò que els interessa objectivament. El públic contribueix amb la seva selecció a primar uns determinats continguts. Josep Maria Casasús ho ha expressat amb aquestes paraules: "Els 'reality shows' de la televisió d'avui són una representació extremada, certament hiperbòlica, d'unes realitats parcials. Són programes de televisió bescantats per la opinió pública més sensible i responsable. Però oblidem massa sovint que tots, i no tan sols els periodistes, en som responsables. Tothom, en alguna mesura, contribueix a confegir l'espectre ètic dels mitjans de comunicació i dels seus continguts. L'ètica de la comunicació és integral. L'ètica de la comunicació social i del periodisme és integral en el sentit que els lectors, els espectadors i els oients contribueixen a crear-la, triant diaris, triant programes de televisió i triant programes de ràdio".⁵³

Un altre mecanisme a tenir en compte són les enquestes d'opinió. Goodwin en cita una feta als Estats Units per l'institut Gallup a propòsit de les tècniques usades pel periodisme d'investigació. La majoria dels americans (d'acord amb una mostra de 1500 americans adults de 300 punts geogràfics diferents) varen aprovar (79 %) que els mitjans informatius fessin periodisme d'investigació "amb el que es descobris i s'expliqués la corrupció, el frau als negocis, a les oficines del govern i a altres organitzacions". Però, preguntats a propòsit dels procediments usats pels periodistes, els quatre sobre els quals es demanava l'opinió eren desaprovat en major o menor grau: fonts anònimes (42%), ús de càmeres i micròfons

⁵³ CASASUS, Josep M.: *El cinema en la modernització del periodisme català* (Lliçó inaugural del curs acadèmic 1995-96 de la Universitat Pompeu Fabra (27 de setembre de 1995) Edició separata de la mateixa universitat. Barcelona, 1995 (p. 8)

amagats (38 %), pagament d'informacions (36 %) i no identificació dels periodistes (32 %).⁵⁴ En una línia similar es poden citar estudis més recents que s'han fet a Europa i amb l'ànim de destil·lar quins són els valors socials i culturals que els ciutadans consideren dignes de protecció per part dels mitjans de comunicació.⁵⁵

Val a dir que les opinions dels ciutadans rares vegades són recollides en els codis deontològics d'una manera explícita. Hi sol haver, això sí, referències difuses a l'interès públic que ha de guiar sempre l'activitat informativa. Però mai no es passa d'aquí. Això possiblement tingui alguna relació amb una proverbial resistència a les crítiques externes que caracteritza arreu la professió periodística. "Hom podria predir que els diaris es resistiran vigorosament a adoptar la conducta que ells requereixen als altres -assegura Chris Argyris en una obra que descriu les interioritats dels mitjans. Per exemple, els diaris poden demanar que les institucions del govern siguin obertes a la premsa, però en canvi ells argumentaran que ells mateixos han d'estar tancats a qualsevol observació. Ells podran atacar amb la seva artilleria, però no veuran cap raó perquè des de fora se'ls posin en qüestió els propis objectius. Els qui regenten els diaris seran ràpids a condemnar els seus crítics, i no només perquè representen una amenaça contra la llibertat de premsa, sinó perquè una investigació dels mecanismes de treball interns de la premsa podria revelar que els diaris estan dominats per un sistema les característiques del qual són ben bé aquelles que sovint denuncien".⁵⁶ Les resistències que els productors de la informació tenen a l'hora d'acceptar crítiques exteriors solen emparar-se en la coartada de la professionalitat. La mitificació dels coneixements necessaris per exercir una activitat és una forma molt característica de crear un esperit corporatiu; i els periodistes no estan exempts, sinó més aviat tot el contrari, d'aquesta mena de tic social.

Si les crítiques provenen de persones proveïdes d'una especial rellevància social o política, els professionals tindran doble motiu per rebutjar-les: la persona crítica podria estar sota sospita d'actuar moguda per algun prejudici o ressentiment respecte als mitjans de comunicació. Encara haurà de donar les gràcies si la crítica no li torna com un bumerang. La professió periodística té sempre preparada la metàfora ideal per aquesta mena d'ocasions: "un

⁵⁴ "Gallup Poll": Investigative Reporting: Has Broad Public Support", 17 de desembre de 1981. (Citat per a GOODWIN, Eugene H.: *A la búsqueda de una ética en periodismo* Gernika. Mexico, 1987 (p.241).

Original en anglès: *Groping for Ethics in Journalism* Iowa State University Press. Ames, IA, 1983

⁵⁵ Veure BLUMLER, Jay G.: op.cit.

⁵⁶ ARGYRIS, Chris: *Behind the Front Page* Josey-Bass. San Francisco, 1974 (p. 237).

altre que vol matar el missatger", es dirà. Poques vegades algú es prendrà la molèstia d'aturar-se a pensar fins a quin punt la crítica formulada té algun aspecte raonable. D'entrada, el sospitós d'actuar irregularment és sempre el de fora, aquell que no pertany al "milieu" professional. Internament sí que es fan autocrítiques. De vegades de forma ritual. Però rares vegades es reconeixeran externament conductes equivocades o maneres de fer irresponsables. I el que ho posi en dubte, ja sap a què s'exposa.

El mes de novembre de 1969 es va produir als Estats Units una situació característica que és prou il·lustrativa d'aquest aspecte de la qüestió.⁵⁷ El vice-president Spiro T. Agnew va aconseguir crear un gran impacte amb una dura crítica que va fer a la cobertura televisiva d'un discurs del president Nixon. El seu "Iowa adress to the Midwest Regional Republican Committee" va polaritzar poderosament l'opinió pública, i en una proporció molt notable, la va situar en contra dels periodistes. El vice-president es queixava, arran dels comentaris que algunes cadenes de televisió van afegir al discurs presidencial, de la manca de rigor de la cobertura i de l'existència d'una doble moral per part dels periodistes dels mitjans audiovisuals. L'acusació feia referència a una situació concreta, però la transcendia i es convertia en un seriós advertiment sobre els mètodes de treball periodístics i els prejudicis de què fan gala els comentaristes que volen avaluar "de forma instantània" discursos i decisions polítiques que s'han estat pensant i avaluant durant molt de temps. No es tracta de saber ara si Agnew tenia molta raó o poca. Però és significatiu recordar que la seva amonestació va tenir un gran ressò social. Les cadenes de televisió van rebre una quantitat ingent de cartes i trucades de ciutadans que volien manifestar-se al respecte. I ho van fer de forma abassegadora contra els periodistes, en unes proporcions que anaven de 6:1 a 10:1 segons les cadenes. No cal dir que, des de les seves privilegiades tribunes, els periodistes es van defensar, i no els resultava difícil: finalment era un vice-president del govern que parlava arran de la cobertura d'un discurs presidencial. "Agnew ha volgut matar el missatger" va dir més d'un. Una expressió que també es va poder escoltar quan un allau de crítiques va qüestionar l'actitud dels mitjans de comunicació francesos després del suïcidi del primer ministre francès Pierre Bérégovoy, aparentment afectat per la divulgació d'un afer econòmic que afectava la seva reputació.

Els periodistes, com s'ha dit, tendeixen a buscar coartades a la seva actuació que són titllades sistemàticament de corporativistes -en el sentit més pejoratiu- pels que jutgen críticament les seves actituds. Cal admetre, tanmateix, que també ha estat la professió la que

⁵⁷ MATELSKI, Marilyn J.: op.cit., pp. 1-4

més ha advocat -si més no, més que les empreses- per l'establiment de mecanismes de control social de la informació. De la mateixa manera que les corporacions periodístiques han anat establint la seva doctrina deontològica a través de la formulació de codis d'ètica, també han impulsat de vegades òrgans dedicats a la vigilància i al compliment de les normes auto-imposades.

3.2.3. Mecanismes de regulació i control

Al llarg dels últims cinquanta anys han existit nombroses iniciatives tendents a exercir de forma sistemàtica un control sobre els mitjans de comunicació. Però la incessant tensió entre les doctrines liberals i els clams per la responsabilitat han fet que els organismes destinats a exercir aquell control hagin tingut un desenvolupament desigual en el temps i en l'espai geogràfic.

Algunes corporacions professionals han comptat amb l'obsoleta figura del "tribunal d'honor", constituït per periodistes nomenats en el si de les mateixes corporacions per jutjar les conductes que es consideraven transgressores de les normes internes de la professió. La creació d'aquesta mena d'institucions, pròpia de països amb règims polítics autoritaris o pre-democràtics, s'ha basat un fort corporativisme que alimentava la idea de que les conductes ètiques dels professionals només poden ser jutjades pels seus iguals. Aquest tipus de plantejaments ha topar sempre amb nombroses objeccions. D'una part, de caràcter jurídic: en no ser figures de dret públic, aquests tribunals no poden tenir un paper sancionador més que en l'àmbit intern de la pròpia corporació. La seva capacitat arriba com a màxim a l'expulsió d'un membre de la pròpia entitat. Però, en un país democràtic on la llibertat d'expressió hi sigui consagrada, una "sentència" d'aquestes característiques no pot comportar la prohibició de l'exercici professional, que d'altra part no pot ser considerat una patent dels periodistes afiliats a organitzacions de caràcter corporatiu. I això té relació amb l'altra gran objecció que es posa a aquest tipus de figures: si és la societat en el seu conjunt la titular del dret a la informació, no són només els periodistes -erigits en jutge i part- els qui han de jutjar les transgressions a la integritat d'aquella.

Diferent ha estat el caràcter que han tingut els anomenats "consells de premsa". Aquests organismes tenen els seus antecedents a Suècia (1916) i a la Confederació Helvètica (1938) però experimenten una implantació més sòlida a partir de meitats de segle. Entre el 1943 i el 1947 es van desenvolupar als Estats Units els treballs de la Comissió Hutchins, que influiria notablement en la formulació de clams per la responsabilitat dels mitjans. Paral·lelament, a la Gran Bretanya, per una iniciativa de la National Unions of Journalists que va ser assumida per una Cambra dels Comuns amb majoria laborista, va funcionar-hi una comissió similar que va plantejar, entre altres propostes, la creació del General Council of the Press. Aquest, després de diverses indecisions i polèmiques, va ser creat el 1953 i fou constituït per representants de

quatre associacions d'editors de premsa i tres de periodistes. Uns anys més tard -i ja amb el nom simplificat de Council of the Press- es va eixamplar la base de l'organisme atorgant lloc a membres cooptats que representaven el públic. Aquest precisament ha estat precisament un dels trets que han definit el consell britànic d'altres models generats en els anys següents a nombrosos països occidentals: Alemanya (1956), Països Baixos (1960), Àustria (1961), Dinamarca (1964), etc.⁵⁸ Als Estats Units també hi ha hagut experiències similars, però han estat efímeres i molt contestades per la tradició ultraliberal de les empreses de comunicació.⁵⁹ En les seves variades formes i composicions, aquest tipus d'organismes solen treballar amb un doble objectiu: generar mecanismes de defensa dels atacs que té la llibertat de premsa i crear instruments que facilitin una concepció lliure, integral i ètica del dret a la informació.

Els "consells" s'han obert pas amb algunes dificultats congènites.⁶⁰ La primera d'aquestes dificultats és la del seu àmbit de representació. En la major part de països on funcionen ho fan sobre la base d'una composició dual: empreses periodístiques i entitats professionals. Queden així coixos d'una part fonamental: la societat (o, si es vol, els consumidors del producte dels mitjans), que és al cap i a la fi la destinatària de la informació. El problema (resolt en part a la Gran Bretanya gràcies a la forta tradició allà existent de clubs de lectors de premsa i altres associacions) és establir un sistema de representació que estigui al marge del sufragi universal i que eviti, doncs, la intervenció del poder polític. Això connecta amb un altre problema, que és la manca d'un poder sancionador: els consells, normalment, orienten i dictaminen però no poden establir un sistema punitiu al marge del marc legal, la qual cosa els resta evidentment eficàcia davant de les transgressions dels mitjans que no es volen sotmetre a més controls que els ja establerts per la corresponent legislació. Finalment es pot afegir que els consells de premsa quasi sempre han quedat desbordats pel canvi accelerat que les noves tecnologies han anat generant en el món de la informació: es van constituir com a

⁵⁸ Per a una descripció detallada de la gènesi i el desenvolupament dels "consells de premsa", veure: LÖFFLER-HÉBARRE: *Les organismes d'autocontrôle de la Presse a travers le monde* C.H.Beck. Munich, 1968

⁵⁹ Veure BERTRAND, Claude-Jean: op.cit., (pp. 149 i ss.)

⁶⁰ Veure CARRILLO, Marc: "Los consejos de prensa como forma de autocontrol. Propuestas y precauciones respecto a su viabilidad en España", *Revista de Estudios Políticos* n.54. Madrid, 1986 (pp. 77 a 103).

El mateix autor desenvolupa el tema a: *La clàusula de consciència i el secret professional dels periodistes. Una aproximació a l'estatut jurídic dels professionals de la informació* C.I.C. Generalitat de Catalunya. Barcelona, 1992 (pp. 89-95).

També a "El lent camí de la premsa cap a l'autoregulació", *Capçalera*, n.14, juliol 1990. Col·legi de Periodistes de Catalunya. Barcelona.

mitjans de control de la premsa escrita, i han tingut escassa intervenció en el nou munt de problemes deontològics generats amb l'adveniment dels mitjans audiovisuals; i no sembla tampoc que siguin els organismes idonis per plantejar-se els nous reptes ètics que comporta el món multi-media i les autopistes de la informació.

En part, el buit de competències dels "consells de premsa" s'ha volgut omplir amb la creació en alguns països d'un altre mena d'organismes de control dedicats d'una manera més específica als mitjans audiovisuals i sobre tot a la televisió. Val a dir que si una part aquests organismes són més específics pel que fa a les característiques del mitjà ho són menys pel que fa al producte informatiu, ja que allà on funcionen no només es preocupen de la informació periodística sinó del conjunt dels continguts televisius (la violència a les obres de ficció, el nivell cultural dels concursos, etc.).

A la major part de països europeus hi ha actualment alguna instància de supervisió dels mitjans audiovisuals.⁶¹ Es tracta d'organismes que assumeixen missions diverses, en funció del seu règim jurídic: organització del sistema audiovisual, reglamentació del mateix, anàlisi de les infraccions i imposició de sancions. La seva composició, tant pel que fa al nombre de membres com a la forma de nomenament dels mateixos és molt variada.⁶² N'hi ha que es limiten a rebre queixes dels telespectadors i altres que compten amb àmplies atribucions para-jurídiques. Evidentment els que tenen capacitat per atorgar llicències d'emissió i/o per sancionar infraccions són organismes proveïts d'uns poders que emanen de les institucions democràtiques. Als Estats Units la instància equivalent és el Mass Media Bureau (MMB), una secció de la FCC, que és una agència federal amb funcions executives, legislatives i judicials. Aquesta entitat té competències molt àmplies pel que fa a la concessió de llicències d'emissió;

⁶¹ Entre els més significatius es poden citar els següents. **Alemanya:** Landestmedianenstalten (institucions dels "lander"). **Austria:** Kommission zur Wahrung des Rundfunkgesetzes. **Bèlgica:** Conseil supérieur de l'audiovisuel, Geschillenraad, Raad voor Handelspubliciteit op Radio en Televisie i Radd van de niet openbare radio's. **França:** Conseil supérieur de l'audiovisuel. **Gran Bretanya:** Independent Television Commission, Radio Authority, Broadcasting Standards Council i Broadcasting Complaints Commission. **Grècia:** Ethniko Symboulío Radiotèleoraseos. **Itàlia:** Commissione parlamentare per l'indirizzo generale e la vigilanza dei servizi radiotelevisivi. **Irlanda:** Independent Radio and Television Commission. **Països Baixos:** Commissariaat voor de Media. **Suïssa:** Autorité Indépendante d'Examen des Plaintes.

Una comissió del Senat espanyol, presidida per la senadora Victòria Camps, ha estat treballant durant els anys 1994 i 1995 en un projecte per crear un organisme regulador de l'àudiovisual a Espanya. A Catalunya l'administració autonòmica ha promogut des del novembre de 1995 un Consell Assessor de la Televisió format per tretze membres, tots ells nomenats per l'executiu, que té funcions merament consultives.

⁶² Un estudi comparatiu de la composició i atribucions d'aquests organismes es pot trobar a: JONGEN, François: *Les instances de regulation de l'audiovisuel en Europe: quelques exemples* The European Institute for the Media. Manchester, 1990

també rep i processa les queixes i té capacitat sancionadora que exerceix de forma molt moderada.⁶³ Com s'ha exposat anteriorment (veure 3.1.4.), aquest tipus d'institucions, quan tenen competències derivades dels poders democràtics, graduen l'abast i la intensitat de la seva actuació d'acord amb què les tendències imperants en cada moment siguin reguladores o des-reguladores.

Ens trobem, doncs, al món occidental amb dos tipus bàsics d'institucions de control deontològic: els consells de premsa i les instàncies de regulació de l'àudiovisual, cadascuna de les quals pot arribar a comptar amb molt diverses composicions i atribucions. Tot plegat crea una entrellat de propostes que no deixen de tenir un caràcter experimental davant de problemes mediàtics que resulten relativament nous.

Probablement s'ha d'atorgar un bon marge de raó a Stephan Russ-Mohl quan sosté que el sistema que ha d'assegurar la qualitat del periodisme hauria de consistir en un ampli ventall d'institucions i iniciatives que siguin suficientment independents i àmpliament interrelacionades i capaces de desenvolupar estratègies d'avaluació múltiple: "Resulta gairebé obvi que assegurar la qualitat del periodisme és una tasca que només pot ser aconseguida amb una xarxa descentralitzada. Mirant el procés pragmàticament no hi ha cap manera de fer compatibles les necessàries competències en una única simple organització. Des d'un punt de vista normatiu, qualsevol organització que assumís totes les tasques seria altament indesitjable. Més aviat o més tard, podria començar a semblar-se al "Big Brother" orwellià. L'ideal de la llibertat de premsa en una societat pluralista i multicultural determina que el procés del control de qualitat ha de ser organitzat de manera descentralitzada i plural".⁶⁴

Cal recordar que els codis analitzats en aquesta tesi estan generats per empreses o corporacions que adopten amb ells un compromís respecte al seu propi producte. Però aquest compromís no està subjecte necessàriament a cap de les instàncies suara esmentades. En el cas de les empreses privades (com és el cas de les tres grans "networks" dels Estats Units, pot donar-se el cas fins i tot que en alguns moments hagin estat especialment contra l'existència i/o l'actuació de les instàncies de control. És diferent el cas de les corporacions de dret públic (en el nostre cas, la SRC canadenca, la BBC britànica i la RAI italiana): aquí sí que existeix una

⁶³ Per a una descripció bàsica del funcionament d'aquest organisme, vegi's: BERTRAND, Claude-Jean: *La television en Estados Unidos. ¿Qué nos puede enseñar?* Rialp, Barcelona, 1992.

Original: *Les Etats-Unis et leur television* Institut National de l'Audiovisuel. Editions Champ Vallon. Paris, 1989

⁶⁴ RUSS-MOHL, Stephan: "Regulating Self-regulation: the Neglected Case of Journalism Policies, *Communications*, vol.18, n.2, 1993

major sintonia doctrinal. Però aleshores sorgeix un altre tipus de qüestions: la forma com aquestes corporacions han d'estructurar-se per tal de ser fidels al servei de l'interès públic que les mou i fer-ho amb un real respecte al pluralisme democràtic. Aquestes preocupacions són habitualment compartides amb els organismes de control, allà on existeixen, però les respostes que es donen no acaben de ser satisfactòries. No acaba de desfer-se el gran nus del problema: com aconseguir aquest pluralisme i gaudir al mateix temps de la deguda independència del poder polític.

4. Anàlisi dels codis

Comença aquí l'anàlisi sistemàtica dels nou codis deontològics que constitueixen el corpus d'aquesta tesi, feta d'acord amb els criteris metodològics exposats a 1.3.

Els subcapítols d'aquesta part coincideixen amb els grans apartats del tesaurus que s'ha adoptat com a base de la tasca comparativa:

4.2.: Principi de veracitat.

4.3.: Principi de justícia.

4.4.: Principi de llibertat.

4.5.: Principi de responsabilitat.

Cadascun d'aquests subcapítols està estructurat d'acord amb els diversos ítems del tesaurus que serveixen per a la comparació de criteris i de normes adoptats per les diferents cadenes de televisió.¹

Previament s'inclou un subcapítol (4.1.) destinat a comparar alguns aspectes generals dels nou codis analitzats.

¹ En aquesta part, la numeració de les notes a peu de pàgina recomença a cadascun dels subcapítols 4.2., 4.3., 4.4. i 4.5. atesa l'extensió dels mateixos.

4.1. Aspectes generals

Un observador poc familiaritzat amb l'àmbit informatiu podria preguntar-se: "¿Són gent humana? Els preocupa alguna cosa? ¿Tenen emocions, tenen sentiments? ¿No senten ni un gram de dolor? ¿Han dedicat un sol pensament a les quasi tres-centes ànimes terroritzades que poden estar a punt de morir en aquell avió? ¿No hi ha ningú que es senti implicat per aquestes reflexions?" I algú que sàpiga alguna cosa sobre el món de la informació podria respondre: "Sí, aquí hi ha gent a qui això afecta. I ells sentiran preocupació, i potser molta, després de l'emissió. O, quan alguns arribaran a casa, l'horror per tot plegat els arribarà a l'ànima, i depenent de com vagi tot plegat, uns quants d'ells fins i tot ploraran." Així és la gent de les notícies. La seva feina és enregistrar allò que succeeix, el mal barrejat amb el bé, i fer-ho diligentment, eficientment, planerament, de manera que -segons una antiga frase dels vells temps del periodisme informatiu- "he who runs may read"

(HAILEY, Arthur: *The Evening News* Doubleday. New York, 1990, pp. 12-13)

Abans d'endinsar-nos sistemàticament en el desglossament del nostre tesaurus, ens aturarem a fixar-nos, de forma necessàriament esquemàtica, en alguns aspectes generals dels codis que són objecte d'anàlisi. Aquestes aspectes generals que aquí es prendran en consideració són:

- l'estructura formal del codis.
- les justificacions i els criteris de decisió moral que s'expliciten en els codis.
- l'enunciació dels principis ètics fonamentals i la interrelació que s'estableix entre ells.

4.1.1. Estructura formal dels codis

Els nou codis presos en consideració presenten notables diferències en quant a la seva extensió i a la seva estructura formal. Aquí es farà primer una breu descripció de tots ells des d'aquesta perspectiva i després s'apuntaran algunes consideracions de caràcter general.²

ABC

* Nom: "ABC Policy and Procedure"

* Data: 1992

* Conté un "Preface" dedicat bàsicament a assenyalar els objectius que es pretenen amb la publicació d'un llibre de normes.

* Està estructurat en tres grans apartats:

- Normes de comportaments personals
- Normes de producció
- Normes que venen donades per les lleis i disposicions externes.

Aquests apartats estan subdividits en petits capítols temàtics que tenen numeració independent per a cada apartat.

* Inclou un apèndix titulat "Objectivity in The Performance of Duties" que és un document que amplia les normes de la companyia respecte a l'acceptació de regals i prebendes per part del personal i de totes aquelles persones que treballin regularment per a l'empresa.

* Llengua: anglès.

* Extensió total: 11.655 paraules.

CBS

* Nom: "CBS News Standards"

* Data: 14 d'abril de 1976

² Les dades bàsiques relatives a les diferents cadenes i organitzacions impulsores dels codis ja han estat recollides a 2.1.

Les sigles amb què es refereix aquí cada codi seran els que serviran a partir d'ara per a totes les cites que es facin de fragments dels mateixos. En el cas del codi de la ITC (Independent Television Commission), encara que aquesta no es una cadena serà citada habitualment a dins del text com tal a efectes d'una major simplicitat expositiva.

* Conté un "Preface" signat per Richard Salant, el president de la companyia, i un memoràndum de circulació interna adreçat per John A.Scheider a tot el personal dels serveis informatius. Aquests documents es complementen i constitueixen globalment una presentació dels criteris deontològics amb què ha d'actuar la companyia.

* Està estructurat en tres grans apartats:

- Normes de producció

- Normes personals

- Criteris sobre demandes exteriors de material de l'empresa (aquest apartat ocupa aproximadament una quarta part de l'extensió del document i s'ha descartat a efectes analítics perquè no tracta d'aspectes ètics)

Els grans apartats estan subdividits en capítols d'extensió força variable sense numeració i ordenats alfabèticament. Hi ha paràgrafs que van antecedits de la data en què han estat incorporats, i en aquests casos de vegades es trenca l'ordenació alfabètica.

* Llengua: anglès.

* Extensió total: 20.742 paraules.

NBC

* Nom: "NBC News Policies and Guidelines"

* Data: juliol de 1984 (revisió: 25 d'abril de 1988)

* Conté un breu "Foreword" signat per Lawrence K.Grossman, president de la companyia, on es justifica la publicació del codi.

* Està estructurat en set amplis capítols: I) principis professionals; II) organització; III) normes ètiques; IV) conflictes d'interessos; V) temes legals i governamentals; VI) arxius; VII) terrorisme i disturbis civils.

La majoria d'aquests capítols estan dividits en subcapítols temàtics indicats amb lletres i subdividits encara en paràgrafs numerats.

* Inclou quatre apèndixs que formalment constitueixen un heterogeni vuitè capítol: A) bon gust; B) Casa Blanca; C) normes sobre difusió de comercials; D) producció exterior de programes i rodatge de notícies.

* Llengua: anglès.

* Extensió total: 11.779 paraules.

SRC / CBC³

* Nom: "Politique journalistique"

* Data: febrer 1988

* Conté un "Preface" signat per Pierre Juneau, president de la corporació on s'exposen els principals principis deontològics que inspiren el codi. També hi ha un petit capítol preliminar amb el títol "Mission de Radio-Canada" on es recorda quins són els objectius que la llei atribueix a la ràdio i la televisió de titularitat pública.

* Està estructurat en sis grans capítols: I) normes i principis; II) mètodes; III) drets del públic; IV) fórmules d'emissions particulars; V) dret; VI) polítiques públiques de Radio-Canada.

Cadascun d'aquests capítols està dividit en subcapítols, al final dels quals hi ha crides a altres parts del codi on es tracten temes connexos.

* Llengua: versió francesa i versió anglesa.

* Extensió: 25.024 paraules (versió francesa).

BBC

* Nom: "Guide lines for factual programes"

* Data: 1989

* Conté un breu "Foreword" no signat on s'explica la gènesi i l'abast del codi, així com s'expliciten els criteris deontològics fonamentals.

* Està estructurat alfabèticament en 86 petits capítols que van des de "Accidents" fins a "Women". Hi ha grups de capítols que tracten diversos aspectes del mateix tema (Llei, Irlanda del Nord, terrorisme...).

Alguns d'aquests capítols està subdividit en paràgrafs numerats, dels quals alguns compten amb títol propi i altres no.

* Inclou un ampli índex temàtic que permet localitzar els ítems en diversos capítols.

* Llengua: anglès.

* Extensió total: 26.232 paraules.

³ S'ha treballat amb la versió francesa del codi. Així s'han adoptat les sigles del nom francès de la corporació (SRC) per a les referències que es faran a aquest codi.

ITC

* Nom: "The ITC Programme Code"

* Data: 21 de desembre de 1992 (publicat el gener del 93)

* Conté un "Foreword" on s'explica la gènesi del codi, l'abast del mateix i els procediments d'aplicació, així com alguns dels criteris seguits per a la seva elaboració.

* Està estructurat en onze seccions: 1) ofenses al bon gust i a la decència, tractament de la violència, etc.; 2) privadesa, obtenció de la informació, etc.; 3) imparcialitat; 4) partits polítics i informació parlamentària; 5) terrorisme, criminalitat i conducta anti-social, etc.; 6) altres matèries legals; 7) imatges de durada molt breu; 8) crides benèfiques i publicitat per obres benèfiques; 9) religió; 10) altres matèries sobre programes; 11) comunicació amb el públic.

Cadascuna d'aquestes seccions està subdividida en apartats temàtics, amb numeració interna per a cada secció.

* Inclou tres apèndixs que reproduïxen diverses disposicions de caràcter legal: I) seccions 6 i 7 de la "Broadcasting Act" de 1980; II) aparició de candidats en els programes en temps d'eleccions; III) la "Broadcasting Complaints Commission" i el "Broadcasting Standards Council".

* Llengua: anglès.

* Extensió total (inclosos els apèndixs): 23.594 paraules.

RAI

S'han considerat conjuntament dos documents. Cap dels dos no és un codi referit exclusivament al treball periodístic, però a tots dos s'hi troben nombrosos elements que l'emmarquen i l'il·luminen. Aquests dos documents són:

RAI-A: "Le nostre regole". Amb un segon títol: "Carta dei diritti e dei doveri dei giornalista radiotelevisivo del servizio pubblico". Datat el 8 d'agost de 1990. Conté un articulat de 23 articles a través dels quals es determina l'estructuració dels serveis informatius, les atribucions dels diversos càrrecs, les formes de reciclatge professional, els drets d'autoria de la informació, el sistema d'incompatibilitats, el dret de rectificació, etc.

Aquest document està dividit en epígrafs numerats que estan subdividits en articles que tenen numeració continuada per a tot el text.

RAI-B: "Politica del prodotto e piano editoriale". Document aprovat per unanimitat pel Consell d'Administració de la RAI a la reunió del 21 de juliol de 1988 i ajornat pel que fa a la part 3 -"la informació"- sobre el qual es va deliberar el 30 de gener de 1992. Està estructurat en vuit apartats: 1) un nou escenari intern i internacional; 2) responsabilitat, identitat i objectius del servei públic; 3) la informació; 4) política del producte; 5) nous serveis i nous canals de distribució; 6) pla editorial per les xarxes; 7) la comunicació industrial; 8) economia i control. Conté també unes conclusions que resumeixen els diversos aspectes tractats anteriorment.

Aquests apartats estan subdividits en articles amb numeració independent per a cada apartat.

* Llengua: italià.

* Extensió total (inclosos els dos documents): 8.064 paraules.

NAB

* Conté un "Preamble" breu, on s'expliciten les principals directrius de la televisió comercial entesa com un servei públic (no només en l'àmbit informatiu sinó en el de la programació en general).

* Està estructurat en divuit apartats: I) respecte dels drets humans; II) llei i política; III) consideració deguda als nens i als joves; IV) família i societat; V) educació i cultura; VI) difusió de notícies i responsabilitat; VII) religió; VIII) consideració deguda a l'expressió; IX) violència; X) crims; XI) sexe; XII) participació de l'audiència i tractament de premis i regals; XIII) responsabilitat a la publicitat; XIV) tractament dels anuncis; XV) expressió en la publicitat; XVI) publicitat de tractaments mèdics, medecines i cosmètics; XVII) publicitat de finances i d'assumptes estatals; XVIII) normes sobre els temps de difusió de publicitat.

Aquests apartats estan subdividits en breus articles que tenen numeració continuada per a tot el text.

* Llengua: versió japonesa i versió anglesa.

* Extensió: 3.811 paraules (versió anglesa).

ABERT

* Nom: "Código de Ética da Radiodifusão Brasileira"

* Data: 17 de gener de 1991

* Conté un preàmbul breu que és una declaració de principis dels empresaris de l'ABERT (Associació Brasileira d'Emissores de Ràdio i Televisió).

* Està estructurat en sis capítols (subdividits en articles de numeració continuada): I) principis generals; II) la programació; III) la publicitat; IV) els noticiaris; V) les relacions entre les emissores; VI) procediments i disposicions disciplinàries.

Aquests capítols estan subdividits en articles d'amplitud molt diversa que tenen numeració continuada per a tot el text.

* Llengua: portuguès. En aquest treball s'ha utilitzat una versió en espanyol.

* Extensió: 2.920 paraules (versió espanyola).

Com es pot apreciar, els codis -tot i assemblar-se, com és lògic, en alguns aspectes- no tenen ni de bon tros una estructura formal homogènia.

En primer lloc s'ha de tenir en compte un aspecte del contingut que condiciona l'estructura formal: com ja s'ha indicat anteriorment, hi ha codis que es refereixen exclusivament a les normes que regeixen la tasca informativa mentre que n'hi ha d'altres que contemplen aspectes molt diversos de l'organització de la corresponent emissora i del conjunt de la programació.

Hi ha sis codis (els tres dels Estats Units, el canadenc i els dos britànics) que tenen algunes coses bàsiques en comú i resulten més comparables per diversos motius: són els que estan dedicats fonamentalment a qüestions periodístiques, presenten un ventall ampli d'aspectes normatius i tenen una extensió notable (des de les 11.655 paraules del codi de l'ABC fins a les 26.232 del codi de la BBC). Els altres tres codis tenen un altre caràcter: tots tres es refereixen a assumptes més generals que els estrictament periodístics (tot i que inclouen també el tractament ètic de la informació), són d'extensió força més minsa i no entren tant en detall en les qüestions normatives.

Hi ha codis que dediquen prefacis i preàmbuls a la justificació dels criteris ètics amb què han estat elaborats i altres que no ho fan (o que ho fan de forma molt succinta) així com a

establir els principis ètics més generals als quals responen. Això ho veurem amb més deteniment als dos apartats següents (4.1.2. i 4.1.3.).

Pel que fa als sis codis més extensos, la forma d'estructurar els diversos apartats segueix models diferenciats. Uns codis estan organitzats bàsicament per categories conceptuals que es corresponen en alguns casos amb fases o aspectes del procés productiu: l'obtenció de la informació, l'elaboració producte, les obligacions genèriques que tenen els periodistes per tal de mantenir la seva independència, etc. (aquest és el cas dels codis de l'ABC, la CBS i, en bona part, del de la SRC). Altres apleguen els apartats amb un criteri temàtic, en funció de la seva incidència en el "dia a dia" de la tasca informativa, amb ítems del tipus "privadesa", "bon gust", "terrorisme", etc. (aquest és el cas dels codis de la BBC i la ITC). El codi de la NBC segueix una fórmula híbrida entre aquests dos models bàsics.

Es detecta en la forma d'estructuració i de redacció d'alguns dels codis una viva preocupació perquè aquests puguin servir realment com a documents de consulta per als seus potencials usuaris. Això es fa palès a través de diversos procediments:

- El codi de la CBS mostra constantment una preocupació per anar justificant les normes que estableix: ho fa amb cites d'altres disposicions externes o internes i amb referències a l'evolució que han tingut certes normes. Així mateix, precisa en el mateix text o en notes a peu de pàgina el significat d'alguns dels termes emprats. També el codi canadenc és prolix en aclariments terminològics.

- El codi de la BBC té estructurats els seus apartats en forma alfabètica per facilitar la consulta. El mateix fa el codi de la CBS però en aquest cas no de forma global sinó en l'ordenació interna de cadascuna de les seves principals parts. D'altra part el codi de la BBC resalta amb lletra negreta paràgrafs o paraules a les quals s'atribueix una especial importància. Això ho fa també el codi de la ITC.

- El codi canadenc inclou al final de cada apartat cites sistemàtiques d'altres parts on es tracten qüestions afins. Això també ho fa el codi de la ITC encara que no de manera tan sistemàtica.

- En alguns dels apartats els codis posen exemples que ajuden a il·lustrar les normes que es presten a una major ambigüitat casuística. Així ho fan el codi de la CBS i de la BBC en diversos capítols i també el de l'ABC en l'apèndix dedicat al tema de l'acceptació de regals.

Tant en els codis estructurats a partir de conceptes generals com en els que ja de bell antuvi es subdivideixen en temes concrets, molts dels apartats estan delimitats per la seva

dimensió pràctica. Així, apareix en diversos codis com a ítem específic el gènere "entrevista". En aquest tipus d'apartat hi conflueixen molts aspectes ètics tractats en altres llocs dels codis: en el cas del codi de la NBC, per exemple, es parla d'imposicions dels entrevistats, coneixement del qüestionari, revisions, elecció d'entrevistador, rodatge de plans inversos de recurs, pagaments per entrevistes... Un altre tema que sol estar tractat de forma autònoma és el del periodisme d'investigació, on conflueixen aspectes com la identificació del periodista, l'ús de mitjans atípics d'obtenció de la informació, la invasió de la privadesa, cooperació amb les forces de seguretat, etc. I encara un altre tema que sol merèixer capítol propi (i en alguns casos, com el de la NBC i el de la ITC, tot un gran apartat) és el tractament del terrorisme, que planteja també qüestions que de vegades no poden ser resoltes per normes de caràcter general.

Altrament una bona part dels codis agrupen també en un mateix capítol aquelles qüestions que estan ja regulades per la llei. El de la NBC per exemple, al capítol V i sota el títol "legal issues", inclou temes tan diversos com "equal time", "fairness doctrine", "personal attack rule", "lotteries", "public opinion polls", "releases", "libel difamation and invasion of privacy", "free press-fair trial issue". També el codi canadenc dedica tot un capítol al que ja està regulat per llei, i inclou una descripció de les lleis que regeixen la televisió a la província del Quebec. Els codis britànics també presten una especial atenció a les qüestions legals, especialment pel que fa al terrorisme a l'Ulster i a les legislacions específiques de les diverses nacions britàniques. No es pot negar que aquest aplegament és útil a efectes de consulta del codi, però d'una altra part planteja certes ambigüitats respecte als criteris ètics de les respectives cadenes: no sempre queda destriat d'una manera clara si algunes de les normes incloses en aquests capítols són assumides per conviccions deontològiques o si ho són només per imperatius legals.

Pel que fa als altres tres codis, els de caràcter més generalista, el més complert des d'un punt de vista doctrinal és el de la RAI. Aquest entra força en detall pel que fa a qüestions estatutàries però no en el referent al dia a dia de la tasca informativa. Valgui com exemple d'això l'escarida referència al dret de rectificació, perduda en un epígraf dedicat al pluralisme informatiu. Altres temes, com el dels menors i la violència queden subsumits en epígrafs que fan referència al conjunt de la programació. També en els codis brasiler i japonès, hi ha elements normatius repartits entre epígrafs específics dedicats als programes informatius i altres epígrafs d'abast més general.

4.1.2. Justificacions i fonamentacions morals⁴

Hi ha dues maneres bàsiques de prendre decisions ètiques. Una d'elles, la pròpia de l'ètica anomenada de regla deontològica, és decidir què cal fer d'acord amb els principis del deure. L'altra, pròpia de l'ètica anomenada utilitarista o conseqüencialista, consisteix en sospesar les conseqüències que comportaran les línies de conducta adoptades. Aquestes bases de reflexió i les corresponents formes d'actuació no són excloents en la pràctica. Les línies que les separen moltes vegades són borroses, i els periodistes i les empreses periodístiques sovint prenen les seves decisions en base a una combinatòria d'ambdues. És allò que Edmund Lambeth, després de fer una àmplia disquisició sobre els sistemes de presa de decisions ètica en periodisme en diu "ètica de regla mixta".⁵

Els codis deontològics que prenem en consideració contenen elements dels dos tipus. De vegades trobem que es posa èmfasi en els deures: ¿què ha de fer una bona persona? ¿quins són els deures i responsabilitats que hauria de tenir en compte independentment de les conseqüències? Dir la veritat, per exemple, és un dels deures del periodista que sovint es presenten com inexcusables. Però, com veurem, el mateix concepte de veritat és relatiu, i de vegades caldrà no dir la veritat o dir només una part de la veritat per atendre altres deures morals.

En altres ocasions trobem que la base de les reflexions es situa més aviat en les conseqüències que es puguin derivar de les decisions adoptades. Però avaluar les conseqüències que puguin comportar una informació televisiva és una tasca àrdua: n'hi ha que es produeixen a curt termini i d'altres que es podran comprovar més a la llarga; el que pot ser bo per a un grup de persones pot ser pernicios per a un altre grup. I sempre queda el dubte clàssic de saber si el fi, en cas que aquest es pugui esbrinar, justifica els mitjans que haguem pogut emprar per assolir-lo. L'argument de la cobertura de notícies és moltes vegades l'administració d'un bé (o l'evitació d'un mal) a la societat. Però és difícil que aquest argument

⁴ La major part dels fragments presos en consideració en aquest apartat corresponen als prefacs i introduccions que acompanyen alguns codis. Alguns d'ells (el de la RAI, per exemple) no hi són representats perquè no expliciten els criteris ètics amb què han estat elaborats. Els fragments han estat seleccionats amb la intenció d'exemplificar algunes de les idees que expressen els codis més que no pas amb la de fer una anàlisi sistemàtica que, per les característiques de la matèria i dels textos, seria llarga, i de resultats imprecisos.

⁵ LAMBETH, Edmund: *Committed journalism: an Ethic for the Profession* (2ª ed.) Indiana State University Press. Bloomington, 1991 (p. 21)

pugui desplegar-se plenament en la Redacció d'una cadena de televisió quan falten cinc minuts per començar una emissió.

Una altra qüestió debatuda entre els autors que s'han ocupat de reflexionar sobre la moral periodística és si aquesta forma part de la moral ordinària o si pot haver-hi oposició entre les regles morals generals i les que serien específiques d'aquesta activitat professional.⁶ Aquesta dicotomia no s'ha de confondre amb l'anterior, sinó que més aviat es creua amb ella per formar, en conjunt, tot un repertori de criteris ètics d'actuació. També en aquest cas es troben als codis elements corresponents als dos punts de vista. De vegades hi ha referències a la necessitat que, per sobre de qualsevol actuació, el periodista actuï amb la moralitat pròpia d'un ésser humà; però en altres moments (fins i tot dins dels mateixos textos) s'admet que l'activitat professional del periodista pot comportar transgressions de les normes ordinàries per tal de fer prevaler valors que també es consideren importants.

També Lambeth, a qui ja ens hem referit anteriorment, ens adverteix que ni tan sols els principis proposats com universals no poden ser considerats com categories absolutes: "El que es pot afirmar amb certesa és que pot existir un compromís absolut amb el raonament de principis en assumptes de bé i de mal i amb els principis durables que constitueixen quasi absoluts. No poden ser més que "quasi absoluts" perquè, segons que sembla, la vida rarament és tan senzilla com per fer front a importants decisions morals que no impliquin l'avaluació i apreciació de principis antagònics". (...) En aquests casos, inevitablement s'ha d'analitzar el context. D'acord amb l'enfocament que aquí es recomana, el primer és ser humanitari i dir la veritat -en el sentit estricte d'evitar danys físics palpables o psicològics irreparables a una o varies persones en el particular. Cal respectar aquests principis "prima facie" fora que el periodista es trobi en una situació en la qual fer això impliqui ignorar un interès públic vital".⁷

En qualsevol cas, els processos de presa de decisions sempre seran complexes, i la seva plasmació en codis de conducta presentarà problemes evidents. Aquesta complicació és assumida per les empreses televisives que disposen de codis de normes. Alguns dels seus textos ho expressen de forma ben explícita. El de la NBC diu que el periodisme es resisteix a ser limitat per regles i presenta les seves com a derivades dels compromisos legals i com a

⁶ Vegi's a 2.3.1. una referència més àmplia a aquesta qüestió, feta a partir de la confrontació dels textos de Klaidman i Beauchamp, d'una part, i de Daniel de l'altra.

⁷ LAMBETH, Edmund: op.cit. (p. 38)

guies per actuar de manera justa i responsables.⁸ El de l'ABC recorda que un llibre de normes sobre deontologia periodística mai no pot ser perfecte.⁹

Amb diferents formes i estils, els diversos codis coincideixen en què la casuística de la informació televisiva no pot quedar prevista en tots els seus extrems en uns compendis de normes tancades i inflexibles. De forma implícita tots els codis rebutgen una normativa rígida. I és que la tasca informativa a la televisió no és més que un aspecte i un reflex de la complexitat dels problemes del món contemporani. El codi canadenc considera que, en el món actual, per prendre decisions sensates, cal comptar amb mitjans de comunicació que siguin eficaços i creïbles.¹⁰ I en la complexitat i la varietat del que envolta l'home i la societat es fonamenta el codi de la CBS per exhortar a un auto-examen continuat i a una capacitat d'adaptació permanent a les noves circumstàncies.¹¹ També el codi de l'ABC es refereix a la necessitat d'adaptar les normes i de considerar aquestes com obertes al plantejament de noves situacions d'acord amb el dinamisme del món circumdant i als canvis sociològics, tecnològics i de tota mena que contínuament es produeixen.¹² Alguns codis també es refereixen al dinamisme de les mateixes organitzacions que preparen la informació.¹³

⁸ Journalism cannot be run precisely by rules.(...) We are subject, however, to several federal and state regulations and laws. And we are guided by important principles and policies designed to ensure that NBC News operates fairly and responsibly. *(NBC Preface)*

⁹ This is the policy and procedures book of ABC News. You are required to read it, bearing a few things in mind.(...) A book like this is a blend of things-basic principles, decisions about problems we have already faced and procedures we may need for various reasons. While it is a good guide, it is not perfect. *(ABC Preface)*

¹⁰ La vie contemporaine est complexe et, conséquemment, le fossé ne cesse de s'élargir entre ce que nous savons et ce que nous devrions savoir pour prendre des décisions éclairées. Nous avons donc un besoin capital de moyens d'information réellement efficaces et crédibles. *(SRC Préface)*

¹¹ Above all, these standards involve matters of human behavior and human activity. And to suggest that the standards and ethics is to deny the marvelous complexity and variety of humanity, among which we all count ourselves. Which is another way, perhaps, of saying that not only will we continue to examine ourselves and adapt to new circumstances, but also of suggesting to all of those for whom this volume is intended. *(CBS Introduction)*

¹² What follows in this section is meant to focus attention on various problems and practices of particular concern to broadcast journalists. It's intended as a living document that will be changed to cope with new circumstances and problems. But the principles remain constant and unchanging in their commitment to accuracy, fairness and objectivity. *(ABC II)*

¹³ Remember that news and news organizations are alive and alterable. The stories, the people who report and edit, the methods of presentation, all change from time to time. Those changes bring new policies and procedures and that is why this is a looseleaf book and a living document. *(ABC Preface)*

It is intended as a living document, no less than the profession and the medium for which it is

Però, tot i el reconeixement de la dificultat d'establir regles, els codis autojustifiquen la seva pròpia existència. L'argument més freqüent per fer-ho és la necessitat d'establir unes guies de caràcter general, unes fórmules bàsiques que marquin uns criteris de referència. Aquests criteris, tanmateix, hauran de ser convenientment matisats i corregits en funció de les circumstàncies. El codi canadenc diu que, malgrat la flexibilitat, cal traçar una línia clara entre allò que és acceptable i el que no ho és.¹⁴ El de la BBC adverteix que les línies correctes d'actuació s'hauran de decidir cas per cas, però atribueix valor consultiu a les normes: aquestes guien i orienten, però no tenen caràcter prescriptiu.¹⁵ Consideracions similars es fan al text de la CBS, segons el qual és impossible, sobre tot en el cas del periodisme d'investigació, preveure tota la casuística deontològica que es pugui plantejar. Les normes, tanmateix, poden oferir una orientació bàsica.¹⁶

La idea que les normes tenen un valor purament referencial es troba especialment subratllada en el codi de l'ABC, que hi posa per davant el sentit comú i els procediments que ja són usuals en el bon periodisme.¹⁷ Aquests plantejaments de caràcter circumstancialista de la cadena ABC queden confirmats en altres passatges del mateix codi, on s'estableixen normes i al mateix temps s'insisteix en la flexibilitat amb què han de ser contemplades. Així, a propòsit

intended are living, changing, growing entities. New questions of ethics, standards and policy, new circumstances emanating from changing technology, regulation and societal issues, pose continuing challenges to broadcast journalists and broadcast managers. New responsibilities will arise and will have to be met. Just as these standards have been revised in the past to reflect changing needs, they will be revised in the future to take account of future needs. *(CBS Introduction)*

¹⁴ (...) Cette politique doit rester souple, sans rigueur inutile, mais tracer une ligne claire entre ce qui est acceptable et ce qui ne l'est pas. *(SRC I)*

¹⁵ (...) They provide a ready check list of considerations for the range of difficult issues programme makers encounter. They advise and guide and rarely prescribe, because the proper course is often to be determined by detail which differs from case to case. *(BBC Foreword)*

¹⁶ Since each investigative effort involves different facts and raises different questions of procedure, policy and law, it is not feasible to formulate specific standards for investigative reporting which will address all possible problems and answer all possible questions. But these are the basic standards which must govern our activities in this sensitive area. *(CBS Investigative Reporting)*

¹⁷ Finally, some policy points are left unsaid. We assume that you have some common sense-and a grasp of the main tenets of good journalism. There is no memo here that says do not rush on the air with the first rumor you heard in the morning, nor is there one that says you should get the facts right before you go on the air. We assume you know that. A policy book prescribes some things you must do and describes the way you should do others, but it is not a total report on our universe. The burden of acting sensibly in most situations rests on each of us. *(ABC Preface)*

de la cobertura de manifestacions i disturbis, es diu que les normes no poden mai substituir el senderi, la discreció i la integritat dels periodistes que fan la cobertura de fets candents.¹⁸ I en l'apartat que fa referència al terrorisme es diu que els periodistes no poden pensar que tenen respostes per totes les qüestions que tan delicada matèria pot plantejar i es convida a fer les consultes pertinents quan arribi el cas.¹⁹

Menys clar és a qui i de quina manera es traspasa la responsabilitat de l'aplicació de les normes. Després veurem exemples de codis on es recomana plantejar als alts càrrecs de les respectives empreses qualsevol dubte sobre comportaments ètics, però al mateix temps, ens trobem amb freqüents apel·lacions a la responsabilitat individual de cadascun dels periodistes o de les persones que intervenen en el procés d'elaboració de la informació. El més insistent en aquest punt és el codi de la CBS.²⁰ D'altra part, aquesta apel·lació a la consciència particular i als judicis rectes de cada individu entra sovint en contradicció amb les sovintejades referències que es troben als codis a la necessitat que els periodistes, per exercir el seu ofici, posin entre parèntesi les pròpies conviccions, aspecte assenyalat, per exemple, al codi canadenc.²¹

L'acumulació de normes establertes d'una manera relativament definida en uns codis es fonamenta en l'experiència acumulada per les organitzacions periodístiques que es dediquen de fa temps a la informació televisiva. Aquesta experiència és evocada sovint com a font de la

¹⁸ ...All these are good guides, but they cannot substitute for the judgment, discretion and integrity of newsmen covering explosive situations. *(ABC 11-8)*

¹⁹ ...The considerations raised in the paragraphs above cannot possibly exhaust all of the questions that come up in this sensitive area of reporting. Correspondents and producers should not assume they know the answers to these questions. They should seek editorial advice from senior management and legal opinion from ABC News counsel when necessary. *(ABC 11-10)*

²⁰ But some, or much, of such standards defy specification in any written guidelines or codes. In the last analysis, it is a question of each individual's conscience and intent - a determination to be fair, to be accurate, to have respect for mankind, and a real sense of the enormous responsibilities that are involved in being a broadcast journalist. The matter, there, is one of spirit more than written tablets. It is that spirit for which all of us should, and do, strive. *(CBS Introduction)*

Every answer to every contingency cannot be provided by any written statement of ethics, policies, and guidelines covering one's professional conduct. And this is especially so in journalism. This is why judgements have to be made by each individual, as conscientiously as humanly possible, and why neither computers nor the equivalent of the Internal Revenue Code will serve the purpose. *(CBS Preface)*

²¹ Un journaliste a ses propres opinions et partis pris et son comportement sera naturellement influencé par son milieu géographique et culturel. Toutefois, ces considérations ne devraient pas entrer en ligne de compte dans l'exercice de son métier. Ce qui ne veut pas dire que le journaliste ne peut pas avoir d'opinions, mais il doit éviter de se laisser influencer par elles afin de ne pas compromettre l'apertinence et l'équité de ses reportages. *(SRC Préface)*

normativa ètica. El codi de la BBC presenta les seves normes com un compendi del coneixements acumulats per generacions²² ; al prefaci del codi de la CBS s'apel·la a l'experiència passada i també a la futura, que haurà de servir per introduir modificacions i millores en el codi vigent²³ ; el codi canadenc afirma que l'experiència és, conjuntament amb l'honestat del personal, el millor bagatge de la programació periodística²⁴ ; i el de la CBS explica que l'evolució accelerada que ha tingut el periodisme televisiu ha obligat a treballar durant molts anys amb normes no escrites²⁵ .

El fet que els codis es vagin elaborant a través de l'experiència els aporta de vegades contradiccions internes. El que més està subjecte a aquest risc és el de la CBS, donat que està estructurat de tal manera que al llarg dels anys s'hi han anat incorporant nous articles, que hi apareixen amb la data corresponent. En un cas concret hi ha dos articles consecutius, incorporats en la mateixa data que, sense ser conceptualment contradictoris, contenen tanmateix elements que no acaben de lligar. Costa endevinar quin procés discursiu ha portat a la seva formulació simultània.²⁶

²² These guidelines represent the BBC's best editorial experience. They are in effect the work of generations of factual programme makers in television and radio, and are approved at the highest levels in the BBC -the Board of Governors and the Board of Management. (*BBC Foreword*)

²³ One of the wondrous things about the practice of journalism is that it cannot be done by rote, and each new month, if not each new day, presents new, challenging, and difficult issues calling for nice and decent judgements. There will be, as time goes along, refinements, amendments, and, I think, improvements, for daily experience is so much a part of journalism, and the changing experiences never end -and hence, the learning process never ends. (*CBS Preface*)

²⁴ Cette politique découle des principes énoncés ci-dessous. Ceux-ci reflètent l'interprétation que donne la Société des devoirs que la loi lui impose, jointe à la vaste expérience et à l'exercice fondamental de la profession par le personnel de ses services d'information depuis un demi-siècle. Elle constitue, avec l'honnêteté du personnel, l'armature de la programmation journalistique. (*SRC Préface*)

²⁵ Since the thirties, when radio news began to play such a vital role in formulating public opinion, the issues surrounding the proper role and conduct of broadcast journalists and journalism have been a major concern for both the journalists themselves and for CBS management.

Broadcast journalism was, in those days, relatively new, and although print journalism up to that point had a tradition of written and unwritten codes of ethics and standards, the complications brought to those codes by broadcasting required new consideration. Thus, through the years, CBS management adapted and refined the standards of journalistic ethics to the special circumstances of broadcasting.

The advent of television saw the development of a new set of journalistic techniques and a rapid expansion of broadcast journalism. And as the reach of television accelerated, so did its impact on the way the public learned about the world in which it lived. As television news became a primary source of news and information for the American public, the need for consistent standards became increasingly apparent. (*CBS Introduction*)

²⁶ Aquests dos articles són els següents:

D'altra part, si els codis no entren a regular totes les matèries possibles pot ser per diverses causes. Una d'elles, com ja hem vist, és que hi ha qüestions que es consideren òbvies o simplement inherents al bon periodisme. Una altra raó pot ser la manca d'una suficient experiència acumulada. I trobem encara una raó: la manca d'una estricta necessitat de fer-ho. Aquesta raó, d'arrels evidentment liberals, la trobem expressada en un paràgraf del codi de la ITC on, d'altra part, es redunda en alguns dels arguments ja recollits fins aquí.²⁷

Una altra de les idees que sovintegen en els plantejament generals del codis és l'assimilació que hi ha d'haver -o que hi ha de fet- entre periodisme ètic i periodisme de qualitat. En alguns casos es conjura la idea que l'ètica s'ha d'entendre només en termes restrictius, en el sentit d'advertir la necessitat d'evitar certes conductes. L'ètica periodística és entesa així no només com un conjunt de normes o manaments d'allò que es permès i allò que no ho és, sinó com un procés de pensament que ajuda a fer les coses correctament.²⁸ Aquesta preocupació pel periodisme de qualitat porta en alguns casos a la determinació dels límits en

6/6/77

In approaching individuals or organizations for interviews or coverage, misrepresentation should be avoided. Misrepresentations is unnecessary and in any event, candor on the part of the reporters and producers most often would better achieve the purpose.

6/6/77

In rare cases, however, an important story cannot be done without the reporter's or producer's withholding his or her identity. But this should be an exception and will be countenanced only when there is clear reason to believe that an improper activity could otherwise not be reported. *(CBS Investigative reporting)*

²⁷ The Code does not attempt to cover the full range of matters with which the ITC and licensees are concerned. This is not because such matters are unimportant, but because they have not given rise to the need for regulation. The Code is therefore not a complete guide to good practice. Nor is it necessarily the those word on the matters to which it refers. Views and attitudes change, and any description of what is required of those who make and provide programmes is bound to become incomplete and possibly out-dated. The Code is subject to interpretation in the light of changing circumstances, and on some matters it may be necessary to introduce fresh requirements or advice from time to time. *(ITC Foreword.H)*

²⁸ (...) If there is any one factor that has contributed to the universal reputation of CBS as the undisputed leader in broadcast journalism, it is the high level of professionalism in its truest sense -the ethical commitment to fairness, accuracy and dignity- of its journalists. It is these qualities that we have sought to embody in these standards, and this spirit in which they are distributed to you. *(CBS Introduction)*

Les directives publiées dans ce volume énoncent les pratiques journalistiques qui guident Radio-Canada dans sa recherche du plus grand professionnalisme possible en vue de remplir sa mission d'information. Elles définissent les critères de qualité qui permettront de porter un jugement impartial sur son action journalistique. Elles s'appliquent autant à la programmation destinée aux auditoires canadiens -locaux, régionaux ou nationaux- qu'à celle diffusée vers l'étranger, quels que soient la langue ou les médias de diffusion. *(SRC Préface)*

què s'ha de moure l'estricta informació. Així, es posa èmfasi en una qüestió que retrobarem més endavant però que aquí mateix també un esment com definitòria d'actituds ètiques: la diferenciació que s'ha de fer -a través de normes- entre els continguts informatius i els continguts d'esbarjo, en cadenes que tenen en la seva programació uns plantejaments generalistes.²⁹

Els codis plantegen també amb freqüència els nivells d'implicació que han d'existir amb les normes exposades. Normalment els propis textos són presentats com compendis de normes establerts per les empreses o corporacions. Tenen quasi tots ells un to dirigista, però s'hi busca l'adhesió dels periodistes apel·lant a la seva responsabilitat professional.³⁰ Tot i així, es sol assenyalar que són les empreses, a través dels seus càrrecs directius, les intèrprets del sentit de les normes i les responsables de la seva aplicació.³¹

Una altra qüestió força present en les argumentacions que es fan sobre les normes deontològiques que cal observar és la seva relació amb disposicions de caràcter legal vigents en els corresponents ordenaments jurídics³² En general s'insta als usuaris dels codis a atènyer-se a la normativa legal existent per a cada aspecte de la tasca informativa.³³ Però en alguns dels

²⁹ Aquesta idea és especialment subratllada en el prefaci del codi de la CBS.

³⁰ NBC News is dedicated to fair and honest presentation of the news. (...) It is committed to covering the news responsibly and to presenting it understandably and with a professional dedication to accuracy, fairness and thoroughness. NBC News is committed to the highest ethical standards for itself as a news organization, and for its employees as journalists. *(NBC I)*

While the company's policy on Objectivity in the Performance of Duties applies to all employees in each division, it speaks with particular force and relevance to those employed by ABC News. Those of us who work in news share a paramount responsibility to maintain our reputation for fairness, accuracy and impartiality. Any action that damages that reputation, or even gives the appearance of compromising it, harms both ABC News and the individuals involved. Therefore, all employees of ABC News are required to abide strictly by the letter and spirit of that policy. ABC's policy states that all employees "must refrain from doing any act or following any course of conduct which would permit their objectivity in the performance of their duties to be either challenged or impaired." *(ABC Preface)*

³¹ If in doubt about how a particular problem fits within these standards, do'nt assume or guess at an answer. Ask your management for an interpretation or a decision. *(CBS Introduction)*

If there is doubt about any situation, ABC News management wants you to ask questions. *(ABC Preface)*

En cas de doute, il faut en référer aux directeurs généraux des programmes (information) ou bien à leurs mandataires. *(SRC I)*

³² A 3.1. s'ha exposat genèricament com condiciona els codis el marc legal existent.

³³ Broadcasting is also a regulated industry. We operate in a thicket of legal decisions that may not allow the freest rein in news operations. So, while we want to be flexible and imaginative and allow for individual initiative, before you set out on a bold new path, check with someone in

codis es troben certs matisos a l'obligació general de ser respectuosos amb la llei. Aquesta serà tinguda en compte, però caldrà estudiar per a cada cas i situació. Hi ha si més no una raó per fer aquesta reserva, i és que les lleis són canviants i interpretables. És per això que la CBS considera que cal considerar per separat i molt atentament cada projecte de cobertura que pugui comportar elements de transgressió de la llei, i recorda que, finalment, no són els advocats els responsables de la informació.³⁴ Efectivament, la raó bàsica que en determinades circumstàncies pot condicionar l'estricta seguiment de la llei és l'exigència que pugui comportar la realització de la tasca informativa. La mateixa CBS és prou explícita a propòsit de la possibilitat de transgredir la llei quan és refereix al periodisme d'investigació, en els casos en què es plantegin circumstàncies excepcionals que ho aconsellin per tal d'aconseguir informacions que no es podrien assolir per altres vies.³⁵ I també el codi de l'ABC, en l'avaluació de les finalitats que es volen aconseguir i els mitjans que s'empren per fer-ho, reconeix la complexitat d'algunes decisions que caldrà prendre.³⁶

the management. Do not set policy on your own. Sometimes there are problems you didn't think of. *(ABC Preface)*

The Legal code shall be respected and no attempt shall be made to interfere, by word or action, the execution of the Law. No attempt shall be made to transgress upon the authority of the Government or its agencies. Matters under deliberation by the agencies of the Government shall be handled with prudence and similarly, matters in dispute shall be so handled as not to interfere with or influence the deliberation. *(NAB 6-7-8)*

³⁴ If the President of CND determines that a particular investigative project may raise questions of special importance or require the interpretation of basic CBS policies, or if the investigative project may involve a violation of law by CND personnel, the Law Department should be consulted prior to the commencement of that project, and should then be kept advised, to the appropriate degree, as the investigation proceeds. This does not imply any change from past practice in this area. Past experience indicates that the extent of Law Department involvement will differ considerably from situation to situation. And our lawyers will continue to be lawyers, not participants in coverage of the news. *(CBS Investigative reporting)*

³⁵ CND personnel will not knowingly engage in criminal activity in the gathering or reporting of news, nor will they encourage or induce any person to commit a crime. But there may be exceptions which should be made, on an ad hoc basis, even to so absolute a rule. For example, some issues may require investigative reporting which involves the commission of acts technically in violation of criminal statutes, such as the purchase or possession of hand guns (where they are forbidden) or of liquor in a dry state, in connection with reports on how easy it is to acquire these articles. But even such exceptional acts are never to be undertaken lightly. At the other extreme, of course, are acts which cannot be countenanced, no matter how important the subject under investigation, the most obvious example of which would be injury to another person. Between these extremes lie many hard questions. One principal purpose of those standards is to assure that these questions will never be approached without a thoughtful regard for the heavy responsibilities involved. *(CBS Investigative reporting)*

³⁶ All good reporting is to some extent investigative reporting, but the phrase has taken on particular meaning to describe sustained or concerted investigations of illegal activities and violations of public trust and confidence. Investigative reporting therefore raises complex issues

En qualsevol cas, l'interès del públic és -en el context de la tasca informativa- l'element que apareix més citat com a inspirador de les decisions. El codi de la NBC considera que la informació, per la seva pròpia naturalesa, ha d'incloure la discussió pública de les idees i que el paper de la cadena de televisió és subministrar-la amb un criteri d'utilitat pública.³⁷ El de l'ABC supedita a l'interès públic qualsevol altre interès de caràcter personal o corporatiu que pugui interferir-se en la feina periodística.³⁸ Així mateix el codi canadenc estableix que és el servei a la societat la principal raó de ser de l'obligació de presentar una informació imparcial, exacta, completa i equilibrada, sobre tot tenint en compte els compromisos de la seva organització en tant que corporació de caràcter públic.³⁹

involving both legal and regulatory considerations as well as the requirements of good journalism. While it is not possible to anticipate what specific issues may be raised by a particular investigative report, this section summarizes some basic rules and policies that apply:

(...) We consider investigative reporting to be one of our responsibilities and we intend to be aggressive and innovative in this field. However, news gathering of whatever sort does not include any license to violate the law or the policies of ABC News. Both the ethical and legal considerations in the use of investigative techniques require careful case-by-case analysis. It is therefore the obligation of senior producers, producers and correspondents to bring these questions to the attention of the responsible executive producer for management review and decision. *(ABC II-11)*

³⁷ NBC News' primary purpose is the delivery of news and information to its viewers. News, by its nature, includes the public discussion of information. Such discussion allows our viewers to participate more fully in their Constitutional right of self-governance; and in marketplace of ideas in a democratic society. NBC News plays a role in the public's participation in its government and society in general by seeking out information, which helps to fulfill the public's interest, need, and right to know. *(NBC III)*

³⁸ We must never be obligated to any interest other than the public's interest in the full, fair and accurate reporting of the news. Clearly, this means that employees must accept no payment, gift or other consideration which is intended to compromise their responsibilities as objective newsmen, or which gives the appearance of doing so. This prohibition covers all obvious forms of payola, plugola and all other forms of blatant bribery. But our policy also prohibits more subtle efforts to compromise the integrity of ABC News. No policy can cover every contingency or spell out an answer to every question. If any doubt arises, do not assume you know the answer. Ask your executive producer or bureau chief for an interpretation or decision. The senior executives of ABC News will also make themselves available to advise employees on any substantive issue raised under this important policy. *(ABC Preface)*

³⁹ La confiance que les médias inspirent est immense: un public de plus en plus averti exige davantage, tant aux niveaux du contenu que de la présentation. Ne pas répondre à cette attente risquerait de dévaloriser la notion de liberté et d'indépendance de la presse et, par là, compromettre la liberté de parole et d'opinion. La préservation de nos libertés exige des médias qu'ils aient une responsabilité envers la société; leur liberté propre doit les rendre conscients de cette responsabilité publique. Les organes de presse ont l'obligation de présenter une information impartiale, exacte, complète et équilibrée. Ce devoir incombe particulièrement à un service public de radiodiffusion comme Radio-Canada, responsable de son action envers le Parlement et la population canadienne par l'intermédiaire de son conseil d'administration. *(SRC Préface)*

4.1.3. Enunciació dels principis ètics fonamentals

Un cop vist com s'expliciten els criteris ètics fets servir en l'elaboració dels codis, ens fixarem ara en la manera com aquests manifesten quins són els principis ètics generals en què estan fonamentats. És important subratllar que aquests principis es troben més o menys potenciats de forma implícita al llarg del conjunt de normes i observacions que fa cada codi. Però en aquest apartat ens centrarem en aquells passatges on s'expliciten aquests principis.

Els codis de les televisions públiques (tret de la BBC, que té una introducció molt succinta) dediquen una part substancial dels seus continguts a glossar el paper que tenen les seves organitzacions en el si de les societats en les quals operen, i d'una manera molt especial subratllen el caràcter institucional de la seva contribució a la vida democràtica. Així, la SRC es declara independent del poder polític i governamental i remarca que els seus administradors, d'acord amb l'autoritat que els delega el Parlament, han de delimitar i protegir l'interès públic. Aquesta autonomia, tanmateix, no es pot separar de la responsabilitat amb què s'ha d'exercir la funció informativa i dels principis que han de regir el bon periodisme.⁴⁰ Per la seva part la RAI en els seus documents s'estén notablement en consideracions de caràcter molt genèric sobre el paper de la comunicació audiovisual en el món actual. Així mateix, evoca el caràcter institucional de la seva missió. Aquest aspecte queda recollit, per exemple, en l'epígraf titulat "Informazione" del document "Politica del prodotto...". on es destaca que l'oferta d'informació d'un servei públic ha de ser reforçada i desenvolupada tenint en compte la competència que existeix tant al mateix país com a nivell internacional, i alhora d'una particular responsabilitat en actuar tenint en compte criteris d'imparcialitat i de pluralisme.⁴¹

⁴⁰ Radio-Canada, indépendante du pouvoir politique et gouvernemental pour sa gestion et sa programmation, peut ainsi remplir le rôle qui lui est confié dans le cadre du système canadien de radiodiffusion. L'autorité conférée par le Parlement à son conseil d'administration garantit l'autonomie de Radio-Canada: les administrateurs délimitent et protègent l'intérêt public en s'assurant que la Société s'acquitte de sa mission. La relation à distance est essentielle à l'indépendance de Radio-Canada, particulièrement en ce qui a trait à ses pratiques journalistiques. Cependant, l'autonomie ne va jamais sans responsabilité. Même si les principes de bon journalisme ne diffèrent pas d'un média à l'autre, tant public que privé, imprimé ou électronique, leur mise en pratique pourra comporter des différences appréciables. À Radio-Canada, ces principes doivent représenter la norme afin d'atteindre le plus haut niveau d'excellence. *(SRC Préface)*

⁴¹ L'offerta di informazione del servizio pubblico radiotelevisivo deve essere rafforzata e sviluppata tenendo conto dell'allargamento sul piano interno ed internazionale della competizione anche su questo terreno, e delle particolari responsabilità di imparzialità, completezza e pluralismo che ancor più nel nuovo contesto investono il servizio pubblico. A questo fine devono essere coerentemente sviluppate le linee editoriali avviate con l'ordine di servizio generale del

Per la seva part les televisions privades també assumeixen el caràcter de "servei públic" que tenen les seves emissions. Aquesta idea és el punt de partida dels textos dels codis japonès i brasiler. El primer recorda que a la televisió comercial se li demana que tingui com objectiu el benestar del públic, que s'esforci en contribuir al desenvolupament de la cultura i a la prosperitat de la indústria i del comerç i que contribueixi a la realització d'una societat pacífica. En conseqüència, la cadena assumeix el compromís d'aportar per l'esperit democràtic i de mantenir el respecte dels drets humans fonamentals i dels sentiments públics, defensant la llibertat d'expressió i el respecte de la llei i l'ordre. En conseqüència fa seus una sèrie d'objectius de la seva programació, entre els quals s'hi compta la "divulgació ràpida i acurada de les notícies".⁴² El codi de l'ABERT declara que els empresaris aplegats en aquesta associació faran tot el possible per acomplir els serveis de què són concessionaris "respectant els valors espirituals i artístics que contribueixen a la formació del caràcter i de les formes de vida del poble brasiler i proposant-se sempre portar al coneixement del públic aquells elements positius per la millora de les condicions socials".⁴³

1987, commisurando le risorse disponibili agli obiettivi indicato e potenziando l'informazione regionale secondo le indicazioni formulate dal Consiglio di amministrazione. Deve essere facilitata in ogni modo la possibilità di intervento in diretta sulla cronaca, organizzando al contempo spazi di approfondimento che consentano una riflessione critica. L'informazione economica deve essere sviluppata, garantendone la autonomia e la trasparenza rispetto agli interessi economici e finanziari di cui si occupa. Vanno sviluppate iniziative per una più efficace ed approfondita informazione sul Parlamento e sulle istituzioni, razionalizzando il rapporto tra Servizi parlamentari e Testate. Per lo sport la RAI perseguirà una politica che le assicuri la ripresa dei grandi eventi e la impegni anche nella promozione degli sport minori e dell'educazione sportiva. Lo sviluppo dell'offerta di informazione richiede la valorizzazione delle forze professionali interne all'Azienda, rendendo gli apporti esterni coerenti con le linee editoriali delle Testate, nel quadro della responsabilità aziendale sui programmi. *(RAI-B Conclusioni. 1)*

⁴² The commercial broadcasting is required to aim for the welfare of the public; strive for the development of culture and the prosperity of industry and commerce; and to contribute towards the realization of peaceful society.

Mindful of these aims proclaimed under the Broadcasting Standards, we should continually strive to respond to the trust placed in them by society, abiding by the spirit of democracy, maintaining respect towards fundamental human right and public sentiments, defending freedom of speech and expression and respecting law and order.

In practical broadcasting operation, emphasis must be placed on the following elements and objectives: 1) fast and accurate news reporting, 2) healthy entertainment, 3) advancement of culture and education, 4) salutary influence upon children and young adults, 5) moderate and honest advertising. Due consideration must be given to realize a harmonious program symmetry, and to broadcast hours, which appropriately accommodate different segment of the audience and listeners. At the same time, efforts must be exerted to reflect the media's unique character of universality and immediacies. *(INAB Preamble)*

⁴³ En el marco de sus responsabilidades ante el público y el Gobierno, los Empresarios de la Radiodifusión Brasileña, reunidos en la Asociación Brasileña de Emisoras de Radio y Televisión ("ABERT"), declaran que harán todo lo que les sea posible para la prestación de los servicios de que son concesionarios o adjudicatarios, con el objeto de transmitir programas sanos de

Pel que fa als principis ètics pròpiament dits, la BBC -en la seva breu introducció- n'enumera quatre que coincideixen bàsicament amb els adoptats com a primer nivell de classificació del tesaurus d'aquesta tesi.⁴⁴ Aquests quatre principis apareixen evocats, amb diferents variants expressives, en la majoria dels codis que contenen consideracions de caràcter doctrinal. Els usarem aquí també com a fil conductor de l'anàlisi comparativa:

Veracitat (rigor, exactitud, presentació dels fets més significatius, credibilitat...)

El codi canadenc cita com a principis bàsics del treball informatiu, entre altres, l'exactitud i l'honestedat. La informació ha de ser fidel a la realitat, i en cap sentit ha de ser falsa o enganyosa. Això exigeix una recerca atenta i completa dels fets i també l'ús d'un llenguatge acurat i d'unes tècniques de presentació segures. Així mateix, no ha de ser deformada amb prejudicis particulars. Un dels fonaments que el codi proposa en enunciar aquests principis és el dret a la informació que tenen tots els ciutadans "als quals pertanyen les ones".⁴⁵

El codi de la RAI també fonamenta l'obligació moral d'actuar veraçment en el dret de la col·lectivitat a una informació objectiva i completa. Aquest dret fet obliga el periodista a buscar la veritat substancial dels fets i a relatar-los de forma independent de qualsevol interès il·legítim.⁴⁶

entretenimiento y espacios informativos correctos, respetando los valores espirituales y artísticos, que contribuyan a la formación del carácter y de los modos de vida del pueblo brasileño, y proponiéndose siempre llevar al conocimiento del público todos aquellos elementos positivos que puedan contribuir al mejoramiento de las condiciones sociales. *(ABERT Preámbulo)*

⁴⁴ (...) They encourage programmes to satisfy the better expectations of their audiences. To that end the guidelines insist, directly and by implication, on four fundamentals: fairness, independence, reliability and sensitivity. *(BBC Foreword)*

⁴⁵ - Exactitude: l'information est fidèle à la réalité, en aucune façon fautive ou trompeuse. Cela exige non seulement une recherche attentive et complète mais une langue châtiée et des techniques de présentation sûres, pour les éléments visuels aussi.

- Honnêteté: l'information est véridique, sans déformation visant à justifier une conclusion particulière. Les professionnels de l'information ne tirent pas profit de leur situation avantageuse pour faire valoir des idées personnelles.

Les ondes appartiennent à tous et chaque citoyen a le droit de connaître les principaux points de vue sur toute question d'importance *(SRC I.Principes journalistiques)*

⁴⁶ (...) ed è loro obbligo inderogabile il rispetto della verità sostanziale dei fatti, osservati sempre i doveri imposti dalla lealtà e dalla buona fede. L'esercizio del giornalismo deve rispettare il diritto della collettività ad essere informata in maniera obiettiva e completa, indipendentemente da ogni illecito interesse. *(RAI-B 3.13)*

També el codi de la nord-americana CBS situa al màxim nivell de les exigències professionals la responsabilitat d'informar de tots els fets que puguin resultar significatius i d'aportar tots els punts de vista que puguin permetre al ciutadà fer-se un judici com cal sobre els fenòmens socials. La significació i la importància dels fets, d'altra part, és independent dels criteris particulars que es puguin tenir sobre els mateixos.⁴⁷

El seguiment del principi de veracitat no comporta només l'exactitud de les dades aportades, sinó també l'aprofundiment de la informació pel que fa a les qüestions d'autèntic interès social. Aquesta és una de les preocupacions expressades al codi canadenc que, tanmateix, reconeix les limitacions que té en aquest sentit la informació televisiva: els informatius convencionals difícilment poden tractar en profunditat els assumptes d'interès general. Tanmateix, amb el simple fet de reflectir la realitat ja n'hi ha prou per influir en les actituds de la gent i fins i tot per determinar-les. D'aquesta consideració la SRC treu la conseqüència que les opcions periodístiques han de respondre a una sèrie de criteris (exactitud, equitat, equilibri, imparcialitat) entre els quals estableix una estreta vinculació i que posa també en relació amb el d'objectivitat que, com veurem (4.2.1.), és un concepte poc usat en els codis.⁴⁸

La veracitat es troba sovint posada en relació amb la credibilitat. Així ho fa implícitament el codi de la NBC quan diu que les paraules i les imatges han de ser honestes i semblar que ho són.⁴⁹ És a dir, no n'hi ha prou amb dir la veritat, sinó que cal que realment sembli que s'està dient la veritat. Aquest lligam entre veracitat i credibilitat és una preocupació

⁴⁷ (...) Our paramount responsibility at CBS News is to present all significant facts, all significant viewpoints so that this democracy will work in the way it should work by the individual citizen's making up his own mind on an informed basis. Our job is to contribute to that process and not to make up for them the minds or those who listen to and watch us. We must always remember that a significant viewpoint does not become less significant just because we personally disagree with it, nor does a significant and relevant fact become less relevant or significant just because we find it unpalatable and wish it weren't so. *(CBS Preface)*

⁴⁸ Les émissions d'information sont gouvernées par les mêmes principes journalistiques que les émissions d'affaires publiques mais, à la différence de celles-ci, elles ne peuvent couvrir en profondeur les questions et les options débattues par les canadiens. Les téléjournaux et les radiojournaux ne font que donner un aperçu de l'actualité du jour et refléter les images de la réalité quotidienne.

Pourtant, le simple fait de refléter la réalité suffit à influencer, voire à déterminer à long terme les attitudes des gens. C'est pourquoi la Société, dans la sélection et la présentation des faits, insiste pour que les choix journalistiques se fassent à partir de rigoureux critères d'exactitude, d'équité, d'équilibre et d'impartialité, lesquels, en dernière analyse, déterminent l'objectivité des informations. *(SRC VI. Programmation de Radio-Canada et unité nationale)*

⁴⁹ Words and pictures must be honest and must appear to be honest. *(NBC I)*

dels comunicadors i de les empreses. La vinculació d'aquests dos conceptes té aspectes discutibles (veure 4.2.) però apareix amb relativa freqüència. Al codi canadenc mereix fins i tot un epígraf especial, en què la credibilitat aquí no només es vincula amb la veracitat estricta en el relat dels fets, sinó també amb altres aspectes de l'activitat informativa: cal evitar tota situació que podés fer creure que l'empresa o el periodista estan subjectes a influències de grups de pressió, de caràcter ideològic, polític, econòmic, social o cultural.⁵⁰ I en un altre punt del mateix codi ens tornem a trobar amb la vinculació veracitat-credibilitat, però en aquest cas quan es fa referència a l'honestedat dels procediments emprats per obtenir la informació.⁵¹

Justícia (equilibri, equitat, pluralisme, accessibilitat...)

Les televisions dels Estats Units solen citar entre els principis periodístics bàsics l'anomenat "fairness" o imparcialitat. Això és motivat en bona part per un imperatiu legal -l'anomenada "Fairness Doctrine" (veure 3.1.3 i 4.3.1.)- vigent quan els codis van ser redactats. La prova d'això és que les referències a aquest principi estan fetes en els apartats corresponents, i en canvi són escadusseres en els prefacis o preàmbuls de caràcter més general.

Són els codis de les televisions públiques els que descriuen d'una manera més extensa i específica aquest principi, i de manera especial el de la SRC i el de la RAI. La televisió canadensa situa l'equitat al mateix nivell que l'exactitud i l'honestedat i, aplicant-la a la informació, la descriu com el reflex imparcial dels punts de vista significatius i el tracte just a les persones, les institucions, els problemes i els esdeveniments.⁵² El mateix codi demana la difusió del màxim nombre possible de punts de vista i d'opinions. Aquestes han de ser

⁵⁰ Dans une société ouverte, il est essentiel que le public perçoive comme crédible une entreprise de presse et ses journalistes. La crédibilité dépend non seulement de qualités comme l'exactitude et l'impartialité du reportage et de la présentation, mais encore de l'abstention par l'entreprise et les journalistes de tout contact ou association qui pourraient avec raison laisser croire à leur partialité. Il faut éviter toute situation qui ferait craindre que l'entreprise ou le journaliste sont biaisés ou influencés par des groupes de pression, qu'ils soient idéologiques, politiques, économiques, sociaux ou culturels. *(SRC I. Crédibilité)*

⁵¹ En règle générale, le journalisme se pratique au grand jour. La crédibilité et le crédit que le public accorde aux émissions d'information de la SRC dépendent dans une large mesure de la confiance qu'il a dans les qualités professionnelles et morales du personnel de la Société. *(SRC II. Procédés clandestins)*

⁵² - Equité: l'information rapporte les faits pertinents, reflète impartialement les points de vue significatifs et traite avec justice et dignité les personnes, les institutions, les problèmes et les événements. *(SRC I. Principes journalistiques)*

presentades de forma ponderada i amb el degut esperit de compensació.⁵³ En termes semblants s'expressen els documents de la RAI: és missió del servei públic oferir vies d'expressió al conjunt de la societat i vetllar perquè existeixi un efectiu pluralisme dels valors i dels punts de vista. Aquesta actitud es contempla com un imperatiu legal i també com un deure que forma part dels valors deontològics.⁵⁴ La cadena pública italiana estableix també l'obligació de respectar la personalitat aliena i de respectar el pluralisme que es concreti en una màxima transparència del missatge informatiu.⁵⁵ Els codis de les televisions públiques canadenca i italiana coincideixen en rebutjar els equilibris purament aritmètics com a expressió de la pluralitat, que haurà d'aconseguir-se més aviat sometent les opinions pertinents a una justa ponderació. Per aconseguir aquesta s'apel·la al paper dels professionals.⁵⁶ Els documents

⁵³ Afin de présenter une information équilibrée et équitable, un organisme de presse doit s'assurer que le plus vaste éventail possible de points de vue est diffusé. La plupart des opinions sont susceptibles de conduire à la vérité; mais il faut aussi tenir compte de l'importance réelle ou éventuelle d'une opinion et du poids de ses défenseurs. Si la remise en question des traditions doit être communiquée, il faut aussi décrire clairement les opinions courantes. Les idées, comme l'opinion publique, évoluent et ces changements doivent être reflétés dans la programmation journalistique. Celle-ci ne doit pas se limiter à une ventilation des points de vue: elle doit approfondir les situations tout en captant leurs dimensions et leurs particularités. Sans ces éléments, les programmes seraient trop simplistes pour permettre une compréhension valable des questions soumises à l'attention du public. *(SRC Préface)*

⁵⁴ Compito del servizio pubblico è dare espressione all'insieme della società, tutelando con la propria produzione un effettivo pluralismo di valori e di punti di vista. *(RAI-B 2.1)*

I particolari doveri sanciti dalla legge per il servizio pubblico fanno sì che, al rispetto dei valori deontologici, per gli operatori della RAI si aggiunga uno specifico e più accentuato dovere alla completezza, al pluralismo e all'imparzialità e, ove necessario, al contraddittorio e al confronto fra idee o tesi contrapposte. *(RAI-B 3.12)*

⁵⁵ (...) e di critica limitata all'osservanza delle norme di legge dettate a tutela della personalità altrui *(RAI-B 3.13)*

(...) Il rispetto dei criteri di pluralismo, completezza e imparzialità impone l'adozione di un principio di massima trasparenza e riconoscibilità del messaggio informativo (...) *(RAI-B 3.14)*

⁵⁶ Toute émission traitant d'un sujet controversé doit exposer de façon impartiale, en même temps qu'un des points de vue sur ce sujet, les autres opinions pertinentes. Autrement, l'information ne serait ni juste ni complète. Une neutralité rigoureuse, un équilibre mathématique ne suffisent pas à l'impartialité. Dans ce contexte, impartial ou équitable veulent dire juste et raisonnable, compte tenu de la valeur objective d'une opinion, tout comme de son importance réelle ou de ses conséquences. La S.R.C., à titre d'entreprise de presse, et le journaliste ont chacun de son côté un rôle à jouer en matière d'équilibre et d'équité en information. Un journaliste a ses propres opinions ou partis pris. Cependant, l'application appropriée des critères professionnels empêchera le journaliste de céder à ses partis pris ou préjugés. Il est capital qu'il fasse son reportage de façon judicieuse et équitable. *(SRC I.Équilibre et pluralisme)*

Il pluralismo non è solo un dovere della RAI nei confronti della collettività, ma è anche e soprattutto un metodo di lavoro, un elemento della sua identità di servizio pubblico. Esso non

de la RAI subratllen també que el pluralisme és una conseqüència del caràcter de servei públic que té la televisió. D'una part posa això amb relació amb els valors democràtics i d'una altra part recorda que el deure de donar accés al mitjà a tots els grups socials.⁵⁷

Llibertat (independència, lliure circulació de les opinions i de les idees...)

La llibertat d'expressió és un altre dels principis evocats sovint en els codis de manera explícita. El codi de la NBC li dona un caràcter prevalent. La llibertat d'expressió és "el" valor a mantenir, i els altres principis professionals citats (la cura, l'equilibri i el rigor) són, en certa manera, instruments per protegir-lo.⁵⁸ En la mateixa línia, el codi de l'ABERT brasilera es

consiste nella somma algebraica di tanti punti di vista unilaterali, ma piuttosto nel cogliere all'interno di ogni evento la pluralità dei valori e degli interessi che lo determinano, dei giudizi e delle opinioni che no se ne possono ricavare. *(RAI-B 3.2)*

⁵⁷ Il servizio pubblico deve garantire un'informazione equilibrata, imparziale, completa. *(RAI-B 3.1)*

Pluralismo no è indifferenza ma rispetto e promozione dei valori riconosciuti nella Costituzione della Repubblica, che caratterizzano storicamente la nostra società e che via via si affermano nel processo di crescita culturale e sociale del paese. *(RAI-B 2.2)*

Spetta al servizio pubblico dare voce adeguata anche ai gruppi sociale e alle realtà culturali più deboli o emarginate. *(RAI-B 2.5)*

In questa fase di sviluppo, obiettivi specifici e qualificanti del servizio pubblico sono:

a) produrre cultura e svolgere una funzione di garanzia democratica all'interno dei sistemi di comunicazione, con particolari responsabilità per la completezza e il pluralismo dell'informazione e con specifica attenzione all'esigenza di dar voce, spazi di espressione e strumenti di tutela alle minoranze. (...) *(RAI-B 2.6)*

Impegno della RAI è quello di fornire una programmazione ampia e completa, rivolta a tutti i settori del pubblico, capace di offrire una rappresentazione imparziale, pluralistica e critica del reale e un arricchimento consapevole e maturo dell'immaginario collettivo. *(RAI-B 2.9)*

Il servizio pubblico, pur riconoscendo nella competizione un valore e uno stimolo positivo, intende operare per il superamento delle forme più esasperate e patologiche di concorrenza, per rendere possibile un maggior impegno nella direzione della qualità, sottraendosi alla logica dell'ascolto quale metro assoluto di giudizio, favorendo il consolidarsi di un ampio, approfondito e critico consenso attorno all'attività e al ruolo del servizio pubblico, prima garanzia di uno stabile rapporto con l'audience. *(RAI-B 2.11)*

⁵⁸ In 1951, NBC News policy was stated: "maintain freedom of expression by guarding against inaccuracy, unfairness and partiality." This statement remains a sound guide for NBC News today. *(NBC I.D)*

compromet a defensar la llibertat d'expressió com un dels valors claus de les formes de vida democràtiques.⁵⁹

També les televisions públiques apel·len en els seus codis al principi de llibertat. El de la RAI considera que és un dret inalienable i l'entén com un aspecte inseparable del conjunt de principis de l'ètica professional.⁶⁰ Per al codi de la SRC la llibertat de premsa, escrita i electrònica, constitueix un dels fonaments de la societat. Aquesta llibertat -s'hi estableix- és inconcebible sense una lliure circulació de les idees, de les opinions i de la informació, noció que s'aplica igualment a la defensa de la llibertat individual. Donat que el periodisme electrònic ha esdevingut un component important del món de la informació, ha de gaudir d'aquesta llibertat però també assumir-ne les obligacions.⁶¹ Aquest codi, el canadenc, concreta en diferents aspectes concrets les manifestacions del principi de llibertat: les ones no han d'estar subjectes al domini de cap individu o grup privilegiats; la lliure circulació de les idees i de les opinions protegeix la llibertat de les institucions; la SRC no pren posició editorial en la seva programació.⁶² El mateix codi reconeix que la pràctica de la llibertat d'expressió no està exempta de problemes i que els mitjans de comunicació, pel fet de voler reflectir la realitat, sofreixen moments de tensió. Tanmateix, s'afirma la voluntat de la SRC d'acomplir la tasca primordial d'informar el públic.⁶³ En un altre punt, el mateix codi insisteix en la idea que el

⁵⁹ (...) Por otra parte, en el ejercicio de la tarea que les ha sido encomendada, observarán un total respeto a la libertad de prensa e información, con independencia de la censura, y sin someterse a otras limitaciones que las determinadas por las leyes vigentes y las normas establecidas por el presente Código, aprobado por unanimidad por todos los asociados. *(ABERT. Preámbulo)*

(...) La radiodifusión defenderá la forma democrática de gobierno y, especialmente, la libertad de prensa y de expresión de pensamiento. *(ABERT 1.2)*

⁶⁰ In questo senso vanno richiamati i principi di etica professionale, in base ai quali, è diritto insopprimibile dei giornalisti la libertà di informazione (...) *(RAI-B 3.13)*

⁶¹ La liberté de la presse, écrite et électronique, constitue un des fondements de notre société. En fait, la liberté elle-même est inconcevable sans une libre circulation des idées, des opinions et de l'information. Cette notion fondamentale de l'idéal démocratique est également essentielle à la défense de la liberté individuelle. Puisque le journalisme électronique est devenu une composante majeure du monde de l'information, il doit jouir de cette liberté mais aussi en assumer les obligations. *(SRC Preface)*

⁶² (...) les ondes doivent échapper à la domination de tout individu ou de tout groupe dont l'influence dépend de leur situation particulière;

(...) la libre circulation des idées et des opinions est une des principales sauvegardes de la liberté des institutions;

(...) la Société ne prend pas de position éditoriale dans sa programmation. *(SRC 1.Principes journalistiques)*

⁶³ Les médias subiront parfois des moments de tension de la part de certains groupes sociaux

compromís informatiu ha de passar per sobre dels interessos o preferències particulars de persones i institucions, al mateix temps que això es posa en relació amb diversos aspectes del principi de veritat: l'aprofundiment de la informació i la prevalença d'aquesta sobre l'espectacularitat.⁶⁴

Responsabilitat (seny, prudència, capteniment...)

El principi de responsabilitat rarament apareix enunciat com un valor ètic "per se", sinó més aviat com una actitud que ha d'acompanyar els altres principis. Així ho trobem plantejat, per exemple, en el codi de la NBC que és, entre les televisions privades, la que més referències hi fa.⁶⁵ D'altra part el primer dels epígrafs del capítol dedicat a normes ètiques es titula precisament "responsabilitat".

En altres codis de cadenes privades són més rares les referències expresses a la responsabilitat, però es considera la necessitat d'avaluar diverses circumstàncies informatives abans de donar certs aspectes de les notícies. En aquest sentit les al·lusions al concepte o la cita de termes equivalents es fa gairebé sempre com a contrapunt a la llibertat d'informació i a la integritat del missatge informatiu en els apartats on es desenvolupen les normes sobre la cobertura del terrorisme, de catàstrofes i accidents, etc.

Són les televisions públiques les que evoquen d'una manera més explícita aquest principi. Ja hem dit que el codi de la BBC no s'estén gaire en aspectes doctrinals, però els altres codis

pour avoir réflète le reel et montré les choses telles qu'elles sont. Cela ne devrait pas empêcher Radio-Canada de poursuivre sa tâche primordiale d'informer le public, aussi longtemps qu'elle adhère a ses principes journalistiques. *(SRC Préface)*

⁶⁴ La SRC nuirait gravement à son action si elle limitait la portée de ses reportages afin de ne troubler personne ou de ne déranger aucune institution. De même, elle se doit de scruter et de présenter les points de vue positifs de notre monde contemporain tout autant que ceux qui sont mis en question, de s'intéresser aux tendances et aux événements d'importance même s'ils ne sont pas toujours spectaculaires. *(SRC I.Principes journalistiques)*

⁶⁵ (...) We are guided by important principles and policies designed to ensure that NBC News operates fairly and responsibly. Every one of us should be aware of these principles and policies and should abide by them in our work. *(NBC Foreword)*

It is committed to covering the news responsibly and to presenting it understandably and with a professional dedication to accuracy, fairness and thoroughness. *(NBC I.A)*

NBC News' responsibility to its viewers carries the obligation to perform intelligently, objectively, accurately and fairly. As an aid in the pursuit of these obligations, NBC News has developed principles of ethics and standards which apply equally to all members of the Division. *(NBC III)*

de televisions públiques presos en consideració fan constants referències al principi de responsabilitat. Tot i que aquesta tesi defuig els mètodes quantitativs, valgui com a referència el nombre de cites directes de la paraula "responsabilitat" o d'algun dels seus derivats: 45 vegades en el codi canadenc (un text de 25.024 paraules) i 24 vegades en el segons dels documents italians (un text de 6.330 paraules). També aquí ens trobem que la responsabilitat es vincula amb els altres principis ètics.⁶⁶ Però cal remarcar que les televisions públiques es refereixen sovint a la responsabilitat no només en el sentit de fixar limitacions al desenvolupament d'altres principis ètics (com el de llibertat, per exemple) sinó també en un sentit positiu. En aquesta línia tant als documents de la RAI com al codi canadenc hi ha extenses referències a les responsabilitats que tenen els respectius sistemes ràdio-televisius en l'afermament del sistema democràtic, en la salvaguarda dels valors propis, en l'expansió cultural, etc.

Diversos

En les seves parts preliminars alguns dels nous codis presos en consideració estableixen altres plantejaments programàtics de les respectives cadenes que, encara que no són d'ordre

⁶⁶ Queste responsabilità si individuano non solo nella corretta applicazione del metodo del pluralismo e dei tradizionali canoni dell'obiettività, della completezza e dell'indipendenza, ma nel rispetto del destinatario dell'informazione, dei diritti e della dignità della persona, soprattutto se debole e indifesa, garantendo le giuste esigenze di riservatezza e di tutela della vita privata, ed evitando anche rappresentazioni di immagini e di situazioni che contraddicano questi principi. In particolare dovrà essere salvaguardata la personalità e l'immagine dei minori e dei soggetti deboli quando risultino coinvolti in fatti di cronaca o processuali, di violenza e di devianza. *(RAI-B 3.11)*

(...) produrre cultura e svolgere una funzione di garanzia democratica all'interno dei sistemi di comunicazione, con particolari responsabilità per la completezza e il pluralismo dell'informazione e con specifica attenzione all'esigenza di dar voce, spazi di espressione e strumenti di tutela alle minoranze (...) *(RAI-B 2.6)*

La préservation de nos libertés exige des médias qu'ils aient une responsabilité envers la société; leur liberté propre doit les rendre conscients de cette responsabilité publique. Les organes de presse ont l'obligation de présenter une information impartiale, exacte, complète et équilibrée. Ce devoir incombe particulièrement à un service public de radiodiffusion comme Radio-Canada, responsable de son action (...) *(SRC Préface)*

Radio-Canada, indépendante du pouvoir politique et gouvernemental pour sa gestion et sa programmation, peut ainsi remplir le rôle qui lui est confié dans le cadre du système canadien de radiodiffusion. (...) La relation à distance est essentielle à l'indépendance de Radio-Canada, particulièrement en ce qui a trait à ses pratiques journalistiques. Cependant, l'autonomie ne va jamais sans responsabilité. *(SRC Préface)*

ètic, contribueixen a perfilar quin és l'ideari de cada corporació o empresa. En aquest punt cal tenir en compte que els documents difereixen en l'abast de les seves intencions: mentre uns són llibres de normes per als corresponents serveis informatius, altres són compendis dels plantejaments generals de la programació. Això fa que ens trobem amb una heterogeneïtat d'ítems, a la relació dels quals no se li ha de donar cap mena d'intenció comparativa.

Alguns documents inclouen referències a missions genèriques de les cadenes en termes de compromís amb les corresponents identitats nacionals. Així, el codi canadenc es refereix a l'exigència d'un intercanvi d'informació entre totes les regions del Canadà i a l'expressió constant de la identitat canadenca, i també al degut equilibri informatiu entre les necessitats nacionals, regionals i locals. (SRC. Préface) Aquest document recorda que és la mateixa llei que regula els òrgans de la ràdio-televisió pública canadenca la que estableix que el sistema ha d'estar orientat a salvaguardar l'estructura cultural, social, política i econòmica del país, i que entre les obligacions de la SCR hi ha la de contribuir al desenvolupament de la unitat nacional i a l'expressió constant de la realitat canadenca. El codi brasiler pren un compromís amb la defensa de la unitat política del Brasil, al temps que ho fa amb l'aproximació i la convivència pacífica amb la comunitat internacional. (ABERT. Preàmbulo). Per la seva part la RAI, encara que no parla explícitament d'identitat nacional sí que expressa el compromís que té amb el respecte i la promoció dels valors reconeguts a la Constitució de la República que caracteritzen històricament la societat italiana i que s'afermen en el procés de creixement cultural i social del país. (RAI-B. 2)

En el mateix document, la RAI dedica un llarg epígraf a descriure quin és el nou marc econòmic i social per a una televisió pública que opera en un sistema audiovisual de caràcter mixt, com succeeix actualment en la majoria de països europeus. En aquest passatge es pren en consideració que s'ha entrat en una època de grans innovacions tecnològiques que han comportat canvis profunds en els sistemes de producció, els sistemes de distribució i les formes de gaudiment dels productes televisius. Es subratlla també la internacionalització dels circuits de producció i, com a conseqüència, la necessitat d'entrar en una dimensió integrada com a condició de la competitivitat. (RAI-B. 1)

També apareix en alguns dels textos el compromís amb la defensa dels valors culturals i educatius. Aquest objecte és destacat en el primer paràgraf del codi brasiler, que el situa al costat de les finalitats més genèriques d'entretenir i informar. (ABERT. Preàmbulo. 1). Però són les televisions públiques les que més expliciten aquest aspecte. Segons la RAI, es tracta

d'un objectiu que s'ha d'aconseguir creant les degudes sinèrgies amb altres vessant de la indústria cultural, com el cinema, la indústria discogràfica, el teatre i la lírica, i també amb l'escola, la Universitat i l'àmbit de la recerca. Un dels seus documents dedica generosos espais a desenvolupar aquestes idees, remarcant així mateix la consideració el paper de les noves formes de comunicació en el marc de la identitat cultural europea (RAI-B. 4.15, 4.16, 5 i 6). Per la seva part, com ja s'ha indicat, el codi canadenc recorda les obligacions que té per llei la ràdio-televisió pública i entre aquestes s'hi cita en diversos aspectes la preservació de les característiques culturals del país. (SRC. Mission de Radio Canada).

Finalment es pot consignar en aquest apartat que el codi de les televisions privades brasileres aprofita el seu preàmbul per fer una defensa del règim de lliure iniciativa i competència. Diu que només aquest règim, sustentat per la publicitat comercial, pot proporcionar les condicions de llibertat i independència necessàries per al desenvolupament dels òrgans d'opinió i que l'opció per l'empresa pública només ha de ser acceptada en la mesura que sigui exclusivament cultural, educativa, didàctica i sense publicitat comercial. (ABERT. Preámbulo).

4.2. Principi de veracitat

La televisió no és la veritat. La televisió és un sensacional parc d'atraccions; això és el que és la televisió. La televisió és un circ, un carnaval, una troupe ambulants d'acròbates i de narradors d'històries, cantants i dansaires, joglars, creadors d'ombres xineses, pantomimes, domadors de lleons i jugadors de futbol. Si vols la veritat, ves a Déu, ves al teu guru, ves a tu mateix -perquè és l'únic lloc on pots trobar alguna veritat real. Però, home, mai no rebràs cap veritat de nosaltres. Nosaltres et direm qualsevol cosa que tu vulguis escoltar. Nosaltres mentim com dimonis!

Discurs que fa a la seva audiència televisiva Howard Beale, "el profeta boig de les rutes aèries" a la versió novel·lada de "Network", de Paddy Chayefsky. Novel·lització de Sam Hedrin. Pocket Books. New York (pp.98-99)

Si existeixen principis ètics que es puguin considerar universals, el del respecte a la veritat és sens dubte un d'ells. El compromís amb la veritat és potser el més vell i sòlid dels preceptes que regeixen les relacions humanes. S'ha definit l'home com l'animal capaç de mentir¹, i aquesta mateixa definició situa la veritat en el cor de tot humanisme. Els principals sistemes morals de la civilització humana han considerat la veritat com un dels deures inexcusables: així, el codi d'Hammurabi establí la pena de mort per als falsos testimonis; i un dels deu manaments de la religió hebrea recollits pel cristianisme és "no aixecaràs falsos testimonis ni mentiràs". A la història de la filosofia és central l'aproximació a la idea de veritat, que evoluciona des del plantejament platònic, que la presenta com un producte de la raó humana independent de la percepció, fins a la Il·lustració, que la substantiva en el coneixement empíric del món circumdant. Kant, en els seus plantejaments deontològics, va indicar el de dir la veritat com un deure que havia de ser respectat en totes les circumstàncies independentment de les conseqüències que se'n derivessin. El pensament liberal que emana de John Stuart Mill, amb un enfocament utilitarista de l'ètica, també es va preocupar per la veritat, presentant-la com un valor guanyador en el mercat de les idees. La literatura -ja des de les èpoques

¹ Semiòlegs, com Umberto Eco, han utilitzat sovint aquesta expressió per expressar la idea que només els sistemes de signes usats per l'home (a diferència del que són purs indicis de fenòmens naturals) poden ser vehicle de la veritat, que només es pot concebre per mecanismes d'oposició.

homèriques- i la tradició folklòrica han reservat també un lloc privilegiat a la idea de la veritat, que, d'altra part, ha ocupat un valor important en els continguts educatius de tots els temps.

Al costat dels fonaments filosòfics en pro de la veritat, la història de la humanitat està plena d'opcions per la mentida. De fet es tracta de la tensió entre un valor i un contra-valor, dels dos costat d'una mateixa moneda: un seria inconcebible sense l'altre. La mitologia ens presenta l'engany (el de la serp a Eva, per exemple) com una realitat present. I hi ha una ètica de la relativitat que de vegades justifica l'engany per tal de preservar altres valors. La mentida del metge al malalt, per exemple. Però, en aquesta lluita, la veritat sempre apareix com a superior moralment: "Dir la veritat mai no necessita una justificació moral; la mentida i l'engany, sí".²

El de veritat i de mentida són conceptes difícils d'establir. Cal tenir en compte que s'hi creuen elements de diversos ordres. Així, el concepte o la idea d'equivocació, que es situa fora del terreny estrictament moral. Una mentida textual pot ser una veritat factual; i viceversa, segons que considerem l'adequació a la realitat o les intencions de l'emissor. I en qualsevol cas, ¿quina és la realitat que ens serveix com a punt de referència?³ D'altra part, mentida i engany no són ben bé el mateix. L'engany ha estat definit com "la comunicació de missatges dirigits a confondre els altres, per fer-los creure el que nosaltres mateixos no creiem".⁴ L'engany no es fa només amb missatges explícits, sinó també amb conductes, gestos o omissions. La mentida seria doncs una subcategoria de l'engany, i consisteix en la comunicació de informació falsa que el comunicador sap que és falsa.⁵ La mentida pot ser considerada com un "abús de confiança"⁶

Aquests problemes epistemològics per delimitar el concepte de veritat contribueixen a complicar extraordinàriament els judicis que han merescut a les diverses tendències de la filosofia moral les transgressions a la veritat, es diguin aquestes enganys o mentides. Un punt

² CHRISTIANS, Clifford G. / ROTZOLL, John P. / FLACKER, Marc P.: *Media Ethics: Cases and Moral Reasoning* (3ª ed.) Longman. Nova York, 1991 (p.75)

³ Sobre algunes d'aquestes dificultats, veure JAKSA, James A. / PRITCHARD, Michael S.: *Communication Ethics: Methods of Analysis* Wadsworth Publishing Company. Belmont, CA, 1988 (pp. 124 i ss.)

⁴ BOK, Sissela: *Lying: Moral Choice in Public and Private Life* Vintage Books. Nova York, 1982 (p. 14)

⁵ JOHANNENSEN, Richard: *Ethics in Human Communication* 2ª ed. Waveland Press. Prospect Heights, Ill., 1983 (p. 104)

⁶ CARTER, Margaret: *The Morality of Deception* University of Wisconsin, 1982

de referència inexcusable és l'imperatiu categòric kantian, basat en el deure per sí mateix i independenditzat de les conseqüències de l'acció. Una persona no ha de mentir. I aquest principi ha de prevaler per sobre de les circumstàncies concretes, si més no fins que xoqui amb un altre principi moral, com per exemple que no s'ha de matar. La idea de Kant és que hi ha deures que esdevenen llei universal, i que és millor accomplir-les que entrar en la cadena casuística.

Des del punt de vista de les ètiques utilitaristes, el que fa la mentida objectable serien les conseqüències de les mentides, més que les qualitats intrínseques de les mateixes. Jeremy Bentham deia que la falsedat, presa en si mateixa, no pot ser considerada en absolut, d'acord amb els principis de la utilitat, com una falta. Una altra cosa és si se la considera amb l'acompanyament d'altres circumstàncies que generin efectes nocius.⁷ John Stuart Mill, deixeble de Bentham, estava convençut que les conseqüències de la mentida són sovint considerables. I acceptava que el general cenyiment a la veritat era un bé per a la societat, donat que la credibilitat de les assercions humanes és, finalment, desitjable per al benestar social.⁸ Sissela Bok també recull els aspectes conseqüencialistes de la mentida (unes mentides porten a unes altres i soscaven l'harmonia social, comportant efectes negatius de vegades cap a terceres parts...), i accepta a partir de les seves observacions l'existència d'un "principi de veracitat".⁹ No totes les mentides són condemnables, però cada mentida suporta un determinat pes. I així doncs, cal establir proves que les mentides són necessàries, o buscar alternatives raonables.

Totes aquestes preses de posició en el terreny moral tenen una aplicació molt més gran del que a primera vista pugui semblar en el terreny de la deontologia periodística. De vegades les respostes que ens podem donar a situacions concretes de la vida professional dependran de si adoptem el punt de vista d'una ètica del deure o el d'una ètica de les conseqüències. També trobarem aplicacions de les reflexions epistemològiques sobre el concepte de veritat i de falsedat.

En una primera justificació dels grans principis que estructuraven el tesaurus d'aquesta tesi ja s'ha citat Edmund Lambeth entre els teòrics que proposen el de veracitat com un dels

⁷ BENTHAM, Jeremy: *Principles of Morals and Legislation* Hefener. Nova York, 1973, cap.16, sec.24

⁸ MILL, Stuart: *The Six Great Humanistic Essays of John Stuart Mill* Washington Square Press. Nova York, 1963.

⁹ BOK, Sissela, op. cit., pp. 32-33.

grans principis de l'ètica periodística (veure 1.2.). Walter Lippmann, un dels primers i grans teoritzadors de les bases ètiques de la professió, també considera la veritat com un dels pilars sobre els quals s'ha estructurat l'exercici del periodisme: "Aquest creixent professionalisme és, crec, la innovació més radical des que la premsa va esdevenir lliure del control governamental i de la censura. A través d'ell s'introdueix a la consciència del treball del periodista un compromís de buscar la veritat que és independent de, i superior a, tots els altres compromisos: el compromís de publicar diaris que s'han de vendre, el compromís amb el seu partit polític, el compromís de promoure les normes del seu govern".¹⁰ Hi coincideix, entre molts altres, entre molts altres, Pippert, per a qui els periodistes han de perseguir sempre la veritat i, fent això, afermar les dimensions de la justícia i de la pau en qualsevol cobertura informativa.¹¹

En els codis deontològics de la professió periodística la idea de veracitat, la convicció que per al periodista és molt important dir la veritat, hi té una presència importantíssima. Així ho posa de manifest un repàs als estudis sobre codis professionals de caràcter general que s'han citat anteriorment (veure 1.1.). Així, segons el treball de Leppanen, el tema que apareix representat més que qualsevol altre és el de l'honesta i veritable disseminació de les notícies, que apareix en 53 dels 59 codis analitzats. En Noordenstreng et al. el tema més esmentat és "objectivitat, veracitat, honestat" que apareix a 49 dels 50 codis. Jones no quantifica els seus descobriments, però comença la llista dels cinc elements que ha trobat més en comú amb l'èmfasi sobre la integritat, la veritat i l'objectivitat de totes les formes de recerca i de disseminació de notícies. S'observa, doncs, l'àmplia presència d'aquest tema en tots els casos, encara que els esments siguin fets sota diferents formes, de vegades més explícites i de vegades no tant.

El codi de la societat Sigma Delta Chi, potser el més citat de tots els compendis de normes professionals al món (adoptat en 1926 i revisat el 1973, 1984 i 1987), posa un èmfasi especial en tot el que fa referència a aquest aspecte de l'exercici professional, amb frases com les següents: "la veritat és el nostre últim objectiu", "l'objectivitat en la narració dels fets és un altre objectiu que serveix com a marc al professional expert; és un resultat cap al qual tendeix

¹⁰ Paraules adreçades el 1965 a l'International Press Institute. Citades per BOYLAN, J.: "Declaration of Independence: A Historian Reflects on an Era in which Reporters Rose Up to Challenge -and Change- the Rules of the Game", *Columbia Journalism Review*, novembre-desembre, 1986 (pp. 30-45)

¹¹ PIPPERT, W.G.: *An Ethics of News: A Reporter's Search for Truth* Georgetown University. Washington, DC, 1989.

el nostre treball; honorem als que l'aconsegueixin", "els media tenen l'obligació de fer una immediata i total rectificació de les seves errades", etc. Dificilment ningú podria discutir que perseguir i explicar la veritat forma part consubstancial de l'exercici professional del periodisme. La veritat és essencial a l'activitat periodística. O, per dir-ho amb paraules de Klaidman i Beauchamp, "dir la veritat està en el cor de l'empresa periodística".¹²

El fet que a la pràctica periodística la veritat hi sigui un valor omnipresent no treu que pateixi de les febleses epistemològiques abans esmentades. No es pot dir que la veritat periodística tingui un significat inequívoc i monolític. Merrill i Odell, per exemple, fan una distinció entre cinc nivells de veritat: "transcendental, potencial, seleccionada, explicada, percebuda".¹³ I tots els autors que reflexionen sobre l'abast moral de la tasca periodística posen en qüestió l'abast i el significat de conceptes com els de "veritat", "objectivitat", "cura", "verificació" i altres.¹⁴ L'existència d'un anhel per la comunicació de la veritat no exclou que els diversos actors de la comunicació social no estiguin condicionats per una sèrie de factors contextuals, expressius i interpretatius que posin en qüestió constantment les idees de veritat i de veracitat.

Per exemple, una distinció important que cal fer és la que s'estableix entre el concepte de veritat i el de credibilitat. De vegades es tendeix a confondre'ls o a usar-los com a sinònims. I tanmateix és evident que ser o resultar creïble no és pas el mateix que ser veraç. La veracitat és un valor ètic. La credibilitat és un valor professional que té unes dimensions comercials. En un cas estem parlant de "substància" ètica; en l'altre d'aparença. L'empresa o l'organització que ven informació necessita la credibilitat.¹⁵ Però "fer creure" és un acte diferent de "creure", tant des d'un punt de vista retòric com pragmàtic. I tots dos són diferents també de "no mentir". El periodista o l'empresa periodística necessiten guanyar la credibilitat del públic al qual s'adrecen. És evident que la poden guanyar, sobre tot a la llarga, buscant sempre la veritat. Però la complexitat dels processos comunicatius, sobre tot en el camp del

¹² KLAIDMAN, Stephen i BEAUCHAMP, Tom L.: *The Virtuous Journalist* Oxford University Press. Nova York, 1987 (p. 30)

¹³ MERRILL, John C. / ODELL, C.Jack: *Philosophy and Journalism* Longman. Nova York, 1983 (pp. 172-174)

¹⁴ Veure a 4.2.1 algunes consideracions sobre el concepte d'objectivitat.

¹⁵ Una documentada descripció sobre aquesta utilització mercantil del concepte de credibilitat es troba a GLASSER, Theodore L.: "Objectivity Precludes Responsibility", *The Quill*, vol. 72, febrer de 1984 (pp. 13-16)

periodisme audiovisual, pot trencar o relativitzar la correspondència entre veritat i credibilitat.¹⁶

El periodista és alhora còmplice i víctima d'una mena d'acostumament a la mentida que hi ha a la societat actual. De fet hi ha molt estesa la convicció popular que els diaris o els mitjans de comunicació "només diuen mentides". Sissela Bok fa notar, per exemple, l'astorament del poble americà quan va saber que el 1960 el president Dwight D. Eisenhower havia mentit a propòsit de l'incident U-2, en el qual Gary Powers i el seu avió espia havia estat abatut a la Unió Soviètica. Però només quinze anys després, proveïts de les revelacions sobre el Vietnam i Watergate, el 69 per cent dels que contestaven a una enquesta nacional estaven d'acord amb que durant els deu anys anteriors, el líders haguessin enganyat de forma reiterada a la nació.¹⁷ Alhora, hi ha situacions, com l'escalada de la guerra del Vietnam després de presentar-se Johnson com el candidat de la pau, que generen una esclatxa de desconfiança entre la població. Aquesta esclatxa de desconfiança no només abasta l'actitud dels polítics sinó que impregna tota la vida social.¹⁸

L'adhesió al principi de veracitat té en l'activitat periodística dos fronts principals: el procés de recerca de la informació i el de disseminació de la mateixa. Són dos aspectes o moments de la feina que en la terminologia anglosaxona queden definits per les paraules "gathering" i "reporting". Tots dos estan íntimament relacionats, sobre tot en allò que afecta a la credibilitat, però corresponen a fases diferenciables de l'activitat professional. En el cas del periodisme televisiu, la primera fase inclou tasques com la localització d'escenaris, la contextualització gràfica i ambiental de fets i situacions, l'obtenció d'imatges, etc.; la segona fase comporta l'edició dels videos que es mostraran, la integració de textos i imatges, les estratègies narratives amb què seran inclosos en un espai informatiu, etc.

Quan es parla genèricament de la "veritat" periodística normalment s'està fent referència al producte resultant de la feina del periodista: el missatge informatiu, allò que arriba al públic. Quan es diu que el públic té dret a una informació veraç pensem normalment només en aquest aspecte, i per tant, doncs, en qüestions com aquestes: ¿hi ha una bona correspondència entre els fets ressenyats i la narració que se'n fa? ¿és pot distingir el què és la

¹⁶ Veure a aquest respecte DAY, Louis. A.: *Ethics in Media Communications: Cases and Controversies* Wadsworth Publishing Company. Belmont, CA, 1991 (p. 71)

¹⁷ BOK, Sissela: op.cit., p. XII

¹⁸ Veure a aquest respecte JAKSA, James A. / PRITCHARD, Michael S: op.cit., pp. 40-55

informació factual del que són les opinions particulars dels reporters? ¿són explícites i fiables les fonts usades? "Buscar la veritat i explicar-la tan plenament com sigui possible": així resumeixen aquest compromís bàsic del periodista Black, Steele i Barney.¹⁹ Això comporta, segons recorda Lambeth, verificar les dades disponibles, i també anticipar la possibilitat d'errors. Però comporta igualment interessar-se per descobrir una veritat social difosa, una veritat que no es concreta només en cada reportatge o en cada espai informatiu, sinó que requereix per ser descoberta i explicada un esperit d'honestedat que ha d'impregnar el treball periodístic.²⁰ El periodisme mai no pot explicar tota la veritat en cada notícia, perquè els fets competeixen uns amb els altres, i a cada moment van emergint noves informacions i fets addicionals. La realitat ha de ser parcel·lada, i això pot atemptar en certa manera contra la voluntat d'explicitar la veritat de forma integral. Aquest dèficit haurà de compensar-se amb la continuïtat de la feina i amb un especial esforç de dotar sempre al destinatari del necessari "background" informatiu per fer-se càrrec cabal de tots els aspectes de cada informació.

Naturalment moltes d'aquestes preocupacions són comunes a tots els mitjans en els quals pot exercir-se el periodisme informatiu, però tenen una incidència específica en el mitjà televisiu. De vegades és diu que les imatges no enganyen. No cal ser molt expert en llenguatges visuals per saber que la imatge té una capacitat d'engany igual o major que la paraula. El llenguatge televisiu és complex perquè hi intervenen components molt diversos. Els codis informatius a la televisió són un complicat conglomerat de registres expressius: la literalitat del text, la locució, la imatge, el muntatge, les músiques... Les capacitats denotatives i connotatives de tot plegat són immenses i, en conseqüència, les possibilitats d'exercir la mentida intencionada o les sensacions enganyoses són gairebé il·limitades. Altrament el problema apuntat més amunt de la parcel·lació de les notícies és especialment cert a la televisió, on les condicions de producció de la informació (com ara la disponibilitat d'imatges) fan impossible aprofundir tots i cadascun dels temes d'interès.

Però també cal incloure en l'àmbit del principi de veracitat els procediments usats en el procés d'obtenció de la informació. Ens tornem a trobar aquí amb una sèrie de qüestions que afecten tots els àmbits d'exercici del periodisme informatiu, com ara el tema del plagiarisme, o el de la manifestació de la identitat del periodista que recapta informació de les fonts. Aquí cal

¹⁹ BLACK, Jay / STEELE, Bob / BARNEY, Ralph: *Doing Ethics in Journalism* The Sigma Delta Chi Foundation and The Society of Professional Journalists. Greencastle, IN, 1993 (p. 11)

²⁰ LAMBETH, Edmund: *Committed Journalism: an Ethic for the Profession* (2ª ed.) Indiana State University Press. Bloomington, 1991 (pp. 26-27)

plantejar-se qüestions com les següents: ¿quan és i quan no és imprescindible usar dades i informacions manllevades d'altres mitjans?, ¿ha d'actuar sempre el periodista fent-se reconèixer com a tal davant de les persones que li subministren informació?, ¿és honest aconseguir dades de forma furtiva? A l'hora de buscar respostes per qüestions com aquestes prenen especial rellevància algunes de les consideracions epistemològiques plantejades sobre el concepte de veritat i de mentida esmentades anteriorment. I novament hem d'afegir complicacions en el cas del reporterisme televisiu. Aquest es realitza amb la mediació d'instruments tecnològics cada cop més sofisticats que obliguen a plantejar-se qüestions ètiques específiques com ara l'ús de càmeres ocultes; i compta amb unes possibilitats narratives que obliguen a fer-se constants preguntes sobre l'ús de gèneres que comporten elements de ficció.

El principi de veracitat abasta molts aspectes de l'activitat periodística a la televisió. Però, de la mateixa manera que el concepte de veritat té molts replecs des d'un punt de vista global i no pot ser del tot entès sense els seus complementaris de la mentida i l'engany, la seva aplicació no és senzilla. D'una part ens podem trobar amb què de vegades entra en conflicte amb alguns dels altres grans principis morals, com el de llibertat, el de justícia, el de responsabilitat. ¿Té sempre i sense cap condició el públic dret a conèixer tota la veritat? La casuística del treball diari als informatius d'una televisió deixa clar que la resposta ha de ser negativa. La conservació d'una font informativa pot fer aconsellable en un moment determinat mantenir en reserva una dada d'importància relativa. Igualment, un sentit de l'equanimitat ens pot fer dubtar sobre unes imatges que posin en perill el prestigi d'una minoria ètnica. O podem acceptar, potser, l'exclusió o la inclusió d'una notícia bèl·lica si hi ha en joc la seguretat nacional. Són alguns exemples, només, de l'extensa gamma de vacil·lacions a què ens pot portar el difícil equilibri en la maroma de l'honestedat.

Així mateix podem trobar-nos amb profundes contradiccions i dubtes quan ens mantenim en el mateix àmbit de la veracitat. Les exigències que a aquest respecte ens comporta l'obtenció de la informació i la seva difusió poden xocar fortament entre elles. ¿Fins a quin punt estem legitimats per enganyar les nostres fonts si amb això aconseguim servir millor a la veritat informativa? Si ens guiem per l'imperatiu kantian, la resposta haurà de ser sempre negativa. Però si donem crèdit als plantejaments conseqüencialistes, s'obrirà un ampli ventall de respostes davant d'una pregunta com la formulada. En l'avaluació de les conseqüències haurem de tenir en compte factors tan diversos com l'interès públic de la informació que tractem d'aconseguir, el grau de malícia del nostre engany, la possibilitat

d'eixugar fonts informatives que puguin tenir importància en ocasions futures. Una bona part de les nostres reflexions es traslladaran del camp de la veritat al de la credibilitat, és dir, estaran impregnades d'un factor d'oportunitat que ja no serà estrictament ètic però que condicionarà indubtablement els nostres judicis morals. En general els periodistes i les empreses periodístiques -i així ho trobarem presumiblement reflectit en els codis que analitzarem- són més estrictes en la defensa del principi de veracitat quan s'ha d'aplicar directament al producte informatiu que no pas quan s'ha d'aplicar als procediments d'obtenció de la informació. Aquest és un dels aspectes més debatuts al si dels col·lectius professionals, i la implantació de noves tecnologies i la mistificació dels gèneres el pot fer cada vegada més punyent.

4.2.1. Cura i rigor

El periodisme de qualitat -sigui quin sigui el mitjà on s'exerceixi- ha de plantejar-se una sèrie d'exigències entre les quals hi destaca la cura¹ o, el que ve a ser el mateix, la voluntat d'aconseguir una narració rigorosa dels fets que puguin resultar més significatius. Això comporta d'una part un compromís d'exactitud, però també una actitud constant de recerca i d'aprofundiment que vagi més enllà de la pura descripció dels esdeveniments: les causes que els motiven, el context en què es produeixen, les conseqüències que se'n deriven.

La cura no garanteix per ella mateixa la veritat. Com assenyala Day, la cura és només un punt de partida per aproximar-se a la veritat.² I aquesta aproximació cal fer-la en tots i cadascun dels aspectes de l'activitat informativa: l'ús d'unes fonts fiables, la verificació de les dades disponibles, l'elaboració d'un missatge que no pateixi biaixos de cap mena i també la rectificació clara i immediata de les errades que s'haguessin pogut cometre.

De vegades, quan es parla de cura o de rigor aquests conceptes es posen en relació o es fan equivaler al d'objectivitat. Però aquest és un concepte que, al menys des d'una perspectiva teòrica, planteja certs problemes epistemològics. De fet, en la descripció que s'ha fet a 4.1.3. de la manera com els codis deontològics de les televisions enuncien els principis ètics fonamentals s'haurà pogut observar que rares vegades s'esmenta. I és que aquells que coneixen a fons la pràctica periodística també saben les dificultats de diferents ordres que planteja la pretensió de ser objectius.

Berger i Luckman varen explicar a la dècada dels 60, en una obra que ha esdevingut un punt de referència essencial de la sociologia del coneixement³, que la realitat no és quelcom que estigui esperant que nosaltres anem a buscar-la. Al món exterior hi ha coses que estimulen els nostres òrgans sensorials. Però amb això no n'hi ha prou. La nostra percepció de les coses, dels fets i dels esdeveniments està condicionada per les pautes culturals (creences, valors i normes de conducta). De manera que tenim una mena de compartiments mentals (categories) que ens permeten interpretar el món i classificar qualsevol fenomen dins del nostre propi marc

¹ Sobre l'adopció d'aquest terme, vegi's la nota 33 a 1.3.

² DAY, Louis. A.: *Ethics in Media Communications: Cases and Controversies* Wadsworth Publishing Company. Belmont, CA, 1991 (p. 73)

³ BERGER, Pether L. / LUCKMAN, Thomas: *La construcció social de la realitat* Herder. Barcelona, 1988. La versió original és del 1967

de referència. Les coses conegudes troben la corresponen acomodació. Les desconegudes són rebutjades o bé enquadrades en alguna de les categories pre-existents.

De fet aquesta és una vella qüestió filosòfica, que ha estat represa de formes molt diverses al llarg de la història del pensament i que en el terreny pragmàtic sempre ha d'acabar sent obviada. Així ho expressava Marx en la seva segona tesi sobre Feuerbach, el 1845: "La qüestió de saber si el pensament humà pot accedir a una veritat objectiva no és pas una qüestió del domini de la teoria, és una qüestió pràctica. És a la pràctica que l'home ha de demostrar la veritat, és a dir, la realitat i la potència, la suficiència del seu pensament. Les controvèrsies sobre la realitat o sobre la no-realitat del pensament -aïllat de la pràctica- remetent a l'escolàstica". En el segle present moltes discussions sobre aquest tema s'han centrat en la natura de les paraules i en la forma com els sistemes d'expressió afecten al coneixement. Ludwig Wittgenstein, per exemple, va tractar de demostrar que els tradicionals problemes de la filosofia s'havien enfocat des d'un angle equivocat. El món real és reflectit a través del llenguatge, que efectivament fa la "pintura" del món que veiem; aparents complicacions del món real són merament el resultat de les nostres confuses descripcions.⁴ Els nous llenguatges i formes d'expressió, com les que conformen la informació televisiva, no deixen de plantejar problemes en la mateixa direcció.

Els teòrics del periodisme com a forma de comunicació humana han trobat en aquest tema un dels nuclis més durs de les seves reflexions. Ningú no discutiria que la missió bàsica del periodisme és donar a conèixer la realitat o, si més no, donar a conèixer uns "fets". Aquesta paraula és evocada sovint en llibres d'estil dels mitjans precisament amb la intenció de destriar allò que és suposadament objectivable del que serien clarament idees o opinions dels narradors. Però, com ens recorda Hausman⁵, un fet no és un objecte tangible i, si esdevé un fet que es pot reconèixer com a tal, és després d'haver-se filtrat a través d'unes percepcions personals.

Hi ha analistes que mantenen que l'objectivitat, en la mesura que és epistemològicament discutible, és un fals valor o un fals principi. W.Lance Bennet, per exemple, ho fa tot evocant els orígens de la premsa política, les fonts de la qual condicionaven completament l'orientació dels periòdics.⁶ Però altres teòrics han tractat d'"objectivar" l'objectivitat a partir de

⁴ Apreciacions fetes d'una manera taxativa en el *Tractatus* i matisades després a les *Investigacions filosòfiques*

⁵ HAUSMAN, Carl: *Crisis of Conscience: Perspectives on Journalism Ethics* Harper Collins. Nova York, 1992 (p. 30)

determinades pautes del quefer periodístic. Entre aquests destaca el "clàssic" Walter Lippmann que ja en un assaig que data de 1922⁷ sostenia que una certa objectivitat és assolible si el periodista adopta unes actituds i formes de treball comparables a les del científic.

Anticipant-se, en certa manera, a objeccions epistemològiques com les de Berger i Luckman, sostenia que l'individu objectiu pren una actitud reflexiva crítica envers les seves pròpies opinions i és conscient del seus propis estereotips i de la manera com opera la seva percepció.

Andrew Edgar ha suggerit que els dubtes epistemològics poden aparèixer una mica més clars si els traslладem al terreny hermenèutic. Però quan parla d'hermenèutica Edgar no es refereix a una interpretació dels reports periodístics com a textos, sinó a usar la lectura d'un text com a model o analogia del procés que les ciències socials i també el periodisme fan d'interpretar la realitat o els fets socials: "Des d'una perspectiva hermenèutica podrà argumentar-se que l'objectivitat, en el sentit de 'correspondència amb l'objecte' és inaplicable com a criteri pel qual els reports poden ser jutjats. Un reportatge ha de seleccionar entre el ventall de possibles (i acceptables) interpretacions a què es presta un fet social. Tanmateix, un biaix moralment inacceptable és recognoscible de forma intuïtiva en certs reports i formes de reportatge".⁸

Cal tenir en compte que els mitjans de comunicació exerceixen una doble refracció en la percepció de la realitat. La parcel·la o la distorsiona primer el periodista, proveït del corresponen utilitat tècnica. I en segon lloc ho fa el receptor amb les seves particulars pautes perceptives i d'integració del sentit.

Respecte a la primera refracció, la part que correspon al periodista (i, com ens recorda Glasser, al conjunt de l'entitat emissora⁹), els estudiosos de l'ètica de la informació procuren salvar-la apel·lant a una mena de convenció social bastida sobre el professionalisme. "Els periodistes -escriu Lambeth- podran resoldre la incertesa que senten sobre què constitueix una notícia no amb normes verificables sinó amb el que Lippmann va nomenar convencions, o

⁶ BENNET, W. Lance: *News: the Politics of Illusion* (2^a ed.) Longman. Nova York, 1988 (pp. 121-123).

⁷ Veure LIPPMANN, Walter: "Stereotypes, Public Opinion and the Press", a COHEN, Elliot D. (ed.): *Philosophical Issues in Journalism* Oxford University Press. Nova York, 1992 (pp. 161-175) L'original (després reelaborat) és de 1922.

⁸ EDGAR, Andrew: "Objectivity, Bias and Truth", a BELSEY, Andrew / CHADWICK, Ruth: *Ethical issues in journalism and the media* Routledge. Londres, 1992 (p. 113)

⁹ GLASSER, Theodore L.: "Objectivity and News Bias", a COHEN, Elliot D. (ed.): *Philosophical Issues in Journalism* Oxford University Press. Nova York, 1992 (pp.177-182). Original: "Objectivity Precludes Responsibility", *The Quill*, vol.72, February 1984 (pp. 13-16).

costums que passen per normes. Una d'elles és l'objectivitat, que significa que la notícia no conté opinions personals ni judicis massa subjectius".¹⁰ En una línia semblant s'expressen Olen, Weaver i molts altres.¹¹ Per a Olen, per exemple, ser un reporter objectiu és presentar un esdeveniment o una sèrie d'esdeveniments de manera que no es reflecteixin les actituds del reporter respecte als fets o a la gent implicada en ells.¹² Fins i tot un autor com Donald Mc Donald, que tendeix a defensar un periodisme de caire interpretatiu, reconeix que "l'objectivitat com un relat substancialment verídic dels assumptes públics contemporanis es troba dins de les possibilitats dels mitjans massius de comunicació, a pesar de moltes dificultats pràctiques".¹³

El que defensa el ja citat Lance W. Bennet és que l'objectivitat va nèixer com una pràctica comercial i va esdevenir aviat un "valor". Les arrels de l'objectivitat com a mercaderia han estat molt analitzades. Ho fa per exemple Herbert J. Gans, qui creu que valors com aquest influeixen més els periodistes que les seves pròpies conviccions, que deixen a casa, no només perquè els periodistes han estat acostumats a ser objectius i independents, sinó perquè la seva credibilitat i els seus talonaris depenen de la continuïtat en aquesta tònica.¹⁴ En una línia semblant raona Conrad Fink qui, tot i reconèixer que la veritat objectiva és impossible d'assolir, creu que l'esforç per aconseguir-la ha esdevingut l'essència filosòfica i comercial de les grans organitzacions periodístiques.¹⁵

Aquesta gènesi del concepte d'objectivitat i la seva consegüent mistificació amb el de veritat és descrita per Edmund Lambeth, per a qui l'obligació de l'objectivitat va emergir a mesura que la premsa política en desaparició va deixar espai lliure a una altra de comercial que servia a lectors d'antecedents i creences diverses: "Escriure objectivament sense expressar cap

¹⁰ LAMBETH, Edmund: *Committed Journalism: an Ethic for the Profession* (2ª ed.) Indiana State University Press. Bloomington, 1991 (pp.59-60)

¹¹ OLEN, Jeffrey: *Ethics in Journalism* Prentice-Hall. Englewood Cliffs, NJ, 1988

WEAVER, Paul H.: *News and the Culture of Lying. How Journalism really Works* The Free Press. Macmillan. Nova York, 1994

¹² OLEN, op. cit., p.84

¹³ MC DONALD, Donald: "Is Objectivity Possible", a MERRILL, John C. / BARNEY, Ralph D. (eds.): *Ethics and the Press* Hastings House. Nova York, 1975 (p. 87)

¹⁴ GANS, Herbert J.: *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time* Constable. Londres, 1980 (pp.182-186).

Edició original: Pantheon Books. Nova York, 1979.

¹⁵ FINK, Conrad: *Media Ethics in the Newsroom and Beyond* McGraw-Hill. Nova York, 1988

mena d'opinió hauria de servir així no solament al primitiu valor de la veritat sinó a un públic heterogeni al qual atreia l'interès comú en una versió factual de les notícies que resultava acceptable per a la majoria o per a tots. Aquest ideal d'objectivitat, que amb freqüència es substituïa com a sinònim de 'veritat', també ajudava als periodistes a les dècades dels 20 i els 30 a obtenir respectabilitat i a eliminar l'estigma de la falta de professionalisme que els havien llegat els seus antecessors. Si bé el concepte resultava útil, era inevitable que les limitacions davant de la veritat absoluta, com a càrrega per al professionalisme, fossin exposades i combatudes."¹⁶

I entre els que han exposat i combatut aquestes limitacions hi ha el ja citat Theodore Glasser, qui argüeix que l'actual tendència a cap a l'objectivitat en periodisme, paradoxalment, engendra els seus propis biaixos. Glasser defineix l'objectivitat com una "ideologia" que està vinculada a la supremacia dels fets observables i recuperables", entenent per ideologia "un conjunt de creences que funcionen com la "crida a l'acció" dels periodistes. Segons ell, tal ideologia o codi moral promou tres tipus de biaix:

- Primer, un decantament dels mitjans de comunicació en favor de l'"establishment". En el seu esforç en mantenir-se neutrals, abracen la "nova convenció" d'atribuir quotes a fonts d'informació privilegiades. A la pràctica aquestes fonts tendeixen a ser els membres prominents de la societat. L'objectivitat és conservadora, fins al punt que encoratja als reporters a convertir-se en allò que el sociòleg Alvin Gouldner en diu "managers de l' statu quo".

- Un segon biaix de la ideologia de l'objectivitat és el que hi ha contra un pensament independent. En requerir que els periodistes es mantinguin imparcials i neutrals, pot deixar d'haver "la necessitat o l'oportunitat de desenvolupar una perspectiva crítica des de la qual apreciar els fets, les qüestions o les persones que han de cobrir".

- I el tercer biaix que Glasser atribueix a la ideologia de l'objectivitat és la renúncia per part dels periodistes de la responsabilitat per allò que s'explica als mitjans de comunicació. Segons Glasser, en la mesura que segons la ideologia en qüestió "les notícies existeixen fora d'aquí" -aparentment com una qüestió completament aliena al reporter- els periodistes no se'n fan responsables. Per exemple, en aquesta ideologia el periodista no es fa responsable de la veracitat del que diu una font. En tant que és "un fet" que allò s'ha dit, el periodista pot explicar-ho amb impunitat moral, fins i tot sabent que el contingut del que es diu és fals.

¹⁶ LAMBETH, Edmund: op.cit., pp. 64-65

En una línia semblant s'expressa Ben H. Bagdikian, un altre dels més citats teòrics del periodisme d'aquest segle: "Les notícies, com totes les observacions humanes, no són veritablement objectives, sigui dit això en el sentit científic en que, per exemple, qualsevol matemàtic competent obtindrà el mateix total al sumar una mateixa columna de xifres. Les escenes humanes descrites per individus diferents són vistes de maneres diferents. Com la doctrina de l'objectivitat demanava que gairebé tot fenomen fos certificat meticulosament per una autoritat competent, l'exposició de les notícies va quedar en mans precisament de les autoritats. (...) Degut a aquesta doctrina, els periodistes van optar per dedicar-se a temes 'sense riscos', políticament neutrals, com els crims i els desastres naturals, i així s'ha vingut ajornant durant dècades l'examen intel·ligent de les causes dels successos. La doctrina de l'objectivitat, a pesar de les seves realitzacions positives, és a dir, l'acompliment de regles d'observació estrictes i la verificació dels esdeveniments físics simples, ha comportat algunes de les deficiències informatives més perniciosos".¹⁷

Les observacions de Glasser i Bagdikian són especialment pertinents en el cas de la televisió. Les condicions de producció d'aquest mitjà obliguen a simplificar enormement les formes d'exposició de les notícies. Els matisos que pot tenir un esdeveniment, sobre tot si és conflictiu, han de ser passats per alt. Tot i així, per tal que el tractament informatiu d'un fet o d'una situació siguin objectius i, sobre tot, semblin objectius, es procurarà que hi quedin representats punts de vista contraposats de forma esquemàtica i entenedora. En fer això s'haurà aconseguit efectivament una aparença d'objectivitat que tranquil·litzarà la consciència professional. Però precisament aquesta forma de presentació de les notícies les pot despullar dels replecs que les expliquen en totes les seves dimensions. El llenguatge escrit dota al periodista d'una sèrie de recursos expressius que queden fora de l'abast del llenguatge àudiovisual, més ric en uns aspectes però més sintètic en molts altres. Al periodista de ploma se li admet, fins a cert punt, una funció medidora entre l'esdeveniment i el lector que, en nom de la mateixa asèpsia informativa, li és negada al periodista televisiu. Aquesta manera de fer descansa sovint en la convicció que les imatges ja expliquen suficientment la realitat. I en nom d'aquesta creença l'anomenat periodisme interpretatiu queda desterrat dels espais informatius a la televisió. La feina de molts reporters televisius queda així limitada a instal·lar els seus aparells precisament davant d'aquells que tenen capacitat per convocar-los.

¹⁷ BAGDIKIAN, Ben H.: *El monopolio de los medios de difusión* Fondo de Cultura Económica. Mèic, 1986 (pp. 145-146)

Original en anglès: *The Media Monopoly* Beacon Press. Boston, 1983

Glasser rebla el clau de les seves objeccions dient que l'objectivitat descansa en una sèrie de procediments periodístics rutinaris que responen a unes convencions creades en el si dels mateixos mitjans. Són les convencions que el sociòleg Gaye Tuchman descriu com una mena d'estratègia per esquivar el criticisme, la mateixa mena d'estratègia social que usen els científics per defensar la qualitat de la seva feina. Per al periodista això significa entrevistes amb les fonts; i normalment significa fonts oficials amb credencials impecables. Significa juxtaposar opinions en conflicte, on les opinions són presentades com a "fets" sense parar esment en la seva validesa. Significa fer un judici sobre el valor de les notícies en base a una opinió, fins i tot si aquest judici serveix només per conferir autoritat a allò que se sap que és fals o desviat.¹⁸

No hem de perdre de vista el segon tipus de refracció que es produeix en la funció mediàtica: aquella que es produeix en el receptor i que queda determinada per les pautes perceptives d'aquest. La informació, independentment de la forma en què aquesta sigui estructurada i presentada, serà descodificada pel lector o, en el cas de la televisió, pel telespectador, d'acord amb els estereotips o les pautes de coneixement del seu àmbit cultural o del seu entorn immediat. En aquest sentit el sociòleg més representatiu de l'interaccionisme simbòlic, Robert Erza Park, situa la recepció de la notícia pel que fa als públics més o menys amplis dels mitjans de comunicació al mateix nivell que la percepció del món per a l'individu.¹⁹ El treball de Park va ser un element decisiu en la consideració dels aspectes cognoscitius del procés de comunicació i ha quedat posteriorment confirmat per una bona quantitat de treballs empírics fets en la mateixa direcció. Així, allò que els consumidors de notícies consideren "parcialitat" o "injustícia" pot ser en realitat "informació que no concorda amb la imatge de situació que ja s'han format al cervell".²⁰

Si aquest tipus de refraccions es donen en qualsevol tipus de missatge informatiu, encara és més gran (i més imprevisible) amb els polisèmics llenguatges audiovisuals que tenen grans capacitats connotatives i són susceptibles de suscitar tota mena d'emocions associades.

Però els dubtes i recels gnoseològics que pugui generar un cert concepte de l'objectivitat, no exclouen que aquesta sigui, finalment, acceptada com una actitud apreciable

¹⁸ GLASSER, Theodore L.: op.cit., pp. 181-182

¹⁹ Aquest plantejament està desenvolupat, per exemple, en un article de Park titulat "New as a Form of Knowledge" citat per SAPERAS, Enric: *Introducció a les teories de la comunicació* Pòrtic. Barcelona, 1992. Aquest llibre proporciona, d'altra part, un bon resum dels plantejaments de Lippmann i de Park.

²⁰ STEVENSON, Robert L. i GREENE, Mark T.: "A Reconsideration of Bias in the News", *Journalism Quarterly*, primavera 1980, (pp. 115-121)

en un cert sentit i a efectes pragmàtics. La comparació del problema del periodístic amb la del científic social apuntada per Lippmann i per Tuchman és vàlida també a l'hora de buscar sortides que superin el bloqueig metafísic. El mateix Glasser, un dels crítics més implacables de la idea d'objectivitat, la salva i la redefineix en un cert sentit: "La feina, aleshores, és alliberar el periodisme de la càrrega de l'objectivitat tot demostrant -de forma tan convincent com es pugui- que el reportatge objectiu és més una duana que un principi, més un hàbit mental que una norma de representació. I ensenyant que l'objectivitat és sobretot una matèria d'eficiència, una eficiència que serveix (...) només les necessitats i els interessos dels amos de la premsa, però no a les necessitats i interessos dels que escriuen i no certament les necessitats i interessos del conjunt social".²¹ Bernard Voyenne, un autèntic apòstol del periodisme ètic però crític també amb la idea d'objectivitat coincideix quasi fil per randa amb aquestes apreciacions, tot alertant dels perills que la discussió sobre l'objectivitat esterilitzi el periodisme compromès: "L'objectivitat no és mai un punt de partida, ni tampoc una conclusió, sinó una crida o, si es prefereix, una intenció".²²

Al cap i a la fi, la qüestió de l'objectivitat i la seva relació amb els grans principis de la deontologia periodística pot ser només una qüestió de paraules. Mentre uns autors alerten sobre les pegues epistemològiques del concepte, altres les obvien i usen el terme com pràcticament sinònim de cura i de rigor. En tot cas -tant si el tractament d'aquesta constel·lació d'idees es pren des d'una perspectiva crítica com si s'accepten i s'estimulen de forma entusiàstica- del que no hi ha dubte és que l'activitat periodística ha estimulat una manera de fer que assumeix una sèrie de mètodes de treball que pretenen formalitzar i explicitar en el millor dels casos la voluntat de fer un treball honest i eficient i, si més no, la pretensió d'homologar el producte resultant.

L'activitat informativa a la televisió s'ha de plantejar constantment dos problemes molt específics en relació amb la cura i el rigor. El primer d'aquests problemes -compartit en part amb el mitjà radiofònic- és la superficialitat amb què s'han d'abordar els arguments informatius per causa de la capacitat dels programes. Els telenotícies tenen una durada estàndard que només hi permet la inclusió d'un nombre limitat d'informacions. En un programa informatiu de mitja hora hi poden entrar entre quinze i vint notícies, davant del centenar que es poden encabir en un diari mig d'informació general. A la televisió cadascun dels temes es desenvolupa

²¹ GLASSER, Theodore L.: op. cit., p. 182

²² VOYENNE, Bernard: *Le droit a la information* Aubier Montaigne. Paris, 1970. (p. 86)

en un minut o dos, de manera que el guió d'un telenotícies sencer, incloses les paraules dels presentadors i els textos dels videos, podria caber en un parell de pàgines d'un rotatiu.

El segon problema és la tendència que té la televisió d'espectacularitzar les notícies. De fet és més que una tendència: per a les televisions que han de sobreviure en un mercat competitiu és una necessitat fins a cert punt inexcusable. Aquesta servitud, si és que se'n pot dir així, condiciona el rigor tant en la tria de les notícies (sobre la qual, per cert, els codis deontològics rars vegades es pronuncien) com en la forma de presentar la informació.

D'altra part, la capacitat que té el mitjà televisiu per arribar a un gran nombre d'espectadors és una constant temptació perquè les empreses o les corporacions que en tenen el control vulguin intervenir en el procés informatiu a càrrec del rigor i la cura periodístics. Edward Jay Epstein, que ha explorat "la lògica i les regles que perfilen les notícies a la televisió", es mostra convençut que molts dels biaixos que hi ha als noticiaris no provenen dels decantaments personals dels professionals que treballen a les organitzacions sinó d'aquestes mateixes. Tot i que els diaris i revistes també tenen les seves desviacions, Epstein suggereix que "la informació a la televisió és el cas més clar d'un procés en què la realitat és sistemàticament reconstruïda per part de les organitzacions".²³

A efectes analítics aquest apartat del tesaurus està subdividit en els següents ítems:

- **Precisió i exactitud.** El primer i fonamental grup de normes d'aquest ítem és el destinat a proscriure la difusió de notícies falses. Així mateix s'hi inclou la preocupació per la justesa de les dades aportades i els procediments establerts per a la seva verificació.

- **Tria, esment i fiabilitat de les fonts.** Molts aspectes de les relacions genèriques amb les fonts es desenvoluparan en el marc del principi de llibertat. Aquí s'especificaran les al·lusions que els codis fan a les fonts en el tractament immediat de la informació i en tant que són citades com elements de credibilitat.

- **Contextualització i aprofundiment de la informació.** Dir la veritat no és tan sols subministrar dades precises. Com s'ha vist en l'apartat dedicat genèricament al principi de veracitat, molts mitjans declaren explícitament el seu compromís amb la recerca de tots aquells aspectes significatius de la realitat circumdant. Aquest ítem recollirà tots aquelles especificacions dels codis fetes en aquest sentit.

²³ Epstein va fer una anàlisi de com són seleccionades i tractades les notícies a la televisió. Veure EPSTEIN, Edward Jay: *News from Nowhere* Random House. New York, 1974. També: EPSTEIN, E.J.: "Organizational Biases of Network News Reporting", a ABEL, Elie (ed.): *What's News* Institute for Contemporary Studies. San Francisco, CA, 1981.

- **Difamació i libel.** Aquests conceptes poden ser vistos com un cas especial d'inexactitud. Si es tracten en un ítem independent és perquè solen estar contemplats -al costat del d'injúria- en el marc jurídic en el qual operen les respectives televisions (veure 3.1.2.) i això els atorga un perfil especial. La formulació legal de cada estat i la corresponent jurisprudència ha determinat fins a quin punt la falsedat de la informació és una condició "sine qua non" perquè hi hagi una o altra tipificació com a delictes.

- **Rectificacions.** Per una o altra raó, la falsedat informativa pot produir-se. En aquest cas també és freqüent que la llei prevegi els procediments que existeixen per forçar a un mitjà de comunicació a fer la corresponent esmena. Però, independentment d'això, el principi de veracitat obliga èticament al mitjà a rectificar.

4.2.1.1. Precisió i exactitud

En qualsevol transvasament d'informació (tant si considerem aquesta com una simple entitat física com si la considerem com quelcom proveït de significació) es produeix una pèrdua. Cada sistema de comunicació pot tenir procediments per procurar minimitzar aquesta minva o, dit d'una altra manera, per aconseguir que la informació essencial arribi amb la màxima fidelitat als seus destinataris. En el marc de la comunicació social, les activitats divulgatives troben dificultats especials per aconseguir un equilibri satisfactori entre la intel·ligibilitat del missatge i el manteniment de la seva integritat. D'una altra part, aquesta fidelitat és una magnitud que ha de competir amb unes altres dues característiques de la tasca periodística com són la celeritat i la varietat temàtica. Les maximitzacions de cadascuna de les tres són finalitats que s'exclouen mútuament. Això equival a dir que la gran pressió que existeix a la televisió per aconseguir una gran immediatesa de la informació i la demanda d'un tractament molt generalista de l'actualitat són circumstàncies que dificulten constantment l'exactitud de les dades que s'ofereixen.

Naturalment la constatació que sempre existiran problemes de fidelitat, apart de ser un bon estímul de la virtut de la modèstia professional, no pot convertir-se en un pretext perquè els periodistes i les empreses no assumeixin l'obligació de ser el més exactes possibles a l'hora de confegir la informació. Però cal tenir en compte que la tasca diària de la televisió informativa es realitza habitualment sota una gran pressió de temps, i això pot propiciar en certs casos la no observança de regles fonamentals del periodisme curós.

Òbviament la primera i fonamental regla periodística en aquest capítol és que les notícies no poden ser inventades. A la història de l'exercici professional, tanmateix, hi ha casos proverbials d'aquest tipus de transgressions. Un d'aquests casos, que en el periodisme nord-americà són anomenats "hoax" (innocentades) és el d'una notícia publicada al "New York Sun" l'any 1835 i que va suposar en aquella època un tiratge rècord per a aquell rotatiu: el descobriment d'unes criatures alades semblants als homes que habitaven a la lluna.²⁴ Però potser el cas més citat és el de la reportera del Washington Post a qui li va ser retirat un premi Pulitzer quan es va demostrar que la història de vida d'un nen de vuit anys drogoaddicte era només una ficció literària (cas que serà referit de forma més precisa a 4.2.4.).²⁵

²⁴ Veure GOODWIN, H. Eugene: *A la búsqueda de una ética en periodismo* Gernika. Mexico, 1987 (p. 223) Versió original: *Groping for Ethics in Journalism* Iowa State University Press. Ames, IA, 1983.

²⁵ Veure per exemple GOLDSTEIN, Tom: *The News at Any Cost. How Journalists Compromise their Ethics*

A la televisió els casos d'invenció total i absoluta d'una notícia són molt rars perquè l'acompanyament d'imatges dificulta l'engany, i perquè normalment els muntatges fraudulents haurien d'implicar massa gent. Tot i així s'han produït també casos que han transcendit a l'opinió pública, com és el descobriment que les imatges del cormorà empastifat per la taca marea negra els dies de la Guerra del Golf corresponien en realitat a l'accident d'un petrolier esdevingut un parell d'anys abans.

Són pocs els codis que es refereixen expressament a les notícies falses, possiblement perquè el bandejament d'aquestes es pressuposa. Sí que ho fa el codi de la SRC que, tot invocant les disposicions legals al respecte i la pròpia reglamentació interna, prohibeix la publicació intencionada de qualsevol informació falsa o que pugui causar perjudici a l'interès públic (sense que la manca d'intencionalitat eximeixi d'altra part de les corresponents responsabilitats legals).²⁶

En força codis es troben requeriments de cenyir-se estrictament als fets. Aquest tipus de referències es localitzen sobre tot en capítols específics sobre determinades informacions que per les seves característiques es presten a les disquisicions fora de lloc, tal com cobertura d'accidents o de disturbis. I en alguns casos van acompanyades de l'advertència que cal distingir entre els fets i els rumors.²⁷ Respecte als rumors, se'n troben poques referències més: alguns fugissers esments fets a propòsit del terrorisme en els codis de l'ABC, la CBS i la BBC. És una absència que cal destacar si es té en compte que la prevenció contra els rumors és un aspecte molt present en l'àmbit deontològic de la professió periodística.²⁸

to *Shape the News* Simon and Shuster. Nova York 1986 (pp. 9-12)

²⁶ Le Code criminel interdit également de publier volontairement et sciemment une information fautive qui cause ou est susceptible de causer du tort à l'intérêt public. Les règlements du CRTC stipulent qu'un titulaire de licence ne doit pas diffuser de nouvelles fausses ou trompeuses. Il faut noter que l'on peut considérer qu'il y a eu infraction au règlement même si le diffuseur n'avait pas d'intention criminelle et ne savait pas que l'information était fautive. (*SRC V. Diffusion de fausses nouvelles*)

²⁷ All news is to be based on fact and shall be impartial in presentation. (*NAB 31*)

Concentrate on the Facts. (*BBC 1*)

Do not confuse rumour and fact (...) (*BBC 85*)

We would rather miss a story than mis-report it. Use bulletins with care. Remember the difference between rumor and fact. (...) (*ABC II.8.11*)

Do not report, as factual, rumors (for example, of sniping), "eyewitness" reports or statements by participants unless and until their accuracy has been separately and authoritatively confirmed. (*CBS Demonstrations...*)

Alguns codis mostren també la seva preocupació per la intel·ligibilitat de la informació. És aquest un aspecte pragmàtic del principi de veracitat: de res no serviria l'exactitud i la precisió si les dades que ofereixen les notícies no poden ser degudament compreses per als seus destinataris. Així, el codi japonès demana claredat expositiva tant en les expressions escrites com en les orals.²⁹ I, per la seva part, el codi de la BBC dedica una paràgrafs a certes qüestions estilístiques (remetent d'altra part a normes d'estil de què disposa la cadena): en aquest cas posa especial èmfasi en el que anomena "llenguatge inflat", en la mesura que certes expressions poden restar rigor a la informació.³⁰

Pel que fa a l'obligació de verificar les informacions, els codis en fan força referències. Molts mitjans de comunicació tenen com a norma la necessitat de contrastar les informacions compromeses al menys amb dues fonts, un hàbit que es va fer cèlebre en les investigacions dels periodistes del Washigton Post sobre l'afer Watergate. Però entre els codis analitzats només trobem aquesta explicitada aquesta quantificació en el codi de la NBC.³¹

De vegades és el mateix zel informatiu, el desig d'oferir una notícia de forma immediata el que pot fer passar la norma de la verificació. Tanmateix, la contrastació de totes les notícies es considera una rutina bàsica del periodisme solvent. Aquesta és una responsabilitat important dels encarregats de l'edició dels programes, donat que els reporters poden deixar-se portar més fàcilment per un entusiasme desmesurat davant d'una exclusiva. El codi de la SRC estableix la inclusió del deure de verificar entre els hàbits del periodisme de qualitat.³²

²⁸ Sobre aquest tema una referència clàssica és SHIBUTANI, Tamotsu: *Improvised News: a Sociological Study of Rumor* The Bobbs-Merrill Co. Indianapolis, 1966. (Aquest llibre es centra especialment en la transmissió de rumors després de l'assassinat de Kennedy l'any 63).

²⁹ Words, expressions both written and spoken should be such as to be readily understood by the audience. (NAB 43)

³⁰ Broadcasting does not need overblown language. Plain, simple and direct words serve our purposes without resort to strident or 'pushy' terms. Simple language is often fairer, too.

* Were people really 'summoned' to a meeting? Perhaps they were just 'called', or even more mildly, were 'asked' to come.

* 'Probe' should usually give way to 'investigate' or 'examine'.

* Instead of 'crucial' try 'important'.

* We should follow good, ordinary speech in saying 'attempt' or 'try' rather than 'bit'.

* 'Secret' is usually enough; 'top secret' is too much too often.

* We tend to report too many 'clashes' especially at Question Time in the Commons.

* Request' is usually better than 'plea'.

Many more examples are given in various BBC newswriting guides. The general point is that for normal purposes in speech on television and radio ease of expression conveys meaning best. (BBC 48)

³¹ Two sources for the same information are preferable. (NBC III. A)

³² La Société Radio-Canada exige pour ses émissions une recherche de grande qualité, soumise à

Els codis expressen en diferents àmbits la importància del rigor pel que fa a certes dades. Per exemple, els de la CBS, l'ABC i el de la SRC mostren una especial preocupació per la comptabilitat dels participants en les manifestacions i alerten sobre les informacions inexactes que provenen de fonts interessades.³³ Per la seva part el de la BBC també especifica la importància de la verificació en el capítol sobre accidents.³⁴

Un altre aspecte de la precisió numèrica és la difusió d'estadístiques. El codi de la BBC és el que d'una manera més exhaustiva desenvolupa aquesta qüestió. Ho fa amb un exemple típic de la informació econòmica, les dades periòdiques sobre l'atur: tot una sèrie de nombres sobre la mateixa matèria poden ser certs considerant-los separadament però presenten en conjunt un aspecte confós i contradictori. A partir d'aquí s'estableixen extenses recomanacions sobre els següents punts:

- La necessitat d'oferir un context interpretatiu per a les xifres que superi les presentacions interessades per part de les fonts, siguin aquestes governamentals o d'un altre caràcter. Així, cal donar les xifres conjuntament amb una explicació de la tendència que marquen. Això en molts casos voldrà dir seleccionar unes dades comparatives que siguin realment útils en cada cas.

- Cal que per descriure les fluctuacions estadístiques s'usi un llenguatge molt rigorós. No és pas el mateix dir que l'atur té el "més alt" nivell des de la guerra que dir que té el "pitjor".

Redactors i editors han de buscar la manera més neutral d'explicar els fets bàsics, amplificant el

une surveillance et un soin éditoriaux attentifs. Une erreur, minime en soi, peut porter atteinte à la crédibilité d'une émission entière. Dans le domaine des sciences sociales, celui de presque toutes les affaires publiques, toute recherche implique, de façon explicite ou implicite, d'exposer une hypothèse et de la vérifier. L'hypothèse de base d'un projet d'émission doit passer l'épreuve de la recherche parce que, si elle n'était pas vérifiée ou remise en question, le projet aurait une orientation éditoriale dans sa structure même. *(SRC II. Recherche)*

Pour écarter le risque d'être entraîné à des affirmations inexactes ou partiales, le journaliste doit vérifier soigneusement la véracité de ses sources et obtenir des témoignages de sources appropriées pour corroborer les premières. *(SRC IV. Journalisme d'enquête)*

³³ Do not broadcast a report of a disturbance until the seriousness of the situation, the extent of damage and the number, intensity and mood of the participants have been appraised cautiously and with restraint. *(CBS Demonstrations...)*

Accounts by participants should be treated with caution, and, if used at all, verified by other sources. (...) Attribute statements, crowd estimates, etc., very carefully. *(ABC II.8.2)*

(...) Accounts by participants and self-appointed leaders who in fact represent only themselves should not be accepted at face value. Even eye-witness reports can be wrong. *(BBC 85)*

³⁴ Beware of Hoaxes. (...) Unless the source is impeccable and unmistakably recognised make checks. *(BBC 1)*

seu significat quan el temps ho permeti i reflectint les diverses interpretacions que en facin les parts interessades.

- Es recomanable dedicar un temps generós d'antena per oferir les estadístiques d'una manera intel·ligible. Quan el temps sigui escàs, caldrà fer igualment esforços perquè tant redactors com conductors presentin les dades de la manera més objectiva possible. Pot convenir l'assessorament d'especialistes.

- Els gràfics ajuden, a la televisió, a entendre millor les xifres complicades. Poden ajudar a visualitzar les tendències. Però també tenen certs perills: els gràfics han de fer-se amb unes coordenades correctes i amb elements que resultin claríssims perquè si no poden resultar perdedors i desinformatius.³⁵

Finalment cal consignar la gran preocupació que demostren alguns codis per la precisió en la difusió de les dades relatives a enquestes d'opinió pública.³⁶ Dedicuen a aquesta qüestió extensos apartats cinc dels codis analitzats: els tres dels Estats Units, el de la SRC i el de la BBC.³⁷

Alguns dels codis expliquen succintament què són les enquestes d'opinió, i el de la BBC fins i tot n'explicita alguns tipus: les tradicionals fetes cara a cara amb una mostra àmplia i representativa; les telefòniques, amb els perills de desviacions metodològiques; els "panels", que tenen certs riscos d'un condicionament dels participants, etc. Hi ha coincidència en que les enquestes són una excel·lent eina de recerca però que planteja dificultats tècniques que cal saber conèixer i valorar (ABC, SRC, BBC, RAI). El codi canadenc subratlla que les enquestes poden tenir finalitats molt diferents i també obeir a interessos de diferent ordre, fet que altres codis també indiquen de forma implícita. Per la seva part la BBC s'estén especialment en la descripció dels marges d'error que poden tenir les enquestes, i esmenta en concret el cas dels sondejos electorals i els problemes de fiabilitat que es deriven del grup de gent que no sap o no vol contestar.

La majoria de les cadenes contempnen tant la possibilitat de promoure enquestes pròpies com la d'encarregar-les a instituts d'opinió aliens i expressen de diferents maneres la

³⁵ Aquests punts són un resum esquemàtic de les extenses consideracions que es poden trobar a *BBC 75*

³⁶ L'anomenat "periodisme de precisió" ha potenciat la importància d'una correcta interpretació de tota mena de documents que inclouen dades estadístiques. I'en els últims anys s'ha donat especial importància al treball amb les enquestes d'opinió. Sobre aquesta qüestió veure, per exemple, WILHOIT, G.C. / WEAVER, D.H.: *Newsroom Guide to Polls & Surveys*, American Newspaper Publishers Association. Washington, D.C.

³⁷ Veure: *ABC II.20 / CBS Reporting on Polls or Surveys* (norma afegida el 17-4-78) / *NBC V.E / SRC II. Sondages / BBC 46 / RAI 3.22.*

importància que en qualsevol cas es facin amb les garanties tècniques necessàries. S'assenyala que es tracta d'una feina altament especialitzada que no tothom està capacitada per fer (ABC) i/o que s'ha de fer un seguiment periòdic de les empreses especialitzades per assegurar la credibilitat (CBS). S'apunta la necessitat que les enquestes encarregades estiguin fetes d'acord amb les normes ètiques del sector de la investigació de mercat (BBC). Si es considera la possibilitat de difondre una enquesta feta per una organització no suficientment acreditada els experts hauran de determinar si la fiabilitat és suficient per al cas concret (NBC). Tal fiabilitat passa, entre altres coses, per conèixer qui ha fet l'enquesta, la mida de la mostra i el marge estadístic d'error (ABC) o també per disposar d'altres referències tècniques i d'instruments suficients d'interpretació (SRC).

Per descomptat a les enquestes de producció pròpia se'ls exigeix també màximes garanties científiques. A aquests efectes es remarca que, apart de la correcta factura tècnica pel que fa a la mostra utilitzada, s'ha de vetllar per una acurada formulació de les preguntes (ABC) o que el procés de preparació, el treball de camp i la interpretació haurà de comptar amb el seguiment del corresponent departament de la cadena (SRC).

En alguns del codis s'assenyala quin tipus d'enquestes han de ser rebutjades o que certes pràctiques han de ser mirades amb les degudes prevencions. Es rebutgen -amb esment exprés o tàcitament- aquelles que no tenen caràcter científic. Això en algun cas es proscriu de forma més concreta al·ludint a les enquestes fetes al carrer de forma atzarosa o les que tenen com a mostra l'audiència d'un programa concret (NBC). O bé si s'admet la promoció d'aquesta mena de sondejos és advertint que, en donar-ne els resultats, s'ha d'especificar molt clarament que no han estat fets amb tècniques científiques i que, en conseqüència, no se'ls pot atribuir valor com a representatives d'estats d'opinió (SRC, RAI).

Tot una altra sèrie de normes incloses en aquests apartats fan referència a la forma com han de ser difoses les enquestes. Hi ha una total coincidència en la necessitat de fer conèixer les condicions tècniques en què s'ha fet l'enquesta, al menys quan aquesta té protagonisme informatiu. En tots els casos s'assenyalen com molt importants les dades bàsiques sobre quina entitat ha fet l'enquesta, l'època en què s'han fet les entrevistes, la mida de la mostra i el marge d'error estadístic que tenen els resultats. Però aquest últim aspecte per un parell de cadenes (CBS i SRC) només el consideren imprescindible quan els resultats oferts voregin realment el marge d'error. Així mateix s'assenyalen altres aspectes de la difusió dels quals cal tenir cura: explicació suficient del conjunt d'allò que s'ha preguntat a l'enquesta i no només d'alguns dels

seus aspectes si aquests no es poden interpretar correctament sense tenir en compte els altres (ABC); esment de si l'enquesta ha estat promoguda o encarregada per algun grup significatiu (CBS, NBC, BBC, RAI) i molt especialment si es tracta d'un partit o d'un sector social amb filiació política (SRC); extensió en elements contextuals o interpretatius o en totes les explicacions que siguin necessàries perquè les dades no puguin ser mal interpretades (ABC, BBC); ajut de gràfics que siguin senzills d'interpretar i que, d'altra part, estiguin fets amb escales que no desorientin (BBC); prohibició o recomanació de divulgar enquestes en els dies anteriors a les convocatòries electorals (SRC, RAI).

Totes les cadenes que es refereixen al tema citen també la importància de comptar amb experts de dins o de fora de l'empresa que puguin contribuir tant a assegurar que el disseny dels sondejos d'opinió és correcte com que es fa una interpretació vàlida de les dades resultants. Algunes cadenes esmenten l'existència de departaments especialitzats en el si de la pròpia empresa (ABC, CBS, BBC).

4.2.1.2. Tria, esment i fiabilitat de les fonts

El tema de les fonts d'informació és tractat en el tesaurus d'aquesta tesi des de dues perspectives. Una d'elles és la relació habitual que els periodistes i, en general, els mitjans mantenen amb les seves fonts informatives (veure 4.4.2). Aquest aspecte està inclòs dins de l'àmbit del principi de llibertat perquè l'estil i les característiques d'aquella relació poden condicionar en major o menor mesura la independència professional. Aquí, i dins de l'àmbit del principi de veritat, es recull un altre vessant: la importància que té per a la integritat del producte informatiu la identitat i la identificació de les fonts a partir de les quals ha estat elaborat.

Carl Hausman, ja citat en apartats anteriors, fa una comparació entre el periodista i l'historiador i planteja en tres punts la necessària reflexió sobre la validesa de les fonts usades per l'un i l'altre.³⁸

a) La capacitat d'una font de dir la veritat. No totes les fonts informatives tenen el mateix grau de fiabilitat. La dificultat de tenir una visió objectiva dels fets i dels fenòmens afecta tothom en major o menor grau, i cal avaluar quin és el grau de deformació o de minva informativa que cada font proporciona atenent al seu grau de coneixement de la matèria i del seu grau d'implicació. El testimoni d'un petit accident pot trobar que aquest és "horrible" si no està acostumat a veure coses que mereixin tal qualificació. Cal prevenir-se, doncs, contra la fal·làcia del testimoni: "ho vaig veure amb els propis ulls". Hi ha estudis empírics que han demostrat que la percepció directa no és sempre fiable i que pot estar molt condicionada per diverses circumstàncies.³⁹ I a part dels problemes d'apreciació, hi ha els d'implicació. Probablement no es podran considerar massa fiables les fonts que demanen la cobertura informativa d'una manifestació, d'una vaga o de qualsevol esdeveniment en el qual hi estan involucrades. Alguns historiadors han parlat, referint-se a aquest fenomen de la "síndrome del camp de batalla".

b) La voluntat d'una font de dir la veritat. Tant l'historiador com el periodista han d'avaluar -i el periodista ho ha de fer molt de pressa- aquesta magnitud. Cal tenir aquí presents

³⁸ HAUSMAN, Carl: op.cit., pp. 38-40.

³⁹ Un dels més clàssics d'aquests estudis, fet el 1954, és de Hastorf i Cantrill. El cita LOFTUS, E.F.: *Eyewitness Testimony* Harvard University Press. Cambridge, Mass. 1979. Descriu l'apreciació de les faltes comeses en un partit de futbol americà entre les universitats de Princeton i de Dartmouth. Els estudiants respectius van valorar-les de maneres molt diferents.

moltes de les consideracions fetes a 4.2. sobre els conceptes de veritat, mentida i engany. Aquests, independentment de la valoració moral que se'n vulgui fer, formen part de les interaccions socials i s'han de tenir presents. Cal reconèixer que els mitjans de comunicació solen tenir el sostre de vidre pel que fa a l'engany. Per més que s'estableixin mecanismes de verificació, si algú s'ho proposa pot confondre un periodista -o tota una organització periodística- amb una relativa facilitat. Aquest és un terreny molt relliscós, perquè els mitjans més aviat tendeixen a fer creure el contrari, que estan "blindats" contra l'engany, i això no és pas així.⁴⁰ El que sí que és cert és que qui vulgui enganyar una televisió haurà de comptar amb una capacitat major de "posar en escena" la seva mentida. Precisament per això aquest mitjà ha d'estar encara més alerta: si les imatges "demostrin" que un fet és cert, la mentida que arriba al públic pot ser o semblar encara més gran.⁴¹ Aquest és certament un terreny molt relliscós: ¿per quines raons es dona credibilitat o no a una font? Hi ha un costum, un coneixement, uns antecedents dels fets... Però aquesta és una matèria molt difícil de precisar als codis d'ètica.

c) Diferenciació entre un document i un instrument. Un document és allò que descriu, i només descriu. Està fet sense una intencionalitat, sense una agenda amagada, i no existeix per cap altra raó que la d'informar. Un instrument, en canvi, té un propòsit diferent al de descriure o informar. L'instrument té un propòsit persuasiu i resulta doncs un perill potencial pel rigor de qualsevol informació. El periodista, com l'historiador, ha d'acostumar-se a distingir clarament una cosa de l'altra, i fins i tot ha de comptar amb els coneixements que li permetin esbrinar, dins del possible, quan una cosa es fa passar per l'altra. Això pot resultar més senzill

⁴⁰ L'autor d'aquesta tesi en una ocasió va editar i va presentar en un espai informatiu de TV3 un reportatge sobre un gos que havia caminat més de 200 quilòmetres per retrobar la seva propietària...que acabava de morir. A la informació es veia, efectivament, el gos. I hi havia declaracions sobre els responsables d'una protectora d'animals. Alguns diaris importants havien publicat ja la vigília reportatges extensos sobre el tema. Però al cap d'una setmana el setmanari "La Marxa" de Vic va treure a les seves pàgines centrals una doble pàgina on s'explicava que tot plegat havia estat una notícia prefabricada i inventada per la mateixa revista. I allò que més s'hi destacava era que la televisió "també" havia caigut al parany.

⁴¹ Com és relativament lògic, els mitjans no són gaire propensos a reconèixer les seves pròpies misèries en aquest sentit. Tot i així, existeixen casos clàssics alguns dels quals són explicats per GOODWIN (op.cit., pp. 234 i 235). Hi ha, per exemple, la informació sobre les pastilles "escarabat", un fàrmac meravellós, publicada a gairebé 175 diaris, i inventada de dalt a baix per Joseph Skaggs, un professor de Periodisme de l'escola d'Arts Visuals de Nova York i admirador de Franz Kafka. Un altre cas és el de la història, recollida per alguna agència d'abast internacional, d'un multimilionari que buscava una violinista que havia sentit al carrer per fer un concert al Carnegie Hall. En aquesta ocasió, tanmateix, no es tractava d'un engany total donat que la violinista existia realment: el concert ja estava preparat i es tractava d'enginyós mètode de promoció.

quan els documents o els instruments són objectes físics (un informe, un dossier...), però és força més complicat quan es tracta de les declaracions directes d'algú.

Altrament, pel que fa a la selecció de les fonts que han de bastir una informació, cal tenir presents dos biaixos típics: el d'accessibilitat (cal conjurar el perill de triar només les fonts que es tenen més a mà) i el de representativitat (cal mirar molt bé si les persones que parlen responen bé als punts de vista sobre els fenòmens que tractem de descriure). Aquests dos perills són especialment grans a la televisió donades les condicions de producció en què opera el mitjà.

Fins aquí s'ha fet referència a la fiabilitat de les fonts usades. Però hi ha també una altra qüestió important a plantejar-se: ¿quan i com s'han d'explicitar aquestes fonts? El públic dels mitjans informatius té l'expectativa que les fonts siguin revelades. I, en principi, la pràctica periodística segueix aquesta norma com una manera d'atorgar credibilitat al contingut de les notícies. Només l'assoliment d'un bé major o l'evitació d'un dany important són arguments de caràcter utilitarista que poden fer aconsellable en determinades circumstàncies l'ocultació de les fonts. "La font anònima -diu Culberston- ha estat nomenada una vàlvula de seguretat per a la democràcia i un refugi per a la consciència, però també una crossa per als reporters mandrosos o poc curiosos".⁴² Existeix, doncs, en la pràctica periodística, com a la pràctica científica, una convicció molt arrelada que la norma general ha de ser citar les fonts informatives. Això fa que en molts codis i llibres de normes aquesta conducta es doni per descomptada, de manera que el que s'hi fa és més aviat contemplar especialment la casuística relativa a la possibilitat contrària: el manteniment d'una font en l'anonimat. La normativa que els codis contemplen a aquest respecte serà analitzada a l'ítem corresponent al secret professional (veure 4.4.2.4.).

Respecte a la manera de citar les fonts, cal tenir present un aspecte específic dels mitjans audiovisuals. La diferenciació que en el periodisme escrit es pot fer entre cites directes i cites indirectes existeix també a la ràdio i la televisió, però amb una algunes peculiaritats expressives que convé tenir en compte. Les cites indirectes es fan de la mateixa manera que a la premsa. Són les cites que queden integrades en el text bàsic i que s'introdueixen amb frases del tipus "segons ha dit X" o "X ha informat que...". Però les cites directes, les que en un text escrit reproduïxen exactament les paraules que la font i que solen escriure's entre cometes o

⁴² CULBERSTON, Hugh M.: "Leaks. A Dilemma for Editors as Well as Officials", *Journalism Quarterly*, 57, tardor 1980 (pp. 402-408)

amb alguna diferenciació tipogràfica, a la ràdio i a la televisió es converteixen en els anomenats "talls" o "insercions", és a dir, petits fragments de les manifestacions fetes per les persones entrevistades i que es seleccionen perquè són útils per l'estratègia narrativa o significatius d'uns estats d'opinió.

Pel que fa al primer tipus de cites, les normes (i els dubtes) seran lògicament similars i comparables als que té qualsevol altre mitjà d'informació. En principi es considera preferible, en favor de la credibilitat, atribuir de la manera més precisa possible la cita esmentada. És lògic que es consideri preferible dir el nom i la referència més clara de la persona citada. Però si això no és possible per alguna raó de pes, serà millor dir "un membre del Tribunal Suprem" o "un portaveu de l'oficina de..." que no pas parlar d'una font anònima.⁴³ Pot succeir, això sí, que a la televisió hi hagi més tolerància per l'omissió de fonts quan es tracti d'assumptes menors per causa de l'economia del llenguatge. Però també és cert que (en part per aquesta mateixa raó) no hi ha tanta tendència a explicar dades que requereixin la cita de fonts específiques.

Respecte a l'altre tipus de cites, és a dir, els fragments d'entrevistes, hi ha una altra mena de consideracions a fer. En circumstàncies normals, aquí no hi ha problemes d'identificació: si es tracta d'una persona que ha parlat normalment davant de la càmera és que existia la seva conformitat palesa perquè es fes ús de les seves declaracions i que li fossin atribuïdes (una altra qüestió és en qualitat de què ha fet les declaracions aquella persona, però aquest aspecte de la qüestió el deixarem aquí de banda perquè no és, en principi, un afer deontològic).

Ara bé, també en aquest cas és possible una petició d'anonimat per part de la persona que ha parlat. I aleshores sorgeix el dubte: ¿en quines circumstàncies i sota quines condicions s'haurà d'acceptar oferir unes imatges on es senti a la persona però no se la veu? Existeixen diversos sistemes gràfics per fer la dissimulació de la identitat: el contrallum que aombra la cara, el pla d'escorç o d'esquena, l'efecte "mosaic" que difumina el rostre, etc. Així mateix hi ha la possibilitat tècnica de distorsionar el so de manera que ni tan sols la veu de la persona que parla sigui identificable. És evident que aquest tipus de pràctiques són molt més singulars

⁴³ L'editorial del Washington Post del 12 de febrer de 1969 feia la següent descripció de l'"arbre genealògic" de les fonts (citada per John L. Hulteng a *The Messenger's Motives* 2ª ed. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, N.J., 1985 (p. 79): "Walter i Anna Font (de soltera, Rumor) tenien quatre filles (Privilegiada, Autoritzada, Fidedigna i Solvent). La primera es va casar amb un diplomàtic anomenat Digne de Crèdit (els germans De Crèdit són àmpliament coneguts i citats; entre els més coneguts hi ha Casa Blanca, Departament d'Estat i Congrés). El cunyat de Walter Especulació, Ian Rumor, es va casar amb Alexander Conjectura, de qui va tenir dos fills, Es Pensa i Es Creu. N'Es Creu acaba d'entrar a treballar al Departament de Justícia, on estarà lucrativament empleat per quatre llargs anys."

que la pura omisió del nom d'una font a la premsa: més aviat el que fan es subratllar l'anonimat d'aquella font i, en certs casos, contribueixen fins i tot a espectacularitzar la informació. Això vol dir que l'estimació de les circumstàncies en què s'han de dur a terme ha de fer-se de forma molt prudent. Una vegada més, es tracta aquí de posar a la balança la credibilitat i altres valors com la privadesa, la seguretat de les persones o, senzillament, la disponibilitat de la informació. Aquí hi tindrà un paper important el crèdit ja aconseguit pel mitjà. Una televisió que en una determinada ocasió vol ocultar una font potser s'ho pot permetre precisament perquè fa ús del crèdit que li atorga la seva audiència. Però si de forma sistemàtica ofereix informacions amb ocultació de les fonts, aviat dilapidarà aquest crèdit.

Els codis analitzats contenen nombroses referències a les fonts informatives, però s'hi troben poques al·lusions a llur selecció i fiabilitat. Cal suposar que això es dona per sobreentès quan es parla, més genèricament, de rigor i cura. La cita més explícita en aquest sentit és la que fa la NBC, en el codi de la qual tot el que fa referència a fonts està aplegat sota un mateix epígraf. S'hi demana que es facin tots els esforços possibles per verificar la cura i la significació de les informacions proporcionades per les fonts.⁴⁴ També el codi de l'ABERT es refereix a la necessitat que s'usin exclusivament fonts fidedignes.⁴⁵ El codi de la SRC inclou una menció de la fiabilitat de les fonts en l'epígraf dedicat al periodisme d'investigació, que ha de conjurar molt especialment el risc de caure en afirmacions inexactes o parcials.⁴⁶ I el de la BBC és el que concreta més les prevencions sobre la fiabilitat de les fonts en recordar que fins i tot els testimonis oculars dels esdeveniments poden equivocar-se en les seves apreciacions.⁴⁷

⁴⁴ Every reasonable effort must be made to verify the accuracy and significance of news information furnished by sources. NBC News should be satisfied, before the broadcast of such source material, that the information is factual and newsworthy. (*NBC 3.A*)

⁴⁵ Las emisoras solamente difundirán noticias procedentes de fuentes fidedignas (...) (*ABERT IV. 19*)

⁴⁶ Pour écarter le risque d'être entraîné à des affirmations inexactes ou partiales, le journaliste doit vérifier soigneusement la véracité de ses sources et obtenir des témoignages de sources appropriées pour corroborer les premières (*SRC IV. Journalisme d'enquête*)

⁴⁷ * Eye-witnesses to complicated events, especially when the events are also short-lived, should not be taken as or portrayed as unquestionably reliable. Even trained observers will differ.

* An uncorroborated assertion by an eye-witness should clearly be presented as that.

* Any witness whose identity is not known and who will not make observations 'on the record' should be treated very sceptically, no matter who represents them. (*BBC 21.3*)

Pel que fa a la cita de fons, la major part dels codis coincideixen a subratllar que l'esment explícit de les mateixes contribueix a conferir credibilitat a la informació. La CBS, en un epígraf dedicat a la identificació de fons, fa una llarga "exposició de motius" on es relaten les reflexions acumulades respecte a l'ús de fons anònims i als compromisos que poden assumir en aquest sentit els periodistes i la pròpia cadena (aspectes aquests que seran desglossats a l'ítem corresponent al secret professional: veure 4.4.2.4.). Però en tot moment insisteix en què la tendència ha de ser la de donar les màximes referències possibles respecte a les característiques de la font i al tipus d'interessos que aquesta pot tenir en la matèria sobre la qual versa la informació que proporciona.⁴⁸ La NBC cita la credibilitat entre els factors que han de determinar l'atribució de fons.⁴⁹ L'ABC reclama que es facin els màxims esforços per citar les fons. I quan malgrat tot s'hagi d'acceptar la confidencialitat, s'hauran de tenir presents i s'hauran de compensar els biaixos informatius a què aquesta circumstància pugui donar lloc.⁵⁰ La BBC es reserva també la possibilitat de mantenir l'anonimat de les fons quan les circumstàncies ho aconsellin, però demana que la "majoria" de les persones que apareixen als programes han de ser identificades.⁵¹ El codi de la SRC, en una línia molt similar als anteriors, considera que el coneixement de la identitat de les fons és una garantia per al públic: si aquella queda en secret o és dissimulada (cara tapada, veu desfigurada, etc.) augmenten els riscos de declaracions irresponsables.⁵² El codi de la NAB determina en diversos articles que

⁴⁸ Where the use of an anonymous source is necessary, as much information as possible about the nature of the source should be provided to the audience, assuming, of course, that this information would not lead to disclosure of the source. Where the source may have a vested interest in the matter to be reported, it is especially important that information be provided as to the nature and/or motivation of the source. *(CBS Identification of sources)*

⁴⁹ In assessing source information, among the factors that must be considered are: 1) the source's general reputation for credibility. 2) the possibility of prejudice or other improper motivation. *(NBC III.B)*

⁵⁰ Too often, however, confidentiality is casually granted especially in Washington and other capitals where the official leak is a way of life. We recognize that our efforts alone cannot change this practice. But we must make every effort to place sources on the record. Even when confidentiality is accepted, we must make as clear as possible the bias or perspective from which the person is speaking and seek out those with other or different points of view. *(ABC II.7)*

⁵¹ Most people who appear in BBC programmes will be identified. This accords with the tradition of an open exchange of information and views and is an important part of accountability. But there are times when the BBC needs to be able to guarantee anonymity. *(BBC 3)*

⁵² L'exactitude et l'intégrité du journalisme exigent que l'auditoire n'ait aucun doute sur l'identité ni sur les titres ou qualités d'une personne interviewée. Si l'interviewé ou le participant à une émission conserve l'anonymat, si son visage ou son identité est caché, si sa voix est altérée, c'est comme si on dissimulait à l'auditoire une information nécessaire pour évaluer ses propos;

les fonts han de ser identificades. En un d'ells es refereix expressament a aquells qui expressen opinions polítiques o econòmiques, però enlloc no contempla excepcions referides a altres àmbits temàtics.⁵³ La ITC, la RAI i l'ABERT no aborden aquesta matèria.

cela peut aussi augmenter le risque de déclarations irresponsables de sa part. *(SRC II. Participant anonyme)*

⁵³ With regard to opinions on politics and economics, the source responsible for said opinions shall be made evident. *(NAB II.13)*

In news reporting, the source of expressed opinions shall be made clear. *(NAB VI.34)*

Private testimony or canvassing which are not concerned with broadcasting stations shall not be handled. *(NAB VIII.57)*

4.2.1.3. Contextualització i aprofundiment de la informació

Dir la veritat és quelcom més que proveir la gent d'uns fets. La realitat social, sigui quin sigui el grau d'objectivitat amb què puguem abordar-la, és quelcom complex. El periodisme té el repte de conèixer-la i de divulgar-la, encara que no es pot dir que sempre hagi sortit airós en fer-ho. Ja Walter Lippmann era autocrític a aquest respecte: : "En la forma amb què la veritat social s'ha organitzat en l'actualitat, la premsa no s'ha constituït per promocionar, d'una edició a l'altra, la quantitat de coneixement que exigeix la teoria democràtica de l'opinió pública"⁵⁴ . La recopilació acurada dels fets és possiblement una condició necessària per poder parlar de cura i de rigor. Però no és pas una condició suficient per considerar que el periodisme està posat íntegrament al servei de la veritat.

En aquest epígraf es prendrà en consideració diversos aspectes de la producció d'informació que tenen que veure amb aquest repte. D'una part, l'existència d'una sèrie de mancances o d'incapacitats que contribueixen a esbiaixar els continguts informatius. D'una altra, la necessitat de contextualitzar bé les dades que constitueixen el nucli de la informació d'actualitat i de considerar la veritat social més enllà del concepte estricte de notícia.

El tractament d'un fet noticable planteja nombrosos problemes de fidelitat. Holly S.Stocking i Paget H.Gross han inventariat alguns dels biaixos típics que poden afectar la informació en els actuals mitjans, tot vinculant-los a fenòmens propis de la psicologia de masses.⁵⁵ Aquí prenem en consideració alguns dels perills per ells assenyalats:

- Mal ús de les estadístiques. Està molt estesa la convicció que el periodisme de major qualitat és aquell que més i millors dades pot aportar. Existeixen estudis que demostren que, efectivament, el públic aprecia aquesta característica de la informació si més no en el sentit d'atribuir-li credibilitat.⁵⁶ Ara bé, també és cert i cal tenir present que actualment existeix una autèntica dèria per les dades. Imbuïts per aquesta idea que la informació més valorada és la que conté dades i estadístiques els mitjans farceixen les informacions amb una gran quantitat

⁵⁴ LIPPMANN, Walter: *Public Opinion* MacMillan. Nova York, 1965 (p. 228) Edició original: 1922

⁵⁵ STOCKING, S.Holly / GROSS, Paget H.: "Understanding Errors and Biases that Can Affect Journalists", *The Journalism Educator*, vol.44, n.1, primavera 1987 (pp. 4-11)

⁵⁶ Veure, per exemple, HAMILL, WILSON i NISBETT "Insensitivity to Sample Bias: Generalizing from Atypical Cases", *Journal of Personality and Social Psychology*, 49 (pp. 129-134). S'hi presenta el divers tractament d'una notícia sobre una dona de Puerto Rico amb un gran nombre de fills. Les versions que inclouen unes estadístiques sobre els destinataris de la seguretat social eren considerades més fiables per part del públic.

de dades irrellevants. El resultat és una pol·lució numèrica que bé a afegir-se i a agreujar la saturació d'informació que pateix la societat actual. L'anomenat "nou periodisme" va sorgir, en certa manera, com una reacció davant d'aquesta febre estadística i a partir de la convicció que la veritat o, si més no, certs aspectes de la veritat, es troben amagats a sota dels llistats d'ordinador que encatifen oficines i redaccions. Hi ha, doncs, una tensió entre la fiabilitat de les dades i la presentació de la informació de forma més emocional. Qualsevol decantament pot ser considerat, per excés o per defecte, com un biaix del qual cal prevenir-se.

- Errors de mostra. Quan Stocking i Gross es refereixen a això ho fan pensant en les dissenys viciats de les enquestes i sondejos o en les interpretacions incorrectes del resultat dels mateixos. Però no només en això. Una bona part de la producció periodística d'actualitat no es centra només en fets o esdeveniments tancats, sinó en situacions més o menys permanents. Aquestes situacions -formes de vida, problemes socials, estats d'opinió, etc.- són explicades amb estadístiques o també, ben sovint, a través d'exemples de casos que es consideren representatius. Però no és gens fàcil de calibrar el grau de representativitat de les històries que s'expliquen als mitjans. ¿Els protagonistes d'un determinat reportatge sobre minusvàlids, són una mostra fidedigna dels problemes d'aquest col·lectiu? ¿Un soldat entrevistat pel reporter de guerra, és el soldat per antonomàsia? Aquest tipus de dubtes encara es fa més gran en el cas d'un gènere periodístic que prolifera en algunes cadenes de televisió: les enquestes de carrer. Sovint s'avisa i es recorda que no es fan amb ànim científic però, en certa manera, amb aquest tipus d'enquestes es pretén reflectir poc o molt uns estats d'opinió. El mateix problema es pot plantejar no ja només respecte a una peça periodística concreta sinó respecte a les tòniques informatives: ¿estan sobre-representats o infra-representats, per exemple, els països subdesenvolupats? ¿estan sobre-representats o infra-representats els aficionats a l'esquí?

- Correlació il·lusòria. És la tendència a relacionar dos fets o fenòmens que en realitat són independents. L'exemple clàssic seria l'associació de conductes antisocials amb determinades edats, pertinences a ètnies, etc. sense que existeixi una base factual clara per sustentar-la. Una variant és l'establiment de falses relacions causa-efecte. La televisió és un mitjà doblement exposat a aquest tipus de biaix per causa de l'entitat del seu missatge, compost de paraules i imatges. Pot succeir -i succeeix amb relativa freqüència- que el text d'una informació sigui fidedigne i que les imatges que l'acompanyen distorsionin la seva

interpretació. I pot succeir també que una imatge neutra cobri significacions pròpies (i potser a priori inimaginables) quan és descodificada conjuntament amb un text.

Per la seva part Entman esmenta uns biaixos que anomena "de producció" i que a la TV tenen especial importància: el biaix de simplificació (necessitat que les notícies siguin breus i fàcils de comprendre), el biaix de personalització (explicació de les notícies a partir d'experiències i protagonismes particulars i no a partir de generalitzacions sociològiques o històriques) i el biaix de simbolització (reducció dels conceptes a símbols fàcilment comprensibles).⁵⁷

El treball informatiu està, com es pot veure, ple de paranys que amenacen la veritat o que posen en perill la integritat de la veritat. Les normes convencionals sobre l'objectivitat difícilment poden preveure tot el cúmul de situacions i de circumstàncies en què aquell es desenvolupa. A partir d'aquesta constatació s'obre pas la idea que per acostar-se més íntegrament a la veritat, és necessari exercir, d'alguna manera, un periodisme de caràcter interpretatiu.⁵⁸ "L'autèntica interpretació -escriu Lambeth- és fidel al fet central de l'antiga objectivitat, tot i que proporciona perspectiva i plenitud de significat. Proporciona la informació sobre els antecedents que no es pot obtenir o que s'ometen en les fonts de notícies: tradueix la terminologia o les dades complexes a termes comprensibles; proporciona context suficient per permetre que els lectors jutgin les notícies per sí mateixes i no s'enganyin; afirma amb franquesa quina informació manca inevitablement en un relat; i, quan cal, es suficientment explícita respecte als mètodes que s'usen per recopilar la història per permetre al lector que avaluï la seva justícia i la seva honestedat. La interpretació autèntica -la "interpretació objectiva", si se'n vol dir així- refusa explícitament la senzilla afirmació que ja que el judici de les notícies conté inevitablement elements subjectius no existeix un relat substancialment objectiu. La interpretació autèntica també refusa l'insidiós concepte que l'obligació periodística de la justícia i l'honestedat requereix que la informació favorable, encara que estrictament no sigui important, sigui inclosa en un article per tal de, literalment, proporcionar equilibri. Per a un periodista, l'equilibri significa una honestedat essencial i no la comptabilitat de les assignacions d'espai dels paràgrafs favorables i desfavorables que es realitza per obtenir cert efecte. En poques paraules, la interpretació autèntica és científica en esperit i la veritat que

⁵⁷ ENTMAN, R.W.: *Democracy without Citizens: Media and the Decay of American Politics* Oxford University Press. Nova York, 1989.

⁵⁸ Els problemes que la interpretació subjectiva dels fets suscita pel que fa als gèneres periodístics serà tractada amb major detall a 4.2.2.1. ("Separació d'informació i opinió")

retrata està subjecta a addicions i a revisions. La 'veritat' mai no podrà encabir-se per complet en una, dues o unes quantes 'stories'. Tanmateix, com va suggerir Walter Lippmann, la fe democràtica consisteix en que els mitjans, amb l'auxili d'altres institucions republicanes, puguin ajudar al seu descobriment final."⁵⁹

A les obres sobre ètica periodística són freqüents les apel·lacions a l'actitud del periodista informador perquè tingui una constant preocupació per oferir la notícia seguint les normes habituals que representen l'objectivitat però també oferint tots aquells elements que contextualitzin els fets ressenyats i que ajudin el públic a interpretar-los degudament.⁶⁰ Això és difícil en primer lloc per la dificultat constant de copsar les fenòmens en tota la seva magnitud i grau de significació⁶¹ i també per causa de les limitacions que imposen les mateixes rutines professionals i la dependència sistemàtica de les mateixes fonts informatives.⁶²

Com a teló de fons d'aquesta situació, emergeix la idea que la veritat profunda de les coses és quelcom que es resisteix a ser manufacturat en unes paraules o en unes imatges. Una peça periodística pot ser formalment acurada i rigorosa però tot i així contribuir a crear confusió en els seus destinataris.⁶³ Però aquesta dimensió de la veracitat no és fàcil de

⁵⁹ LAMBETH, Edmund: op. cit., p. 85

⁶⁰ "L'obligació del periodista de traslladar els esdeveniments importants es situa entre dos pols d'una total transparència capaç de promoure un coneixement en profunditat i una ràpida relació dels fets despulats. De la mateixa manera que un dentista no pot estar disponible per impartir a cada pacient un curs d'odontologia abans de treure un queixal, dels periodistes no s'ha d'esperar que proporcionin un seminari de nivell de graduació a través d'un article de diari o d'un documental a la televisió. Però de la mateixa manera que els dentistes o els metges estan obligats a estar segurs que els pacients entenen les implicacions d'allò que se'ls farà per tal que estiguin en condicions de consentir-ho o refusar-ho, els periodistes són moralment responsables d'ajudar la gent a entendre els esdeveniments i els temes, especialment aquells que són d'interès públic."

KLAIMAN, Stephen / BEAUCHAMP, Tom L.: *The Virtuous Journalist* Oxford University Press. Nova York, 1987 (pp. 34-35)

⁶¹ "Comprendre de manera perfecta un nou país, una situació, els nous personatges que es presenten davant d'un en una missió periodística és impossible. Comprendre més de la meitat, perquè el treball periodístic tingui una correlació directa amb el que està passant, és difícil. Transmetre més de la meitat del que un entén també és una tasca difícil, molt superior a la del suposat artista creatiu el qual, si li molesta un personatge del seu relat, pot senzillament modificar les seves característiques."

LIEBLING, A.J.: *The Press* Ballantine. Nova York, 1961. Citat per SWAIN, Bruce M.: *Ètica periodística* Ed. Tres tiempos. Buenos Aires, 1983. (p. 151)

⁶² Veure FISHMAN, Mark: *Manufacturing the News* University of Texas Press. Austin, 1988 (especialment pp.71, 142-143 i 150-155)

⁶³ La següent cita literària explica admirablement aquesta idea: "Anava a esparracar el paper i a llençar-lo a la paperera quan es va aturar i se'l va tornar a mirar. Va agafar un il.luminador groc, i per començar a marcar les ocasionals paraules o frases. Quan va acabar de repassar el reportatge per segon cop, va somriure. En tot l'escrit no hi havia res incorrecte. No hi havia res realment fals. Res que no fos rigorós. Excepte tot."

KATZENBACH, John: *Just Cause*. Citat per BLACK, Jay / STEELE, Bob / BARNEY, Ralph: *Doing Ethics in Journalism* The Sigma Delta Chi Foundation and The Society of Professional Journalists. Greencastle, IN, 1993. (p. 58)

formular en uns codis que moltes vegades intenten delimitar precisament aquells procediments que "encotillen" la veritat en unes regles formals. L'exigència periodística de buscar el rerefons dels esdeveniments i els últims replecs de la realitat social és reclamada, sobre tot, a través de la invocació dels principis ètics generals (veure 4.1.3.).

Tot i així en molts dels codis analitzats són freqüents les al·lusions a la necessitat de contextualitzar les informacions i de proporcionar tots els elements de judici que puguin contribuir al millor coneixement dels fets relatats. Moltes d'aquestes referències estan força escampades en els textos i resultaria molt feixuc i poc rellevant agrupar-les totes. Però destaquen, entre les d'ordre més generals, les següents: la NBC exhorta a tenir especial cura que tots els elements d'una peça informativa han de presentar una visió acurada dels fets que descriu⁶⁴; l'ABC es proposa proporcionar una interpretació dels esdeveniments dels quals informi⁶⁵; la BBC demana una cura especial per als temes complexos, un tractament complet dels mateixos i que es tingui un sòlid sentit del context que envolta els fets⁶⁶; la SCR impulsa el periodisme d'investigació com una forma de tractar de manera especialment detallada els afers d'importància, però recorda que tot periodisme en certa manera ha de ser periodisme d'investigació⁶⁷.

D'altra part es pot destacar una certa coincidència en al·ludir al context quan s'estableixen normes sobre informacions que per la seva temàtica podrien ser delicades, com són les de manifestacions i desordres públics. ABC, CBS, SRC, BBC i ITC coincideixen en assenyalar que no n'hi ha prou amb oferir certs detalls dels fets conflictius, sinó que cal esbrinar-ne les causes i les circumstàncies que els envolten.⁶⁸ La BBC també planteja el tema

⁶⁴ NBC News takes special care to insure that all elements of a report present an accurate picture of the events they depict. Narration must be kept in context with video and natural sound, so that it will not mislead the viewer. *(NBC 3.E)*

⁶⁵ (...) We do provide thoughtful analysis of competing viewpoints, contradictory positions and interpretation of events. (...) *(ABC II.16)*

⁶⁶ Complex issues in which serious and contentious allegations are made will need the most careful treatment.(...)

* Even if all aspects cannot be examined in detail they should all be reflected.

* Any examination should have a strong sense of context.(...) *(BBC 21.3)*

⁶⁷ Tout journalisme, au sens large, est investigateur; cependant, le terme définit particulièrement l'examen rigoureux et approfondi des institutions et des activités politiques ou de ce qui touche la vie d'une grande partie de la population. Le journalisme d'enquête devrait s'intéresser aux problèmes à cause de leur importance et non seulement chercher à révéler des erreurs, des injustices ou des méfaits. Les petites affaires ne devraient pas être suivies quand des sujets plus importants requièrent l'attention. *(SRC Journalisme d'enquête)*

⁶⁸ We cannot properly report on violence and ignore its causes. Therefore, we want as soon as

de la contextualització d'una manera molt especial en la informació sobre vagues i conflictes laborals. Expressa el perill de donar una rellevància excessiva a allò que es surt de la normalitat.⁶⁹

També són freqüents i disperses les al·lusions a la necessitat d'aprofundir la informació. Ja hem vist en l'apartat dedicat als principis ètics generals (4.1.3.) que algunes televisions públiques -i de manera molt especial la RAI- dediquen espais amplis a glossar aquest aspecte fonamentant-lo en el compromís de servei a la societat. D'altra part els codis de les televisions nord-americanes (inclosa la canadenca) contenen un apartat especial dedicat al periodisme d'investigació. En aquests epígrafs, en general, es fa més referència als mètodes que als continguts (vegi's 4.2.5.) però la seva mateixa presència en els textos dona idea de la importància que s'atribueix a la recerca d'elements informatius que expliquin a fons certs

possible to explore the background of the situation and the issues and circumstances that led to the disturbance. If the cause is not clear, let's say so. But only after making every effort to find out. *(ABC II.8.10)*

The facts, as reported, must be in proper perspective. If, for example, we are reporting a demonstration by 100 students on a college campus which has a total of 3,000 students, both figures should be included in the report. Provide context for the story by reporting, as quickly and completely as you can, the identity and background of the participants and the issues and circumstances which preceded or led to the disturbance. *(CBS Demonstrations...)*

La diffusion de scènes de violence ou de catastrophes doit refléter les faits avec exactitude et se placer convenablement dans le contexte de l'émission. Il faut concilier le respect de l'auditoire avec l'obligation d'être fidèle à la réalité. *(SRC I. Violence)*

* Violence cannot properly be reported without an exploration of its causes. The background to situations, the issues and the circumstances which led to the disturbance, should be examined as soon as possible. If, after every effort to find out the cause, it remains unclear, this should be reported.

* Examination of the causes of violence may require assessment of ideological and cultural discord and the extent to which it is organised. Explanations should not provide a platform for propaganda. *(BBC 85)*

If coverage is recorded, incidents known to be 'manufactured' should be excluded or revealed for what they are. Where coverage is live every effort must be made to place what is being seen and heard in context, so that viewers can properly evaluate the significance of activities that have been manufactured for the television cameras. *(ITC 5.7)*

⁶⁹ Normal industrial and business affairs are reflected by the BBC as part of national life.

* There are many significant and interesting issues in work places other than disputes.

* Programmes should not give the impression that industry and business are lesser forms of activity. They are central to our society. Disputes and strikes form a small part of the total industrial picture but they make special demands on the BBC partly because they tend to have much public impact when they do occur.

* Besides offering up-to-date information about the course of a strike and a sense of the scale of the disruption, we should set events in the context of the normal pattern of industrial life. *(BBC 23)*

aspectes de la realitat. L'aprofundiment de la recerca periodística, d'altra part, és destacat pel codi de la SRC quan es refereix a programes i informacions sobre consum.⁷⁰

⁷⁰ Ces émissions visent à aider le consommateur à faire des choix éclairés de biens et de services ou de montrer comment résoudre certains problèmes. Cela s'inscrit dans la même tradition que celle qui assure aux citoyens l'occasion d'entendre ou de voir une information susceptible de guider leurs décisions à l'égard de la chose publique.

Les conclusions exposées par les participants à ce type d'émission doivent se fonder sur une recherche approfondie et non sur des opinions personnelles. La recherche en vue de ces émissions sera méticuleuse et, autant que possible, poursuivie en consultation avec des organismes compétents. Dans l'intérêt de l'impartialité, lorsque des produits sont comparés, il faut en avoir un aussi vaste choix que possible. *(SRC IV. Information des consommateurs)*