

## Esquerdes en els discurs mediàtic sobre conflictes

Xavier Giró

### Abstract

En contra de les lectures apocalíptiques del model propaganda de E. Herman i N. Chomsky, el discurs dels grans mitjans sobre els conflictes bèl·lics no ofereix un panorama homogeni i esclau de la ideologia dominant sinó que és elàstic i mostra tres tipus d'esquerdes derivades de la lògica que els fa funcionar. La primera esquerda procedeix de la competència entre ells i per l'audiència. La segona, de la lògica de la competitivitat que determina la gairebé sempre escassa dotació de les seves plantilles. I la tercera, de la força de la realitat combinada amb el contracte de comunicació que els mitjans estableixen amb la ciutadania. A través de les esquerdes es *filtra* un discurs, amb mancances, però que denuncia els abusos, la guerra i la vulneracions dels drets humans tant a l'Iraq com a Israel i Palestina, per posar dos exemples.

### Text

Noam Chomsky i Edward Herman<sup>1</sup> fan una descripció sense contemplacions del que anomena "un model de propaganda" per parlar dels *media* als Estats Units. Breument, per a ells, les informacions que arriben a ser publicades han passat per cinc filtres. Primerament, no és publicable allò que ha recollit el periodista però que perjudica els propietaris del mitjà on treballa, als seus socis o als amics de l'*establishment*. En segon lloc, no es pot fer un producte mediàtic que no atregui els anunciants. Tercer, per elaborar la immensa majoria de les informacions es recorre a fonts lligades als governs, en les seves diferents escales, o al món dels negocis, sempre instàncies poderoses. Quart, els governs i les grans empreses no-mediàtiques també estan en la millor posició per pressionar els *media* amb l'amenaça de retirar-los la publicitat o les llicències de televisió, o presentar plets en contra d'ells, o exercir altres atacs directes o indirectes si no els agrada el que publiquen. Cinquè, la ideologia dominant impregna també els periodistes i els fa actuar conscientment o inconscientment a favor de l'*status quo*. I per si la ideologia falla, és a dir, resulta que els informadors no són del parer de l'empresa periodística, els queda l'autocensura i si no, ja saben que poden començar a buscar feina.

Els grans vectors força que determinen les línies generals dels límits del discurs dels grans mitjans de comunicació, encara que no siguin determinants en un sentit fatal, expliquen —seguint Herman i Chomsky— que en la pràctica periodística:

- a) Facin sempre falta més proves per enfrontar-se al poder.
- b) Que assumir les tasques i les campanyes que marquen el governs respectius no comporti desgast ni per als periodistes ni per als mitjans.
- c) Per acusar els enemics de l'ordre n'hi ha prou amb poques proves.
- d) Que el conformisme amb l'estat actual de les coses sigui la sortida més fàcil.

---

<sup>1</sup> CHOMSKY, Noam i HERMAN, Edward. 1990. *Los guardianes de la libertad*. Barcelona: Grijalbo Mondadori. [en anglès: 1988. *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Nova York: Pantheon.

HERMAN, E. 1996. «The Propaganda Model Revisited». *Monthly Review* 48, July-August 1996: 115-128.

- e) Que donats els límits físico-econòmics a què es veu sotmesa la informació, amb els formats de entre 30 i 70 línies, no es puguin expressar idees alternatives en dissonància amb els clixés acceptats.

D'aquí s'expliquen la majoria de les crítiques que es formulen als mitjans tant en la cobertura del conflicte israelo-palestinià<sup>2</sup> com en la cobertura de la guerra a l'Iraq<sup>3</sup>. Vegem-ne un grapat.

**1. Superficialitat.** Es mostren enfrontaments, s'ha informat de l'existència de les Intifades, però escassament s'explica el per què. Es recullen declaracions oficials dels líders Sharon, Arafat, en cas d'Israel i Palestina, però no es fa un periodisme en profunditat independentment del que diguin els líders. Les raons estructurals del conflicte apareixen escadusserament. La immensa majoria dels temps i l'espai que se li dedica prescindeix de les causes i de les reivindicacions de les parts enfrontades. El context geoestratègic de la zona i els interessos dels EUA en tenir peons fidels a l'àrea no forma part assídua de les explicacions.

Abans i durant la guerra a l'Iraq, molts mitjans centraven també deixaven fora de les seves pàgines o de les seves emissions els interessos petrolers i geoestratègics dels EUA i se centraven en les acusacions de Bush i seu equip contra Saddam Hussein.

**2. Simplificació.** Simplificar és gairebé una necessitat per fer la narració comprensible per a l'audiència. De fet, qualsevol relat és una simplificació de la realitat, ara bé és fàcil, però, trobar simplificacions excessives. Per exemple, la que presenta el conflicte israelo-palestinià com si tot depengués de les personalitats dels líders visibles. Va passar quan Arafat i Rabin van firmar ells acords anomenats de pau i també quan van assassinar Rabin. La presentació mateixa de les causes de la segona Intifada, si ens fíem del que diuen els mitjans, sembla que tot sigui culpa de la visita de Sharon a l'esplanada de les mesquites i la tònica ha estat la mateixa en els anys posteriors.

Tots els problemes d'Iraq semblaven reduir-se a l'existència de la dictadura de Saddam Hussein. Cosa que dona pas a un tipus específic de simplificació, la demonització.

**3. Demonització.** Hem passat per períodes de demonització de Saddam Hussein i també dels palestins en general. Ells són els que sempre estan representats tirant pedres, fent atemptats o manifestant-se de forma gairebé descontrolada, fanàtica.

**4. La reiteració de la violència directa** podríem dir que es una variant de la superficialitat. Dels conflictes es mostra el que es visible, el que està a la superfície i com que la mort, els assassinats, els atacs, i les accions de guerra són visibles pels seus efectes, resulta que es poden omplir hores i hores d'emissions i planes i planes de diaris només oferint un episodi darrer a l'altre. Les causes i sobre tot els altres escenaris de la complexitat del conflicte resten apagades o tan difuminades que deixen de forma part de la nostra representació mental de l'entramat. Per a més inri, no comprendre les causes

---

<sup>2</sup> GIRÓ, X. (coord). 1999. *La premsa i el Sud: informació, reptes i esquerdes. Mostres de recerca, materials d'aprenentatge*. Barcelona: SOLC

<sup>3</sup> Vegi's els articles al Diari de la Pau (2003) de l'Observatori de la Cobertura Informativa de Conflictos.

de la violència ens incapacita per veure on pot haver-hi vies de solució i presenta el xoc com a inevitable, fins al punt d'arribar-nos a insensibilitzar.

**5. Difusió de mentides i exageracions.** Sobretot fruit de la intoxicació de l'estratègia de desinformació dels actors en conflicte i de la rutina del periodisme de declaracions, els mitjans difonen mentides i exageracions quan parlen dels actors febles militarment, políticament o comunicativament. Les presumpta existència de les armes de destrucció massiva a l'Iraq i de les relacions de Saddam Hussein amb Bin Laden són el cas més paradigmàtic. De la mateixa manera, l'oblit de les agressions contra els palestins, la presentació preeminent del poble israelià com a víctima i difusió gairebé exclusiva de les posicions del govern israelià en serien un altre exemple de la reproducció de deformacions en la representació dels conflictes.

En la cobertura de la guerra no es pot oblidar que la informació és un camp de batalla més per als estrategs polítics i militars. Per a ells, en la guerra mentir és una necessitat i dir la veritat una traïció. Per una part, l'enemic ha d'estar tan desinformat com sigui possible. Per l'altra, necessiten legitimar tot el que fan de cara a les respectives opinions públiques i per això és estranyar que emfasitzin les seves victòries i les seves qualitats positives i minimitzin les dels enemics. I complementàriament, tampoc és estranyar que minimitzin les derrotes i defectes propis i emfasitzin ambdues coses en el cas de l'enemic.

**6. Assumpció del llenguatge dels més poderosos.** Els assassinats o atemptats comesos pels palestins són pràcticament sempre qualificats com a "terroristes", però passa el mateix amb els assassinats comesos per ordre del govern d'Israel ni els comesos pels colons hebreus.

Las fuentes de información occidental sobre el conflicto arabo-israelí son mayoritariamente israelíes y gubernamentales y las palestinas cuando aparecen no suelen ser capitales para la información.

A l'Iraq un bon dia algú va dir que la guerra havia acabat i a partir d'aquell moment totes les accions militars de la resistència —fossin les que fossin— van ser qualificades de actes terroristes. No només pels estrategs de la coalició liderada pel govern dels EUA, sinó també per molts periodistes i mitjans de comunicació.

I també en la cobertura de l'anomenada segona guerra del Golf a l'Iraq (març de 2003).

Però no sempre és així. Començant per la darrera de les crítiques i remuntant fins la primera, hi ha nombrosos exemples que les contradueixen. No es pot afirmar que en el conjunt dels discurs mediàtic segueixi un camí contrari a l'assenyalat per les crítiques, però sí que hi ha nombroses excepcions i en alguns casos, les línies alternatives poden deixar de ser excepcionals i convertir-se en l'orientació predominant. Vegem-ho ràpidament.

**6'. Sobre el llenguatge dels poderosos.** Moltíssims mitjans han denunciat l'ús d'eufemismes com 'danys col·laterals', 'atacs quirúrgics', etc. parlant de les guerres empreses per les administracions nordamericanes, com la més recent a l'Iraq i també a l'Afganistan.

En el cas israelo-palestí, les morts dels líders de Hamas, per exemple, a força peces periodístiques han estat qualificades d'assassinats d'Estat i de terrorisme d'Estat. Molts mitjans han pres posició des de fa molts anys a favor del poble

palestí i han denunciat els abusos i les matances que ha patit, així com la complicitat del govern dels EUA.

**5'. Denúncia de mentides i exageracions.** Els intents d'eludir responsabilitats de les tropes israelianes ha estat denunciats en nombrosos reportatges en premsa escrita i audiovisual.

Les mentides de l'administració Bush per justificar la guerra a l'Iraq van ser denunciades a diaris com el Washington Post ja en la fase prèvia a l'inici de la invasió. Les víctimes de la guerra s'han mostrat en tota la seva crueltat, si bé és cert que en el cas de la premsa nordamericana només fins a l'abril es van veure imatges dels taüts de soldats dels EUA.

En el cas de la premsa espanyola i catalana la denúncia implícita i explícita de les mentides en el cas de l'Iraq i del conflicte israelo-palestinià és constant. No tots els mitjans ho fan, ni els ho fan ho fan en la mateixa mesura, però és inqüestionable l'existència de fils i trenes discursives contràries als més poderosos.

**4'. Violència explicada.** Nombrosos programes i reportatges expliquen les causes de la guerra i exploren les possibilitats de la pau, en tots dos conflictes.

**3'. Denúncia de la demonització.** Alhora que han sigut crítics amb Saddam Hussein també ho han sigut amb l'escandalosa demonització de l'ex-soci de les potències occidentals i han evidenciat que es tractava d'una maniobra legitimadora de la guerra.

**2'. Les causes i els múltiples actors** han estat posats de relleu, no en totes les informacions, però en un cert nombre.

**1'. Han fet molts programes especials** on han portat experts i analistes que no repetien les declaracions dels líders sinó que parlaven amb una veu independent i ajudaven a veure més enllà de la superfície de la confrontació.

Per què ha estat possible? Per què malgrat, les explicacions del model propaganda, és possible que també s'hagi desplegat un discurs crític?

Per explicar per què la informació és superficial, per què no explica les causes dels conflictes, per què està poc o gens contrastada i escassament contextualitzada, hi ha qui al·lega la manca de temps de què disposa el o la periodista. Potser cal llavors preguntar-se per què no hi ha prou temps.

Hi ha també qui argumenta que tampoc hi ha prou espai en el paper o prou temps en el vídeos o en les notícies de ràdio per explicar tot el que caldria tenir en compte. I és cert, però llavors tornem a una pregunta de l'estil de ¿per què no hi ha més paper, més espai o fem peces més llargues tant a ràdio com televisió?

Hi ha qui també al·ludeix a la falta de formació dels informadors, però ningú pot saber-ho tot sobre tots els problemes del món i el que cal es tenir recursos i temps per preparar-se per a cada cobertura adequadament.

En tots dos casos, la resposta és tan òbvia que gairebé fa tornar vermell. Tenir més periodistes per treballar en equip i així guanyar temps per poder explicar bé el que passa o bé disposar de més espai —paper o durada de vídeo i cintes— faria menys, poc o gens rendibles les empreses periodístiques.

A la societat regentada per l'eufemísticament anomenada economia de mercat, les empreses han de ser rendibles per sobreviure. Han de competir les unes amb les altres —guanyar quotes de mercat a les contrincants— i han de ser competitives — ingressar diners i gastar-ne el mínim—. Per tant, tenen com a objectiu essencial, imprescindible, lucrar-se.

Ara bé, a part de les vendes —com és el cas de la premsa escrita—, per lucrar-se, han d'obtenir ingressos per publicitat, i ningú posa anuncis a mitjans sense audiència. Per tant, han de tenir lectors, oients o espectadors i això comporta capacitat d'influir. Sense audiència no es va gaire lluny perquè, a més, si algun mitjà no té capacitat d'influir, deixa de ser rellevant per als poderosos, és a dir, per a les fonts més habituals d'informació, cosa que els mitjans de masses no es poden permetre.

En síntesi, els mitjans tenen dos objectius, lucrar-se i influir<sup>4</sup>. Això és també clar si pensem que per als mitjans públics el binomi és el mateix, però en l'ordre invers. En primer lloc, les autoritats polítiques estan especialment preocupades pel control i la influència dels mitjans que depenen d'elles. En segon lloc, en el temps del neoliberalisme, s'esforcen perquè tinguin les mínimes despeses possibles per als pressupostos de les institucions, cosa que és la versió pública del 'lucrar-se' privat. En conseqüència, plantilles mínimes i un espai convenient per a la publicitat i els programes de màxima audiència.

Malgrat tot l'apuntat fins ara, diàriament constatem, però, que tant en els grans diaris com en les grans cadenes de televisió o ràdio hi ha informacions, especialment reportatges i tribunes d'opinió que ofereixen visions crítiques, alternatives a les hegemòniques, que no combreguen amb el neoliberalisme o el bel·licisme, promouen la solidaritat i difonen activitats a favor dels països del Sud.

Certament no apareixen ni sempre ni amb totes les alternatives. Però tampoc és inversemblant que en el context d'un programa crític amb la pobresa i el desordre mundial que la genera s'escoltin veus, fins i tot, explícitament anticapitalistes.

Per suposat, aquest tipus d'informació no és l'hegemònic, ni de lluny, en els grans mitjans de comunicació, simplement constatem que té certa presència, que existeixen unes esquerdes a través de les quals és fa visible. Per exemple, en programes informatius de televisió de mitja o una hora, de l'estil de 'Documentos TV' o '30 minuts'. O a alguns no tan llargs de ràdio. O a les peces llargues que els diaris solen publicar els caps de setmana. ¿Per què? ¿Com encaixa la presència de peces periodístiques que van contracorrent en alguns dels grans mitjans de comunicació?

Es tracta d'un efecte combinat, producte de la mateixa naturalesa econòmica dels mitjans dels mitjans i del discurs que els legitima. Per una part, com s'ha dit abans, la rendibilitat, que és una condició necessària per la supervivència dels mitjans, requereix competència i competitivitat. Per l'altra part, per justificar la seva existència els mateixos mitjans desenvolupen un discurs de legitimació en el qual es presenten com un servei a la societat que basa tot el seu crèdit en la credibilitat del seus missatges, és a dir, en el compromís d'explicar el que passa a la realitat i ser crítics amb el govern de torn.

Vegem ara com l'efecte conjunt de la competència, la competitivitat i la realitat —les mateixes bases que en el fons expliquen el model propaganda— fa possible les esquerdes.

---

<sup>4</sup> BORRAT, HÉCTOR. 1989. *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.

## La competència

Els mitjans no publiquen informacions perjudicials per als seus accionistes, amics o aliats polítics. Ara bé, també tenen enemics, enemistats i competidors. Quan aquests estan al govern, no costa entendre que els mitjans no trobin cap objecció a publicar informacions que perjudiquin els seus contrincants. Així per exemple, s'obren camí les informacions contràries a les polítiques que defensa el govern, per exemple, el suport a la guerra a l'Iraq.

En alguns casos es tracta d'informacions exclusives, amb la qual cosa el mitjà adquireix prestigi i competeix així amb els altres mitjans en la guerra per l'audiència — utilitzo aquest terme indistintament per premsa escrita, ràdio, televisió i premsa a internet—. Sense competència no existeix el mercat. La batalla pels índex d'audiència porta sovint els mitjans a trencar la barrera dels principis —en particular al sensacionalisme—, però també a consolidar fragments de públic de perfils diversos. Tant és així i tan apreciat és cada segment d'audiència que, fins i tot, els grans mitjans ofereixen espais crítics amb el que ara en diem la globalització neoliberal o amb els horrors que causa la guerra i així mostren les imatges que els arriben d'Al Jazira sobre la guerra a l'Ira, fins i tot les de presoners nordamericans facilitades pel règim de Hussein.

També en atenció als segments contestataris o simplement solidaris, les pàgines d'opinió es veuen cedides en ocasions a veus consistentment crítiques. En particular, alguns mitjans cedeixen sistemàticament un cert espai a ONG perquè hi publiquin el que vulguin. Quan a més hi ha un percentatge considerable de ciutadans contra la guerra o manifestament en contra de la política de l'Estat d'Israel, doncs encara tenen més cabuda les visions pacifistes.

La competència té també la seva versió entre periodistes. Si existeix, pot ser, en primer lloc, fruit de la competència entre els mitjans en què treballen i de la identificació que els informadors senten amb el seu mitjà. En segon lloc, també pot ser fruit del seu caràcter individualista quan tenen aspiracions o ambicions. Que de la competència entre periodistes s'aprofiti per derivar resultats positius per al que ens preocupa depèn del seu compromís. En tots els casos, l'esquerda es pot generar o eixamplar si ja existeix.

## La competitivitat

Per una part, la lògica del mercat empeny les empreses periodístiques a reduir els costos de producció al mínim, cosa que afecta directament el capítol de personal. Pràcticament a cap redacció hi ha prou periodistes per cobrir adequadament l'actualitat. Ho demostren les inacabables jornades laborals. En els mitjans públics passa també sovint.

Per una altra part, s'ha de tenir en compte que per molta flexibilitat productiva que es desitgi, tant els diaris com els programes audiovisuals estan inserits en una cadena productiva que requereix una planificació i una regularitat mínimes. No és possible que avui un diari tingui 60 pàgines i demà sense haver-ho previst baixi a 40 o pugi a 80. En part perquè es tracta d'una producció industrial i, entre d'altres coses, perquè hi ha publicitat contractada, un factor determinant del nombre de pàgines de la publicació.

En el cas dels audiovisuals, no pot ser que un informatiu tingui un dia 30 minuts i l'endemà, 15. I no només té a veure amb la publicitat, sinó també amb la resta de la programació.

Efectivament, tots els diaris tenen durant la setmana un nombre estàndard de pàgines, no obstant això, no passa el mateix durant els caps de setmana. El diumenge hi ha més pàgines perquè hi ha més publicitat, però això comporta que també hi hagi més pàgines per omplir amb informació —almenys hi ha les contrapàgines de la publicitat—, i malgrat això sol haver-hi menys periodistes i menys fets noticiables —segons els criteris habituals— que els dies laborals.

La informació que contenen les contrapàgines normalment s'avancen durant la setmana i, com que en gran part són de plana sencera, són peces llargues. A vegades són entrevistes insulses, però també s'hi troben reportatges o informes amb una certa profunditat. És l'oportunitat d'explicar les causes de fons de la guerra civil que assola un país.

Per suposat, els responsables del diari no permeten que es publiqui qualsevol cosa, però, primerament, el fet que s'hagi avançat la plana i el fet d'haver escrit un relat extens permet batallar contra la superficialitat y, segonament, dóna un marge de maniobra ideològic considerable a qui ho ha d'escriure perquè en realitat el que més importa a l'empresa és que hi hagi una contraplana escrita al l'altra cara de la publicitat.

Els dilluns, no hi ha massa publicitat, ni sol haver massa activitat política els diumenge com perquè el diari del dia següent sigui gaire gruixut, ni correlativament hi ha massa periodistes treballant. ¿Com s'omplen llavors les planes? Doncs, amb el mateix tipus d'avançaments que el diumenge, amb els coneguts com a reportatges de 'nevera'.

En les cadenes de televisió i ràdio passa un fenomen similar. Però a més s'ha de tenir en compte que en lloc de suplementos setmanals o diaris de diumenge, els mitjans audiovisuals tenen programes setmanals —a vegades també emesos durant el cap de setmana— que ofereixen informacions no tan superficials com els vídeos d'entre 45 segons i minut i mig de cada dia.

Per suposat, que s'aprofitin les esquerdes amb informacions carregades de sentit depèn en gran mesura del fet que hi ha hagut persones que ho vulguin fer en els llocs adequats i en els moments oportuns. No es tracta de casualitats, sinó d'un treball sistemàtic. En les mans d'aquestes —encarregades de la informació, de la producció, de la realització, etc.— hi ha sovint la possibilitat d'escollir entre banalitats o la informació substancial.

### **La realitat i la credibilitat**

La realitat existeix i —la veiem o no— és conflictiva. En ella hi ha discriminacions, opressió, pobresa, misèria, injustícia, guerres i les seves llavors. La realitat subministra una part considerable del que es publica i sobretot la matèria prima per a l'aprofitament de les esquerdes obertes per la competència i la competitivitat. Clar, fa falta acostar-s'hi i fer-ho amb la voluntat de fer alguna cosa més que contemplar-la.

Té tanta força, que el compromís pres pels mitjans d'explicar el que passa i fer-ho fidedignament, els pot forçar a difondre informacions que a vegades serveixen per competir, però que sovint preferirien oblidar-les. Però no tenen gaire escapatòries perquè saben que la determinació dels temes d'actualitat no depèn d'un sol mitjà sinó del conjunt i si els altres es fan ressò d'uns determinats fets o dades, un de sol no pot romandre interminablement cec o en silenci perquè llavors enfonsaria el principal valor de la seva existència, el concepte sobre el qual es legitimen: la seva credibilitat.

La coherència i la solidesa de les alternatives al desordre mundial existent no s'elabora, però, ni es discuteix principalment dins de les esquerdes dels grans mitjans,

sinó en el si de les organitzacions i moviments alternatius i contestataris, i creixentment en els països del Sud i en la cooperació entre els àmbits més progressistes del planeta. On millor es cobreixen aquests progressos tampoc és en els grans mèdia, sinó en els alternatius de qualitat, normalment setmanaris o mensuals. A més, aquests mitjans són els que subministren el material coherent per entendre el món i perquè tant els activistes com els periodistes puguin aprofitar les esquerdes dels grans mitjans per arribar al gran públic.