

El periodisme cívic recupera el prestigi

Noves maneres d'informar s'obren camí als Estats Units

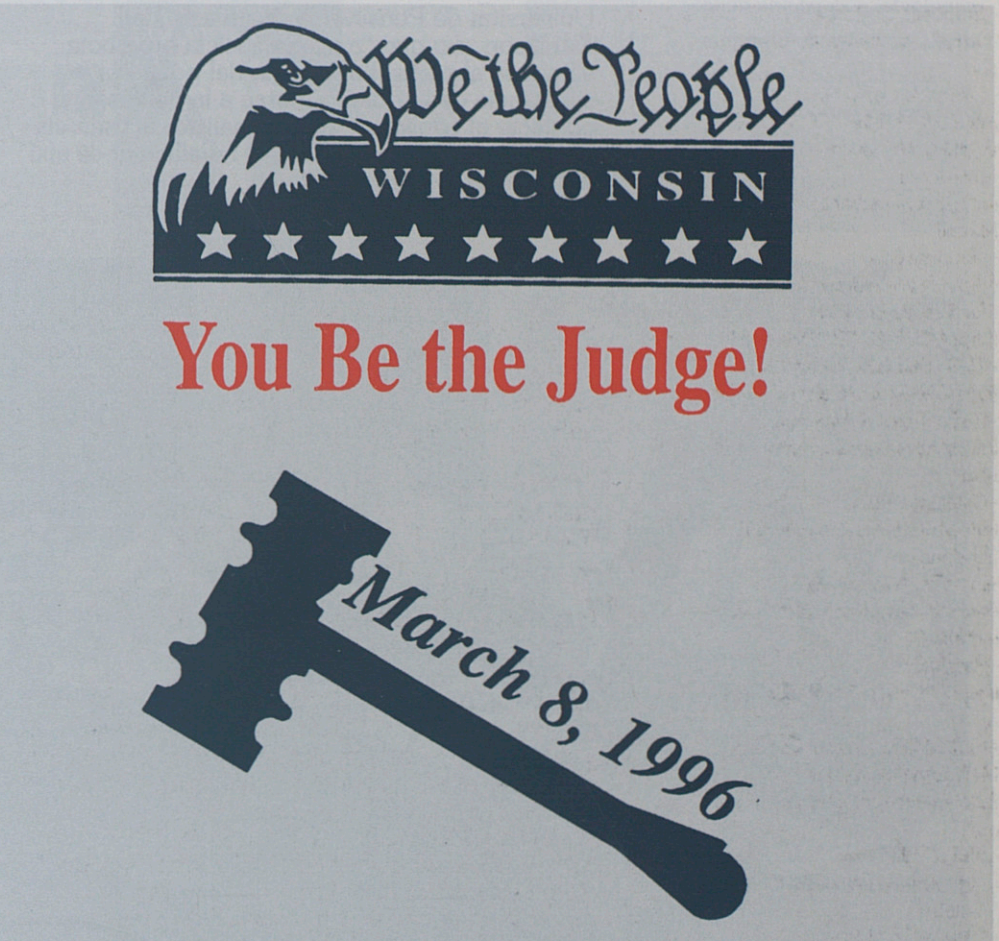
—Lúcia Oliva/Xavier Sitjà—

Als Estats Units, les noves tecnologies transformen els sistemes de treball dels periodistes. Això coincideix amb un declivi de la confiança dels nord-americans envers els mitjans de comunicació, i amb la consegüent davallada de les vendes de diaris i de les audiències dels noticiaris de ràdio i televisió.

Davant d'un futur incert, periodistes i empresaris cerquen nous mètodes per apropar-se a la gent i reforçar el paper del periodisme en la democràcia. La fórmula tot just es comença a definir, i s'anomena **periodisme cívic o públic**.

Els periodistes nord-americans estan convençuts que viuen en un moment de transició, perquè ningú no sap cap on els portarà la revolució tecnològica. Enmig d'aquesta sensació de crisi i d'incertesa, professionals i estudiosos dels mitjans de comunicació han arribat a la conclusió que no es pot seguir fent periodisme com fins ara, i que cal buscar noves fórmules informatives que engresquin els ciutadans.

Aquests crítics creuen que el periodisme nord-americà se centra massa en el conflicte, i que això perjudica el sistema democràtic, perquè fa



que la gent vegi els afers públics com una competició entre polítics intrigants i sospitosos. Segons ells, el periodisme que es fa incrementa el descrèdit de les institucions polítiques. Molts diuen que, si la gent no creu en el seu sistema polític, la democràcia perilla.

El periodista James Fallows acaba de publicar *Breaking the news: how the Media undermine American Democracy* ('Darreres notícies: com els mitjans de comunicació minen la democràcia nord-americana'). El llibre analitza el declivi de la credibilitat dels mitjans i sintetitza la ideologia

"We the People" és el nom del programa de periodisme cívic que han fet servir diferents mitjans de comunicació de l'Estat de Wisconsin els darrers anys. Sota aquest logotip han analitzat problemes d'atur, de delinqüència, d'economia o del futur de les ciutats.

—Participen d'aquest nou moviment més de 80 diaris nord-americans, la majoria d'ells de ciutats mitjanes—

La campanya "Fes de jutge!" va acabar amb un debat en directe entre els dos aspirants a ocupar la plaça vacant del Tribunal Suprem de Wisconsin. Els ciutadans ocupaven el lloc dels jutges a la sala del Tribunal Suprem i feien les preguntes als candidats. A la pàgina de la dreta, portades de diferents diaris que van practicar fórmules de periodisme cívic a les eleccions legislatives i locals de 1994.

del periodista nord-americà: si hi ha conflicte, hi ha notícia; si no, no n'hi ha.

Fallows afirma que el periodista té dues opcions: simplement entretenir el públic o fer-lo partícip dels afers públics col·lectius. "Si només volen entretenir", escriu, "els periodistes poden continuar centrant-se en el conflicte i l'espectacle, convertir la gent en famosa per destruir-la l'endemà, presentar el darrer conflicte amb molt de soroll i de seguida oblidar-lo per centrar-se en el següent". L'autor del llibre considera que, utilitzant les tertúlies i altres tècniques superficials, els periodistes acabaran encara més desprestigiats i faran menys servei al públic que precisament intenten atreure amb aquests mitjans.

La degana de l'Escola de comunicació de la Universitat de Pensilvània, Kathleen Hall Jamieson, diu que "a les notícies la hipèrbole s'imposa al matís, l'estratègia del polític a la substància de la política, l'atac a la defensa i el conflicte al consens". Altres analistes acusen els periodistes d'haver-se enriquit i d'allunyar-se així dels interessos de la gent.

Retrobar els lligams amb el públic

Gairebé la meitat dels nord-americans no tenen cap interès en el que publiquen els mitjans de comunicació, segons un estudi del Centre Times Mirror. L'estudi diu que els nord-americans menors de 30 anys formen una generació més ignorant, menys curiosa i que llegeix menys diaris. Una altra enquesta de Yankelovich Partners demostra com la confiança dels ciutadans en els periodistes cau en picat. El gràfic 1 mostra com en cinc anys es va reduir a la meitat. Els enquestats responien la pregunta: "En qui confia més?"

GRÀFIC 1

	1988	1993
Notícies TV	55%	25%
Notícies diaris	50%	20%
Notícies revistes	38%	12%

Aquestes dades permeten entendre per què periodistes i empresaris de mitjans de comunicació estan tan preocupats. Una enquesta de la Fundació Nieman de la Universitat de Harvard entre periodistes i professors de periodisme nord-americans revela que el 76% consideren que el principal problema és que a tots els mitjans hi ha una pèrdua dels principis bàsics del periodisme en benefici del sensacionalisme. Una gran majoria creu que hi ha hagut una pèrdua de la qualitat periodística en els darrers deu anys, sobretot a la televisió. Els enquestats creuen que les informacions dels diaris són, en general, menys acurades i honestes que fa deu anys i més superficials.

Desconfiança en el govern i en els mitjans de comunicació

La situació és complexa perquè els ciutadans no només han deixat de confiar en la premsa, sinó que des de les protestes racials i polítiques dels anys seixanta tampoc no confien en les institucions polítiques. El gràfic 2 mostra com el públic desconfia tant dels polítics com dels "missatgers" que transmeten la informació política.



Revolucionar les redaccions

Alguns diaris, com el *Minneapolis Star Tribune*, el *Dayton Daily News* o el *Virginian-Pilot*, fa anys que van decidir transformar-se en una *newsroom without walls* (redacció sense compartiments). Una revolució obligada, perquè el periodisme cívic pretén tenir un estret vincle amb la comunitat i per fer-ho necessita molts redactors al carrer que connectin amb la gent per conèixer què volen o necessiten saber.

Per tenir més gent fent carrer i per simplificar la distància entre els directors i els reporters, aquests diaris han decidit reduir les jerarquies. A les "redaccions sense compartiments" es reparteixen la responsabilitat: els directors perden poder i s'obre la porta a les iniciatives dels periodistes.

Les seccions desapareixen per donar pas als equips,

encapçalats per un líder escollit pels redactors. L'equip és flexible i un reporter pot saltar d'un a un altre, segons les necessitats. Aquests equips tenen poder editorial i econòmic i se'ls demana tanta responsabilitat per la difusió del diari com per l'administració del seu pressupost. Aquesta democratització de les redaccions les fa més àgils i menys burocràtiques, redueix les reunions i permet una millor comunicació tant de dalt a baix com de baix a dalt.

El resultat és, d'una banda, la frustració dels directors, que perden poder i han d'escriure més, i de l'altra, l'increment de la il·lusió i la creativitat entre els reporters. Al *Dayton Daily News* la "redacció sense compartiments" i el model de periodisme cívic ja han donat resultats. Les darreres dades de difusió indiquen que la xifra de lectors del diari ha augmentat en un 14 per cent ●

GRÀFIC 2

CONFIANÇA	1987	1989	1991	1993	1995
Prensa	18%	17-18%	14-16%	11-15%	11%
Govern	19%	20%	35-26%	12-15%	9%

En el llibre *Out of order* ('Avariats'), el professor de ciència política Thomas Patterson conclou que si la gent considera negativament el govern i s'ha tornat més cínica envers les institucions polítiques és perquè els mitjans de comunicació nord-americans s'han dedicat a retratar negativament els polítics. Patterson és un dels que consideren que les eleccions presidencials de 1988 van marcar un rècord en ser les més mal cobertes informativament de tota la història. A partir d'aquesta constatació molts periodistes es van plantejar que havien de canviar la manera d'informar sobre la política. Calia dedicar menys informació a l'estratègia electoral i als insults i atacs entre candidats i més als programes i les propostes polítiques.

L'autocrítica i la reacció dels periodistes

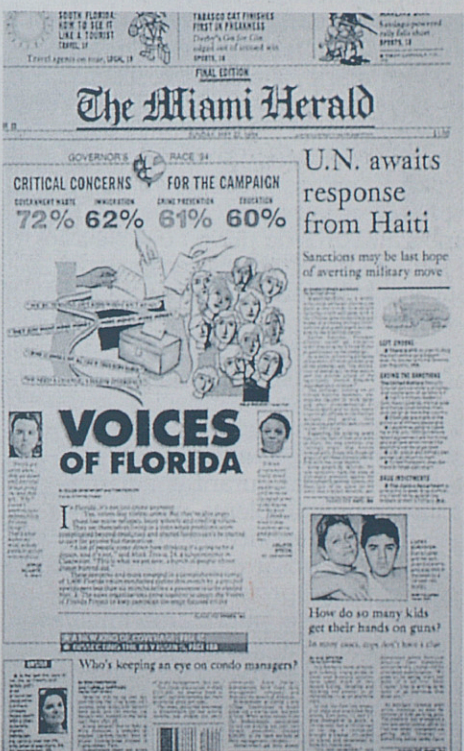
Després de la campanya presidencial del 88, als Estats Units molts periodistes es van adonar que els valors periodístics no sempre coincideixen amb els interessos dels votants. Si els periodistes havien estat incapaços de plantejar els temes que interessaven a la gent, potser la solució seria que la gent plantegés directament als polítics les qüestions que els interessaven. I d'aquesta reflexió va néixer el periodisme cívic o públic.

A començament del 1996 participaven activament d'aquest nou moviment 80 diaris nord-americans, la majoria publicacions de ciutats mitjanes. Però darrerament s'hi han incorporat diaris com el *Boston Globe* o el *San Francisco Chronicle*. Les companyies propietàries dels mitjans veuen en aquest nou periodisme una manera de guanyar clientela i assegurar-la per al futur.

Els periodistes i els editors nord-americans creuen que els mitjans locals que expliquen els problemes i la vida de les comunitats són els únics que tenen futur per competir amb les autopistes de la informació, que tendeixen a aïllar la gent a casa i a fer-la desinteressar dels afers públics, els quals són la base d'una democràcia. I si a la gent no l'interessaven els afers públics, els mitjans de comunicació perden el sentit de la seva existència.

En el periodisme públic, en comptes de cobrir les notícies com a observadors passius, els periodistes s'esmercen a connectar amb la societat. Són actors.

El director del *Wisconsin State Journal* a Madison, Frank Denton, defineix el periodisme cívic com el que encoratja els periodistes a involucrar-se en la comunitat, per fer revifar la



—Les companyies propietàries dels mitjans veuen en aquest nou periodisme una manera de guanyar clientela—

vida pública i ajudar a resoldre els problemes bàsics de la societat, en lloc de només descriure com aquesta es va desintegrant. "Fem periodisme cívic perquè el paper del periodista és assegurar que la democràcia funcioni", diu Denton.

Un dels precursors del periodisme públic és David Merritt, el director del *Wichita Eagle* de Kansas. Merritt ha publicat el llibre *Public Journalism & Public Life: Why Telling the News is Not Enough* ('Periodisme públic i vida pública. Per què no n'hi ha prou només explicant les notícies'), on hi diu: "El periodisme públic va més enllà de la limitada missió d'explicar notícies, té la missió més àmplia d'ajudar a funcionar millor la vida col·lectiva. Aquest periodisme salta del concepte tradicional que el periodista s'ha de desvincular dels esdeveniments que cobreix a fer-lo un participant actiu de la vida col·lectiva. Va més enllà de descriure què va malament i s'imagina com serien les coses si anessin bé. El periodisme públic deixa de veure la gent com a consumidors i els tracta com a ciutadans, com a actors potencials, per ajudar a trobar solucions democràtiques als problemes públics".

L'objectiu és obtenir resultats

El periodisme cívic pretén connectar permanentment amb els líders dels moviments socials i amb la gent. Segons Merritt, això és el contrari del que fa habitualment el periodisme, preocupar-se més del govern, que és el reactor davant dels problemes, que no pas de l'activador, que és la gent. La traducció d'això és que a les campanyes electorals no són els periodistes els que pregunten als polítics, sinó la gent. I la gent els qüestiona sobre els efectes de la política a la vida diària, mentre que els periodistes pregunten fonamentalment sobre el joc polític.

Els capdavanters del periodisme cívic pertanyen a diaris, però com que volen obtenir com més ressò millor, fan els projectes juntament amb emissores de ràdio i de televisió locals. Cada mitjà hi posa tots els recursos per investigar, publicar informacions en profunditat o fer debats i entrevistes.

La tècnica d'aquest nou periodisme consisteix a canviar el sistema clàssic de la informació episòdica per la informació temàtica. L'episòdica consisteix a informar d'un fet quan passa i oblidar-lo, mentre que la temàtica vol dir reflexionar durant una llarga temporada sobre aquell problema per esbrinar per què passa. La característica de la informació temàtica és posar gent a debatre en profunditat el perquè del problema, en lloc de limitar-se a impressionar el públic amb imatges o informacions impactants, però superficials. Per exemple, en lloc d'informar d'un nou crim en un barri conflictiu, els periodistes s'endinsen en la problemàtica dels veïns per tal de

conèixer la causa de la violència i intentar trobar-hi solucions.

El periodisme cívic treballa en projectes que poden durar mesos. Comença donant informació continuada sobre una problemàtica en contacte amb els que la viuen: droga, violència, maternitat juvenil, ensenyament, atur, etc. Pregunta també als responsables polítics. Publica investigacions periodístiques sobre el tema, fa enquestes, anàlisis i finalment posa cara a cara ciutadans i polítics per cercar alternatives.

Un bon exemple de la força de mobilització del periodisme públic ens la dona l'experiència del *Dayton Daily News*, a Ohio. Un projecte titulat "Joves en el caos" va debatre a fons la causa de la greu violència juvenil a la ciutat. S'hi van mobilitzar 36 grups socials i 4.000 persones. El projecte va durar un any i la violència juvenil a Dayton va baixar dràsticament. Els periodistes atribueixen els resultats al fet que la gent es va identificar amb el problema perquè els mitjans de comunicació el van tractar a fons.

Les primeres avaluacions d'aquest nou model de periodisme han demostrat que ha servit per augmentar la confiança de la gent en els mitjans de comunicació que el practiquen, encara que no hagin augmentat les vendes. Que en aquells llocs on el fan, hi ha més gent que s'involucra en projectes socials o veïnals i el debat que ha començat a través dels mitjans acaba aportant solucions. La gent es veu més representada i hi participa més. I els polítics també han reaccionat, perquè se senten més compromesos amb aquest tipus de confrontació amb els seus representats que no pas amb els periodistes.

Què hi diuen els crítics?

Els crítics del periodisme cívic o públic diuen que això és simplement una nova manera d'etiquetar el bon periodisme.

Michael Gartner, director de *The Daily Tribune* a Ames, Iowa, diu: "Se suposa que les pàgines de notícies han de servir per explicar els esdeveniments de la comunitat, no pas per a organitzar-los. Se suposa que els reporters han d'explorar els temes, no pas resoldre'ls. El que hom espera d'un periodista és que expliqui la veritat".

Els que s'oposen al periodisme públic argumenten que si el periodista pren posicions perd la credibilitat; que si un mitjà de comunicació es dedica a intervenir en lloc d'únicament explicar fets, la seva credibilitat està en perill. En canvi, els defensors del periodisme cívic argumenten que la credibilitat la tenen aquells que es comprometen i defensen causes que interessin la gent. Els crítics repliquen que el paper del periodista no és fer d'advocat. Però els defensors del periodisme públic contesten que el periodisme ha fallat i que cal modificar el seu paper social ●

—Les autopistes de la informació aïllen la gent a casa i la fan desinteressar-se dels afers públics—