



**FERMÍN BOCOS**  
Periodista

Ahir els diaris de Madrid informaven del desenllaç de la crisi política que pateix Veneçuela i de la tornada d'Hugo Chávez a la presidència de la República després que fos avortat el cop d'estat organitzat per l'oligarquia criolla.

Des d'una perspectiva estrictament periodística era l'obertura lògica; no obstant això, un veterà diari de Madrid va dedicar la portada a la infructuosa mediació de Colin Powell en el conflicte araboisraelià. Curiosament, aquest diari s'ha caracteritzat per tenir un criteri periodístic excèntric respecte del que era la línia informativa de la resta de mitjans, a propòsit de l'escàndol dels comptes secrets i il·legals del BBVA.

Tan diferent era i és la seva posició editorial, que el dia en què alguns diaris informaven que el BBVA havia creat un banc paral·lel, aquest diari reclamava prudència, perquè argumentaven que hi ha els jutges pel mig i cal esperar a veure què hi diuen.

Quina circumstància pot explicar tanta exquisititat i distància respecte d'altres mitjans? La resposta és que aquest banc és l'ens financer de referència del grup editorial al qual pertany. Potser per això els lectors d'aquest diari també s'han perdut una interessant notícia apareguda en el transcurs de les filtracions que acompanyen la investigació de la Fiscalia Anticorrupció i del mateix Banc d'Espanya amb relació al destí dels fons del compte secret del BBVA a l'illa de Jersey. Em refereixo al fet que, segons el que s'ha publicat, el BBVA va contribuir a finançar la campanya electoral d'Hugo Chávez.

El cas d'aquest diari crida l'atenció, però no és l'única baula en la cadena de silencis i veritats a mitges amb què també altres mitjans han intentat trampejar aquest escàndolós afer. En una cadena privada de televisió —un dels principals accionistes de la qual és el BBVA (tenint en compte la manera com expliquen les coses, no sembla que s'hagin assabentat bé del cas). En un altre canal —en què aquesta entitat bancària també és el "banc de referència" de tot el seu ampli grup editorial— els periodistes, tot i tenir tan a prop la font, sembla que s'estimen més beure d'una altra aigua, i amb prou



**JORDI TARRAGÓ**  
Dissenyador

feines han tingut temps de tocar informativament i editorialment l'escàndol, tan ocupats com estan en una escaleta plena de successos i succeïts aliens. Aquests comportaments no són anecdòtics. Em sembla que els mitjans afectats haurien d'informar els seus lectors o telespectadors de les hipoteques que els impedeixen explicar convenientment els fets coneguts. Que consti que escric això sabent que altres diaris s'ofereixen a fer la feina bruta en la guerra de poder desfermada al BBVA. A Espanya, la contigüitat empresarial entre la banca i alguns mitjans és un fenomen característic. No és freqüent en altres països, perquè l'opinió pública no ho accepta.

Els bancs, com altres indústries poderoses, utilitzen els mitjans de comunicació per relacionar-se amb la societat, i fins aquí no hi ha res a objectar. El problema sorgeix quan tenen problemes o quan per mitjà dels seus gabinets de comunicació produeixen informacions tancades que els agradaria que els periodistes es limitessin a reproduir en els mitjans. És quan la propaganda es barreja amb la informació.

Per explicar aquestes històries, aquests gabinets de comunicació troben mitjans i periodistes que han renunciat al sentit analític i crític. Dit d'una altra manera: es fan accionistes de diaris i canals de televisió, perquè busquen protecció per als seus actes; i en els mitjans en què treballen, el periodista tendeix a ser relegat a funcions més pròpies d'un misatger que d'un analista. Em sembla que el cas del BBVA ens hauria de fer reflexionar a tots. També haurien d'explorar la possibilitat que les empreses facin una declaració expressa dels seus interessos al públic i als professionals de la informació. És un debat que va més enllà del món del periodisme i ens trasllada a l'essència de la democràcia. Quan al segle XVIII l'escriptor i polític anglès Edmond Burke va batejar la premsa com "el quart poder", que significa l'ascendència dels mitjans sobre l'opinió pública, no s'imaginava fins a quin punt aquest poder acabaria sent l'origen de moltes de les seves servituds.

(Article publicat al diari AVUI el 16 d'abril de 2002)