



XXVI Edició Curs d'estiu Universitat Internacional de la Pau
Alternatives per a un món més just
Sant Cugat del Vallès | 14 a 20 de Juliol 2011

**Els moviments socials davant la llei del silenci:
de l'autorganització a la insubmissió informativa**

Gemma Garcia Fàbrega i David Fernández, periodistes de la Directa
...

La Directa:
una experiència d'autogestió
i desobediència informativa

[Una alternativa dels moviments socials per als moviments socials]

"La cultura és l'opció política més revolucionària a llarg termini" - Montserrat Roig

La DIRECTA és un mitjà de comunicació en català, en format de setmanari d'actualitat crítica, investigació periodística, debat social i anàlisi col·lectiu. Nascut en les esclatxes d'un sistema d'exclusions – també informatives- i covat en la desobediència contra la llei dels silencis múltiples, vol recuperar la funció social del periodisme de denunciar els abusos i les injustícies i alhora potenciar les alternatives existents per a superar-les. Gràcies a una estesa xarxa social de corresponalies i col·laboradores d'arreu dels Països



Catalans i el món, des de 2006 el setmanari es publica setmanalment en paper. Sumant consolidades experiències anteriors que han esdevingut multiplicació, el gener de 2010, la Directa i la revista degana de la premsa alternativa dels Països Catalans, Illacrua, es van fusionar per crear un mitjà més sòlid, de més qualitat i de més abast i fondària. I el 3 d'octubre de 2011, el setmanari va esdevenir un mitjà multiplataforma amb l'aparició d'una web d'actualització diària, nascuda de la intenció de dur la veu del carrer a l'espai cibernètic, reforçant el paper de les xarxes socials en la difusió d'informacions silenciades, negades o esbiaixades.

Les persones –vora la vuitantena- que integrem aquest projecte horitzontal, assembleari, autogestionat i descentralitzat al territori, entenem la comunicació com una eina de transformació social i la rebutgem obertament com a simple mercaderia o negoci. Per aquesta raó, la Directa vol ser una eina comuna per a visualitzar les pràctiques dels moviments socials i aquells projectes polítics, socials i culturals que plantegen un model alternatiu a l'actual dominant de capitalisme senil. Alhora, es presenta també com un mitjà de visibilització d'aquells col·lectius socials acallats i de realitats socials invisibilitzades per la gran majoria de mitjans de comunicació. Sempre però a través d'un periodisme rigorós i de qualitat, que ens consolidi com una alternativa informativa comunitària, social i enxarxada.

La nostra independència arrela i es fonamenta únicament en què depenem exclusivament de nosaltres mateixes. La Directa és viable solsament gràcies als seus subscriptors i subscriptores, 1.400 actualment. I subsisteix gràcies al treball voluntari de desenes de persones i una petita estructura tècnica. Radicalment antagònic al



model de mitjà-empresa, la Directa és de propietat col·lectiva i estudia convertir-se, de forma pionera i quan la viabilitat econòmica, en cooperativa. És a dir, ha estat el propi teixit i moviments socials els que han habilitat i possibilitat l'existència d'un mitjà de comunicació no supeditat a cap grup econòmic o polític i per tant, crític amb tot poder.

D'ON VENIM

La Directa neix com a projecte d'informació alternativa l'any 2006, impulsat per persones que porten anys treballant en col·lectius de contrainformació i comunicació popular, social i comunitària. A l'inici, la Directa neix amb l'objectiu principal de ser un setmanari pensat, dirigit i sostingut des dels moviments socials i per als moviments socials, davant la constatació que en l'última dècada hi ha hagut un creixement sostingut, qualitatiu i notable dels moviments socials rupturistes. A escala mundial, sota l'escalf de les primeres onades altermundistes o a casa nostra, amb la creació i el desenvolupament de noves iniciatives i lluites: insubmissió, ecologisme, feminisme, okupacions, assemblees de joves i estudiants, casals i ateneus, plataformes en defensa del territori, cooperatives de consum, grups de solidaritat, etc. En aquest context de dinamisme social recuperat, una de les demandes que més ha crescut és la que reclama una informació diferent, no manipulada i no dependent de controls econòmics, institucionals o polítics. Que no ens informéssim de nosaltres mateixes a través dels mitjans "d'ells" –per dir-ho en termes de Joan Fuster- sinó que fóssim capaces de generar els nostres propis mitjans lliures, canals de reciprocitat i espais comunicatius comunitaris.

La Directa, un mitjà que es troba en transformació permanent, ha



prioritzat durant la darrera etapa la necessitat de transcendir com a projecte dels moviments socials i poder arribar també al conjunt de la societat. Aquest objectiu ens ha convertit en el primer mitjà de comunicació català dirigit al gran públic que funciona de manera horitzontal, assembleària i autogestionada i que publica setmanalment en paper i és present a diari a la xarxa. Mitjà social que és sosté únicament per les aportacions dels moviments socials.

A més, el gener de 2010, el setmanari va renovar-se al fusionar-se amb la revista de pensament i anàlisi Illacrua, referència pionera de la premsa alternativa als Països Catalans. El canvi no només va suposar una modificació en les capçaleres, que va mantenir el nom de la Directa tot incorporant el logotip d'Illacrua, sinó una renovació completa del setmanari. Es van mantenir les seccions de referència de la Directa a la vegada que es va incloure un suplement de vuit pàgines, dedicat a l'anàlisi crítica en profunditat i a la difusió de les alternatives aportades des dels moviments socials, sota el nom de Quaderns d'Illacrua.

Amb la fusió, el setmanari va passar de tenir 28 pàgines a tenir-ne 32, la qual cosa ha permès un augment dels reportatges d'anàlisi, de les entrevistes en profunditat a sectors vinculats al pensament crític i els moviments transformadors, així com d'articles vinculats a noves alternatives quotidianes de vida. En el mateix sentit, la nova Directa ofereix més riquesa en els continguts i en el tractament estètic, ha ampliat la xarxa de col·laboradores que la fa viable i ha augmentat l'abast de la seva tasca.

El 3 d'octubre de 2011 la Directa va llançar una nova web amb la intenció d'esdevenir un mitjà multiplataforma, d'actualització diària,



que dugués el dia de la dia de les veus del carrer a la xarxa. El llançament d'una nova plataforma, que multiplica les possibilitats informatives de facilitar l'accés a una lectura crítica i conscient de la realitat social, suposa un repte pel col·lectiu en tots els sentits. La web passarà a tractar la informació des de la immediatesa de l'actualitat -fent un esforç considerable- i el setmanari en paper assumirà un rol diferent, on els continguts ofereixin l'anàlisi, el debat i la reflexió sobre les claus del món i la societat on vivim, convivim i sobrevivim.

En l'àmbit de les referències, la Directa sempre fita enrere per poder seguir endavant. Els altres periodistes del 1939 –negats, exiliats i perseguits per la dictadura-, la premsa obrera, el periodisme d'investigació a la transició o les experiències de comunicació comunitària arreu del planeta són referents inel·ludibles per a la Directa. Si el present és la cruïlla on es creuen passat i futur, volem saber d'on venim per saber on anem. Recentment el diari 'El Punt' entrevistava l'historiador Josep Maria Figueres. A propòsit dels i les altres periodistes del 39, que van ser desnonats del país, de la història i de la vida per la crueltat del feixisme. La primera pregunta– "Què faria un periodista dels anys 30 a la Catalunya actual?"- tenia una resposta immediata, clara, precisa: "tindria vocació per la professió, seria lliure i radical en els continguts i crearia els seus propis mitjans davant les dificultats d'accedir a la premsa i el constrenyiment empresarial del sector". Això voldria ser la Directa.

MODEL COMUNICATIU

La Directa fuig de la pretensió d'una falsa objectivitat, des de l'evidència que mai ningú és neutral i sense defugir allò que ens ha



fet avançar: la voluntat de rigorositat. Som subjectius d'entrada, és clar, ho reconeixem obertament: ens considerem una eina de transformació social i per tant, el nostre compromís és exclusivament amb els moviments socials emancipatoris: estem escorats obertament cap la llibertat i la justícia social. Som subjectius –a l'hora d'escollir temes i enfocaments, quan triem quina actualitat prioritzem, quan de triar fonts, quan decidim des del primer segon el món amb els ulls i la veu dels sense veus- però això no limita el nostre rigor. A diferència de la resta de mitjans, no neguem els nostres interessos i objectius: intentem modificar i alterar les desigualtats –també informatives- d'allò que ens (mal)diuen sobre el que (no) passa cada dia. Potenciem l'actualitat crítica com a setmanari, però sempre entesa com a una realitat complexa que ha d'anar acompanyada d'anàlisi i de reflexió. No de notícies-píndola, sinó dels elements claus per a que cada lectora o lector es forgi, autònomament i lliure, el propi criteri, fomentant la capacitat crítica, analítica i reflexiva de cadascuna de les persones que fem possible la Directa –periodistes, subscriptores, col·laboradores, lectores.

Molts altres aspectes –fonts, dinàmica, autorganització, pràctiques periodístiques- ens diferencien obertament dels processos de producció informativa de la resta de mitjans dominants, però potser caldria destacar sis:

- Davant de la “informació de l'espectacle”, descontextualitzada i allunyada de les persones, volem oferir informacions de qualitat, més reposades, arrelades al territori i als moviments socials. Garantir que el dret a la informació lliure i veraç sigui, precisament això: un dret social garantit.



- Som un mitja de carrer, que trepitja i viu el carrer, que es fa des del carrer: és a dir, des de la realitat social i ajudant a visibilitzar el potencial social d'un país invisibilitzat que ja batega en multiplicitat de pràctiques socials solidàries, iniciatives comunitàries, col·lectius de base i experiències que ja estan transformant la societat

- No entenem la Directa com una mercaderia, un negoci o un simple producte informatiu, sinó com a una autèntica eina de transformació social. En conseqüència lògica, no contemplem la publicitat –que és testimonial i discriminada per criteris socials- com a principal font d'ingressos. L'espina dorsal del projecte és –ahir, avui i demà- la confiança de les subscriptores. Ancorats també en la socialització de la cultura i el coneixement, alçats contra la privatització del saber, defensem la lliure circulació d'informació i apostem per les llicències obertes i compartides enfront el Copyright.

- Contra la verticalitat de les empreses de comunicació, el Setmanari de Comunicació Directa pretén establir l'horitzontalitat i l'assemblarisme en totes les seves facetes, trencar la lògica emissor-receptor cercant la reciprocitat i potenciar la proximitat i transparència amb totes les lectores.

- Assumim el potencial de les noves xarxes socials digitals al segle XXI, com a font d'informació instantània però també com a font de denúncia i crítica als poders. Per això fem un esforç per ser presents a les més hegemòniques: Twitter (@La_Directa) i Facebook (pàgina Setmanari Directa), però també a les alternatives: N-1 (setmanari_directa) i identi.ca (setmanari_directa).

- Des de fa dos anys cal destacar que, sent un mitjà generalista, som



pioners en emprar un llenguatge no sexista i no androcèntric.

Amb motiu de la fusió amb Illacrua, vam voler redactar la nostra particular Agenda 21 sobre la premsa alternativa, la comunicació comunitària i el dret social a la informació. I aquest va ser el resultat.

La nostra 'Agenda 21'
de la premsa alternativa
i la comunicació comunitària

"No em podeu entendre perquè no heu llegit Tolstoi" · Anna Politkovskaya

1. Que predomini l'anàlisi per sobre de la descripció. Que la revista sigui una eina per entendre les realitats, els contextos i les causes dels processos socials i els fenòmens de fons que més ens poden afectar.
2. Que estimuli a revoltar-se contra les injustícies. Una comunicació alternativa que no aconsegueixi animar a l'acció no serveix de res.
3. Que aporti propostes, idees, testimonis i experiències per eradicar aquestes injustícies.
4. Que no triï les notícies en funció de la seva espectacularitat, ni només perquè les protagonistes són la nostra gent.
5. Que sigui honesta i no tergiversi ni ocultï parts de la realitat amb maniqueïsmes per fer-nos veure que les persones bones –les nostres– són molt bones i les dolentes –elles– encara són més dolentes.

6. Que sigui plural perquè aquest nostre és divers i diferent. Està integrat per totes aquelles persones que som socialment i culturalment sensibles, som la gent que no pot evitar tenir mal de panxa quan llegeix el diari o mira el telenotícies.

7. Que també sigui un mitjà obert amb aquelles que no són les nostres: necessitem gestionar tanta diversitat com la que puguem atraure.

8. Que sigui una revista amb la qual no sempre estiguem d'acord, però que, tot i això, sempre ens interessi de llegir.

9. Que ens faci partícips d'un nosaltres ampli, d'un col·lectiu humà que, en les grans coses, pensem igual. Que contribueixi a la configuració d'una identitat col·lectiva: les nostres no són bèsties rares.

10. Que la conclusió implícita de cada article no sigui que "tot està fatal".

11. ...però que tampoc sigui que les nostres acabaran guanyant.

12. Que no tingui temes tabú.

13. Que no faci de portaveu de ningú.

14. Que s'estalviï predicar.

15. Que després de llegir-la, sentim que hem après, perquè el



setmanari aporta les claus per entendre alguna cosa, perquè obre nous camps de coneixement, noves tendències i experiències.

16. Que, de vegades, en llegir-la, ens sentim incòmodes amb les nostres pròpies actituds...

17. ...i que, alhora, ens ajudi a canviar maneres de pensar i hàbits.

18. Que sigui agradable de llegir i maca de mirar.

19. Que no necessitem emprar un altre mitjà per informar-nos.

20. Que, en llegir-la, entrin ganes de comentar els articles amb l'altra gent, fins i tot amb aquella que ni coneixem.

21. Que, de tant en tant, es faci preguntes sobre què vol esdevenir.

Sis apunts breus sobre poder i mitjans de comunicació

1. QUI PAGA, MANA.

«Hi ha democràcia on manen els pobres» - Aristòtil

Si Roma mai no pagà traïdors, és ben lògic que els mitjans de comunicació responguin exclusivament als interessos excloents i exclusius dels seus propietaris. Abans de la implosió de l'era de la globalització, el 80 % del que corria per les autopistes de la informació



mundial estava controlat per quatre agències internacionals, que escollien cada dia el que passava, el que no i com succeïa. Totes quatre —òbviament— eren multinacionals de capital americà i europeu que relataven el mateix monòleg. Reproduint la dominació colonial però ara sense control territorial in situ, a l'Amèrica Llatina la primera agència és l'agència espanyola EFE, que no endebades es continua dient F, perquè va ser creada l'1 d'abril de 1939 en homenatge a un senyor que es deia Franco. Coses de la vida. Quan la memòria sempre és antídote.

Estat o privada, la informació és en mans dels seus amos, per dir-nos què cal pensar, qui són els dolents i com cal obeir. A l'Estat espanyol, a la dècada dels 90 el paradigma era el següent: els dos «Emilios» —Emilio Botin, dels BSCH; i Emilio Ybarra del BBVA— controlaven indirectament el 66 % de tot el que es llegia i s'escoltava a l'Estat espanyol a través del control que exercien els seus bancs. Avui, el paradigma no ha canviat excessivament, però s'ha modificat l'escenari, alterat a través de reiterades compres, vendes i fusions que han aguditzat la concentració dels grans «mass media». La irrupció democratitzadora que modificarà i esmicolarà aquest antic monopoli és la implosió de les anomenades xarxes socials i la horitzontalitat en la producció i accés a la informació. Precursors: Seattle 1999, quan el lema “be the media” —sigues tu el mitjà— va esdevenir consigna.

És clar que qui té poder es genera la pròpia imatge, tal com voldria, i conforma una informació monocromàtica i unidireccional. Gutenberg no va fer cap gràcia als qui tot ho manegen: l'anomenat quart poder —poder de cultura, poder de conèixer, poder de saber— va néixer un dia, suposadament, per controlar els altres tres però ha acabat aliant-se i esdevenint el nou front de control i dominació del pensament i la consciència. Molt menys coercitiu i visible que el poder militar o altres



formes de control social, els mitjans fan la seva guerra i la fan cada dia, sense treva. I com a qualsevol guerra antiga o moderna, també fan negoci.

És a dir, que de l'aldea globalitzada a la darrera capital catalana passant pel darrer mitjà local institucionalment monitoritzat, qui talla el bacallà informatiu és qui detenta el poder econòmic i qui ens informa, irrompent a casa via visual, hertziana o digital, és un monopoli empresarial o estatal, que sempre venen els monòlegs del Poder com «informació plural i contrastada». En barreja mixturada de raó d'estat i raó de mercat.

2. MITJANS AMB PODER, PODER AMB MITJANS

«Si no aneu amb compte amb els mitjans,
us faran estimar els opressors i odiar els oprimits»

Malcolm X

La capacitat de seducció, manipulació i intoxicació assolida avui pels mitjans s'apropa massa al 1984 de George Orwell: només els falta fer desaparèixer de les hemeroteques les notícies molestes i començar a reinventar el passat. Aquí i ara hi ha mitjans amb un poder impressionant —«la CNN és el setze membre del Consell de Seguretat de l'ONU», va etzibar el 1991 Margarite Albright a propòsit de la primera Guerra del Golf— i poders amb mitjans enormes al seu servei que esdevenen altaveus dels interessos polítics i econòmics de les elits. De la guerra de la informació en tenim tants exemples, tan recents i tan llunyans, que només caldria citar les falses armes de destrucció massiva a l'Iraq, el tancament inquisitorial d'Egunkaria o la bèl·lica gestió desinformativa de l'11-M.



I el pitjor és que la globalització també ha esmicolat la capacitat de la societat civil, quan comunicació i informació han esdevingut sinònim de la societat de l'espectacle i el consum d'entreteniment. De fet, la teoria liberal clàssica parla de tres eixos vertebradors de la societat moderna: l'estat, el mercat i la societat. Però avui, la societat civil, ja no parlem de les classes populars, no tenen cap mitjà de comunicació de masses. Tots estan controlats per l'Estat —el circuit públic de ràdio i televisió— o el mercat, però no hi ha cap iniciativa de la societat civil que contraresti l'allau d'informació que ens assetja cada dia, minut a minut. Només la xarxa ha esdevingut espai de llibertat i per això la defensa de la neutralitat d'internet està esdevenint cabdal contra aquelles que la volen limitar i controlar. Sia com sia, avui, qui ens informa, respectivament, és el poder polític i el poder econòmic i la simbiosi entre tots dos. D'Antígona avui, qui paga mana. La resta de sectors restem indefensos davant els missatges, les misses i les ordres que rebem quotidianament: en una democràcia d'espectadors i consumidors i de molt baixa intensitat i qualitat. On tertulians i creadors d'opinió, que no reproduïxen la pluralitat social, ens diuen que cal pensar. Un bon exemple és l'estudi elaborat per Media.Cat arran de les pitjors retallades antisocials des del final de la dictadura, anunciades per Zapatero el maig de 2010. Una anàlisi en profunditat de les tres principals tertúlies demostrava que, mentre la societat s'hi mostrava en contra, les tertúlies —majoritàriament i aclaparadora— les legitimaven, justificaven i defensaven. Qui dissenteix, a la foguera: en els temps de pensament únic. Unívoc. Unidireccional. Unidimensional.

3. CONTROLAR EL PENSAMENT O LA FÒRMULA DE LA VALL DE MOHAWK



«La propaganda és a la democràcia el que la porra a la dictadura» Noam Chomsky

De tot plegat, Chomsky qualifica el Quart Poder com «la pròspera indústria de les relacions públiques del capitalisme». I no són pas paraules seves, sinó del degà dels periodistes nord-americans. És la teoria del ramat, a qui cal dirigir, i és l'obsessió permanent de qualsevol Poder que es preui com a tal per controlar la població a la que sotmet. Teoritzada el 1929, Walter Lippman ho tenia ben clar: cal controlar el pensament de la població de forma rígida i estricta sota les ordres de la classe dirigent. Chomsky, que ha treballat intensament la història de la propaganda, té una pila d'exemples de com el Poder ha optat, en el segle XX, per l'enlluernadora capacitat de generar (ir)realitat acumulada pel holding de la comunicació.

Els inicis de la història de la propaganda com a arma de destrucció massiva es remunten a la I Guerra Mundial als Estats Units. El president Wilson, a través de la Comissió Creel, va aconseguir en tot just sis mesos convertir una societat pacifista en una d'esdevinguda històricament bel·licista, que volia entrar en l'escomesa europea. Fórmula? A través de notícies falses i distorsionades sobre la brutalitat alemanya. La comissió de propaganda governamental treballava específicament l'àmbit de la premsa i la informació per forçar l'entrada a la guerra, malgrat el programa que va portar Wilson al poder era «Pau sense victòria». La mateixa tècnica la fa servir després contra la URSS, en una ofensiva que —de passada— quasi va aconseguir esmicolar els sindicats davant la por teledirigida a l'Amenança Roja. John Dewel, un dels membres més actius, s'enorgullia en els seus escrits d'haver aconseguit que «els membres més intel·ligents de la comunitat» haguessin enfilat una població pacifista cap a la guerra per mitjà del terror, tot provocant un fanatisme patrioter a base



universitat
internacional
de la pau

de mentides elaborades pel Ministeri de Propaganda britànic, la missió del qual —segons els arxius— era «dirigir el pensament de la major part del món». El que va fer Aznar va ser una mala imitació d'aquell model, que perdura perfeccionat i tecnològic.

És a dir, abans que Joseph Goebbels implementés el reiterat «una mentida repetida mil cops esdevé veritat», els teòrics de la democràcia liberal ja havien deliberat i establert les pautes del control del pensament a través dels mitjans. Lippman, degà dels periodistes dels EUA, va teoritzar «la fàbrica del consens», és a dir, que la gent acatés el que el Poder ordenés. Lippman sostenia —i els seus seguidors sostenen— que «els interessos comuns són totalment fora de l'abast de la comprensió de l'opinió pública» i del «ramat desconcertat». Fet i fet, el que deia Aznar quan el 90 % de la població s'oposava a la guerra. Nosaltres som un ramat: i una elit dirigent ens diu que hem de pensar. Insistim-hi: això no ho deia pas Goebbels, ho diu Lippman en uns estudis que, per més gràcia, es titulen 'Teoria progressista del pensament democràtic liberal', on estableix que els interessos privats de l'elit s'han de socialitzar com interessos socials i universals.

Després de les aportacions de Lippman, amb el desenvolupament vertiginós del capitalisme al segle XX, el sistema va aprofundir en els murs del silenci. A la dècada del 1920 i el 1930, Harold Lasswell, el fundador del camp modern de les comunicacions i de la indústria de les relacions públiques del capitalisme, teoritzava també sobre l'objectiu fonamental de «controlar el pensament del públic». El 1935, amb la Llei Wagner, el món del treball havia assolit una conquesta: el dret a organitzar-se. L'empresariat va prendre bona nota, perquè va ser la darrera victòria de la classe obrera. El 1937, l'empresariat inaugurava la moderna «fórmula de la Vall de Mohawk». La vaga de l'acer a Johnstown,



a Pennsilvanià, resistia i no es doblegava. El capital no va optar pels matons i el pistolerisme patronal. Van descobrir les «campanyes de premsa»: la propaganda salvatge, força més efectiva, eficient i eficaç. Al cap de dos dies de rius de mentides editades en tinta, les fàbriques reobrien. I les elits van teoritzar aleshores, i no és cap broma, sobre «els mètodes científics per trencar una vaga». És la por com a eina, també a casa nostra, jugada mediàticament amb la transició, amb el 23F, amb el referèndum de l'OTAN o amb la deslegitimació de la darrera vaga general. Exemples antic i recents que anuncien, amb Voltaire, que la civilització “no elimina la barbàrie, només la perfecciona”.

4. DEUTES, MENTIDES I CINTES DE VÍDEO

«Segueixen les ràfegues idiotes de les preguntes dels periodistes (a propòsit convindria aprofundir en el caràcter bestial de la ignorància i l'arrogància d'aquesta corporació, reprendre el discurs, no simplement sobre la corporació —brutal i mesquina, però tal vegada millor que altres—, sinó més aviat sobre els periodistes, en singular, qui els paga, relacions de negocis, corrupció...»

Toni Negri, El tren de Finlàndia

Aquesta guerra informativa, però, no és pas neutra ni senzilla. En l'altre bàndol, per dir-ho així, hi ha una guerra intestina per assolir el control dels mitjans. Qui conegui mínimament les interioritats del periodisme català i hispànic ho sap: des de vídeos eròtics de directors amb piscines en espais públics, acomiadaments, traïcions, holdings, fusions, dossiers, batalles campals en unes redaccions cada cop més jerarquitzades i precaritzades.



universitat
internacional
de la pau

Classe de periodisme i periodisme amb consciència de classe, cal apuntar que els i les professionals del sector estan cada cop més flexibilitzats i inestabilitzats. Són obrers d'una cadena de producció d'informació i poqueta cosa més. De l'autocensura autoimposada a la censura sense embuts, tot un ventall de silencis obligats. I, òbviament, tot un ventall de possibilitats i honroses excepcions: de periodistes que estimen la seva professió fins a simples mercenaris de la ploma, que escriuen el que els ordenen a una majoria silenciosa que només rep ordres. No va ser Aznar qui va trucar els directors dels mitjans de comunicació per dir personalment que era ETA l'autora de l'11-M?

Mentides senceres, mitges mentides i teatres de cartró pedra. Quan el tabú informatiu del regne d'Espanya és, fa dècades, és el rei. Molt parlar d'Urdangarin per no dir res de les seves amistats perilloses i negocis dubtosos. Només cal dir que els seus tres assessors econòmics històrics, que li duïen els negocis, van ser condemnats i empresonats (poc temps) a la presó: Mario Conde, Javier de la Rosa i Colón de Carvajal. Més encara: fa poc va morir el rei Fahd, monarca plutòcrata i assassí d'una Aràbia Saudita feudal i sense eleccions. El rei espanyol va mostrar el seu condol —un deute de 10.000 milions de la Casa Reial amb la monarquia saudita l'hi obligava— i aquí tots cofois. Al respecte, i sobre les capacitats de conjugar el verb condemnar en una única direcció, Santiago Alba va escriure a Soy un demócrata: «No condenno el rei Fahd, tan amic del rei d'Espanya, que talla caps, poda mans i arrenca ulls, que humilia les dones i emmordassa els opositors, que es llueix sense diaris, parlaments ni partits polítics, que viola noies filipines i tortura indis i egipcis, que malbarata la tercera part del pressupost de l'Aràbia Saudita entre els 15.000 membres de la seva nissaga i que finança els moviments més reaccionaris i violents del planeta».



5. LA RUTINA DESINFORMATIVA

“Els mitjans de comunicació són els exèrcits del segle XXI”

Ramon Barnils

A les facultats de periodisme, com diria Galeano, s'ensenya a ignorar. Pitjor encara, a obeïr. Val la pena destacar que el 90 % de les informacions publicades provenen de gabinets oficials de premsa. Aquesta és la rutina: gabinets, despatxos oficials, comunicats, informes, dossiers, teletips d'agència. I poca cosa més: la recerca d'informació contrastada i veraç només queda per les grans sessions d'inici dels cursos acadèmics. Trepitjar carrer és ja una pràctica gairebé inusual.

És allà on s'adoctrina i ensinistra en l'estructura del «què és notícia i qui no», reproduint l'estructura classista, jeràrquica i elitista de la nostra societat: les lògiques del poder, la desigualtat i la premsa al servei del Poder. Clar que cal tenir presents altres elements postmoderns: l'auge d'una cultura medieval («pan y circo») de premsa rosa, del culebrot *Los ricos también lloran* i la televisió purrialla com a cultura oficial imposada, que s'estén com una taca d'oli. Vulguem o no, cal no oblidar que el que més es llegeix a l'estat espanyol és la premsa rosa i la premsa esportiva.

Aprendre a rellegir la premsa requereix necessàriament preguntar-se qui informa, qui facilita la informació i quines són «les coses que hi ha darrere les coses». Perquè la dictadura del pensament únic i la imatge única es consolida. Cada cop tenim més dret a escollir entre el mateix i el mateix i, en plena era d'internet, on-lines i saturació i sobreestimulació ens passa allò que descriu el periodista argentí Ezequiel Fernandez-Moores: «Estem informats de tot, però no ens assabentem pas de res». O com diria el



universitat
internacional
de la pau

cinisme resistent llatinoamericà: “al lloc dels fets van personar-se periodistes...i altres forces de seguretat de l'Estat”.

6. COROLARI: ...I GERNIKA LA VAN CREMAR ELS ROJOS

«Aquells a qui els sembli medieval, fanàtic i estúpid morir i matar en nom de Déu, que sàpiguen que mataran i moriran perquè la sisena part de la Humanitat, (aleatòriament escollida), es continuï quedant tots els vídeos i tots els gelats.»

Santiago Alba a Torres más altas

Rebobinem i fem memòria. De la guerra de la informació. Arsenal de mentides on la primera víctima, cada dia, són la veritat i sobretot la realitat: va ser el potentat Hears qui va promoure la bomba del Maine per forçar la intervenció americana a Cuba. Fou Rockefeller qui va alimentar la guerra del Chaco a Paraguai. Thatcher va encetar la guerra de les Malvines per passar per l'adreçador les vagues mineres, i Videla li va respondre per acabar d'ofegar un poble argentí torturat i desaparegut. En fi: la matança romanesa de Timisoara mai no va existir (la revolta sí, és clar) i, segons García-Valdecasas, la policia mai no va assaltar la Kasa de la Muntanya, encara que els jutjats acusin de robatori els agents policíacs. Més proper en el temps i l'espai: l'Estat tanca impunement l'únic diari en èuscar, Egunkaria, i el ministre d'Interior es permet el luxe de dir que és una operació «en defensa de la cultura basca». Així són les coses encara. Quinze dies abans que l'assassinessin, l'assessor militar de J.F. Kennedy va suggerir bombardejar Florida per provocar la invasió a Cuba. I el 1991, des d'algun despatx oficial, es decidia que un cormorà petroliat a Alaska serviria per il·lustrar la guerra del Golf, la primera guerra televisada.

La guerra —i la de la informació és una guerra— sempre funciona així. El 25 de maig de 1969, el ministre d'Exteriors d'Hondures assenyalà la crema dental Colgate salvadorenca «com a factor d'augment de les càries entre els nens hondurenys». No és cap broma. L'endemà, el sotssecretari d'Integració Econòmica del Salvador li responia aduint que «la brillantina Glostora, de fabricació hondurenya, produeix caspa». S'inicià una escalada de tensió, agreujada per l'enfrontament futbolístic de tots dos països a la tanda eliminatòria dels mundials de 1970. L'empresa ianqui que distribuïa la brillantina Glostora va regalar, enmig de les declaracions despectives d'odi atàvic de les respectives premses nacionals, un adhesiu per als cotxes: «Hondureño toma un leño, mata un salvadoreño». Finalment, El Salvador va envair Hondures i esclatà la guerra, que va acabar com acaben totes les guerres: guanyaren els militars de tots dos bàndols i van perdre les majories pobres salvadorenques i hondurenyes. Perquè sempre és el poble qui posa els morts: en la guerra de la informació també.

Des d'aleshores —és a dir, des de sempre— i fins avui (amb l'avanç tecnològic propi de la cibernètica, la informàtica i l'era de la comunicació) tot segueix igual en l'àmbit de les mentides mediàtiques que engreixen els canons de guerra. Fixem-nos en el que deixa l'ocupació i devastació de l'Iraq. Orígens mediàtics d'una destrucció i un saqueig planificat: el famós «informe Blair» que informava en primícia de les armes de destrucció en mans de Saddam Hussein era copiat d'un treball universitari fet el 1990. Només un dimitit ministre Robin Cook va aclarir a Blair de què anava la pel·lícula: les armes les venem nosaltres. En fi, quants mitjans es pregunten per què Bin Laden i els talibans anaven armats amb míssils Sam Stinger nord-americans? Pel poder qui pensa conspira i qui sospita, delinqueix. I malgrat tot, cal deixar-ho ben clar: Iraq no tenia res a veure



universitat
internacional
de la pau

amb l'atac a les Torres Bessones de l'11S, els EUA són el primer productor d'armes de destrucció massiva i la nissaga Bush té més relació constatada amb Bin Laden que tota la família de Saddam Hussein. Sense oblidar que en allò referent a l'incompliment flagrant de resolucions i recomanacions de l'ONU, qui més les incompleix —batent rècords— són Israel, Turquia i el Marroc, socis geoestratègics dels Estats Units. I no passa res. Mai no passa res.

Jose Maria Valverde sempre deia: «Nou ordre Mundial? És el vell desordre de sempre...». I mai una guerra de setge i saqueig com la de l'Iraq ha estat tan obscenament cínica, amb mitjans reproduint com mercenaris les tesis del Poder i amb mentides preprogramades pel Departament d'Estat declarades tan sincerament. I amb el repartiment del botí de guerra explicitat tan diàfanament. Són les gràcies de l'imperi: prohibit robar i assassinar, que el poder no admet competència. Malgrat tot, la guerra continua, quan falla l'economia, continuen fallant milions de vides, i els estralls de la vella guerra contra el terrorisme van acumulant sinistres danys col·laterals arreu del planeta. Implacable i impertorbable, el Poder arrasa, malbarata, escup i ens mata per dins i ens mata per fora. Que la guerra és el terrorisme dels rics.

Coercitiu i excoent, continua avui la capacitat del Poder per generar, en dos minuts, determinats estats d'opinió, per «reorientar» les condemnes hipòcrites i unidireccionals a la violència (a quines sí i a quines no?), per fer-nos conviure plàcidament amb la «normalitat ciutadana» d'un món cruel i absurd, cada cop més injust i desigual. Per reduir-nos al mínim la capacitat d'indignació, per paraitzar-nos, per fer-nos acatar les bestieses quotidianes i obligar-nos a la resignació. Per disciplinar-nos la vida quotidiana, omplir-nos de coses per fora i buidar-nos per dins en la llosa implacable de la societat de consum.



No és gens casual, perquè és la mateixa lògica de la mateixa guerra: sotmetre'ns i lligarnos curt. Perquè la màquina no para i la guerra continua. I continuarà mentre cada dia 25.000 nens morin de gana i 4.000 milions intentin sobreviure en la pobresa. En aquesta eficient expressió del crim organitzat que ha esdevingut el Nou Orde Econòmic Internacional —Galeano dixit—, entre els bombardejos mediàtics i els bombardejos reals que ens colpegen, és lícit sospitar que cal una inversió milionària quotidiana en propaganda, silenci i informació per mantenir una «pau artificial» en un repartiment tan injust de la riquesa mundial. Silenci i propaganda van de la ma. I per això ens cal, més que mai, autodefensa i insubmissió informativa. Fins que en deixin en pau. El risc és el de sempre: acabar creient que Gernika la van cremar els rojos.

I per això passa allò que passa. Que quan algun innocent pregunta per què hi ha 1'3 milions de pobres si Catalunya va tan bé, per què guanyen tants els bancs en el quart any de la crisi o, simplement, per què no apareixen les armes de destrucció, li plouen les hòsties. És normal. No ha après la lliçó: cal consumir Democràcia i Nou Ordre amb el nas tapat, si s'escau. Com si fos xarop. Els pobres nens no saben què passa. Però nosaltres sí: fa temps que reconeixem millor la ferum de la merda en pols amb embolcall de democràcia. És el que ens queda. I ja ho deia un vell comunista català: la premsa són els pamflets que els rics reparteixen als barris pobres.