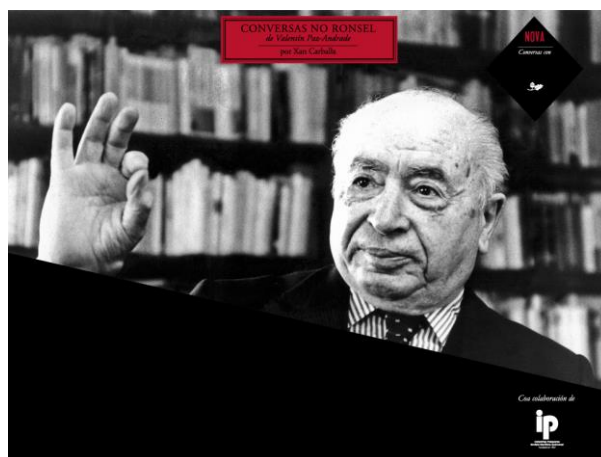




‘A democracia tecnolóxica é unha grande mentira, canto máis ruído informativo máis garantía de non sabermos de nada’

Xan Carballa Vigo, 11 de novembro de 2012

Xornalismo e edición son as dúas trabes que sosteñen a actividade de Víctor F. Freixanes (Pontevedra, 1951). Aquele inicial best-seller seu, *Unha ducia de galegos* (1976), abriu a moitos os ollos sobre a sociedade galega que circulaba fóra dos focos do establishment da ditadura. Tamén estaba alí a voz de Paz-Andrade. Nesta conversa revisa os desafíos que trae consigo para a prensa e os libros tanto a crise como a revolución tecnolóxica.

Cando Valentín Paz-Andrade saudou o nacemento da Federación de Asociacións de Prensa en xuño de 1984, xogou con Montesquieu sostendo que os medios de comunicación se converteran no primeiro poder pola súa capacidade de influencia. Pasaron 28 anos e a prensa no seu conxunto está en plena revolución, ten agora a mesma validez aquel aserto?

Socialmente a máquina mediática segue tendo moito poder. Unha máquina que agora sumou as redes sociais á industria da comunicación. A sociedade contemporánea está cada vez máis marcada polo discurso mediático ás veces montado sobre efectos especiais e compoñentes emocionais e instintivos. A vella prensa de reflexión e información na que se debatían as ideas, hoxe está moi cuestionada, non porque perdese poder senón porque cambiou a súa natureza. Se para don Carlos Marx o poder estaba nos propietarios dos medios de produción, eses propietarios están á súa vez condicionados polo poder financeiro e o político. É unha rede complexa de intereses que remata no mesmo sitio: quen ten o poder condiciona o discurso e os demais pelexamos.

Esa crítica do poder condicionando os medios era minoritaria en tempos e agora parece unha opinión admitida universalmente. E aínda así os grandes xornais seguen ser os modelos de referencia.

Os grandes xornais sono polas súas grandes audiencias e a súa credibilidade. A min paréceme que na vertixe e no caos de información que vivimos, hai unha inflación que acaba sendo embrutecedora, que case afoga o pensamento. Faise difícil distinguir a moeda boa da mala, e esta última é a que funciona porque é máis barata, ten máis circulación e seduce máis. O produto informativo bo é moi caro e nese caos vai haber unha demanda de credibilidades: 'eu fíome deste e non destoutro'. Aí vai estar a batalla. Ben sexa porque coincide coa miña maneira de pensar ou cos meus intereses e gustos eu teño necesidade de saber que di determinada cabeceira de prensa, estea na rede ou no papel. Non é igual que unha noticia ma dea un ou outro xornal, nin un ou outro xornalista. No medio dun patio no que circula a trola e a calumnia impunemente a fiabilidade é clave, e esa fiabilidade non implica que compartas todas as posicións dun medio. O valor da marca como representación do fiábel, o que sempre se chamou prensa de referencia, é o que fará viábel un medio.

Hai unha mistura estraña, sobre todo nos medios na rede: o ruído convive coa falsa democratización de que todo o mundo pode dicir o que quere, con tópicos como o xornalismo cidadán.

E que é iso do xornalismo cidadán? O xornalismo é unha mediación para que a partir dunha realidade complexa se ordene e determinadas audiencias accedan a ela. O xornalista daquela require unha especialización, un compromiso e un posicionamento que non o ten calquera. Unha cousa é que testemuña dun acontecemento poña en circulación na rede un vídeo tomado cun teléfono móbil, e outra o xornalismo como interpretación, análise e xerarquización do dato e o acontecemento para presentalo. Iso non só non está morto senón que segue a ser fundamental.

A min ségueme a asombrar que pola necesidade de conseguir audiencia os medios se degraden a si mesmos. Estou pensando nos comentarios ás noticias, sen edición e sen xerarquización de ningún tipo.

Nun modelo de sociedade na que catro controlaban a máquina do discurso e estabas con eles ou desaparecías, pasouse ao contrario, ao vale todo. Estamos no momento de facer balance e fronte ao monopolio duns poucos donos das palabras, agora a tecnoloxía permite que cada quen teña as súas. Iso produce unha sorte de sarampelo pero ao final volverase a un rego máis ordenado. Como consumidor de información quero saber cal é a calidade que se me dá e quen ma dá, e non me vale calquera. Os medios terán que vixiarse máis, peneirar a calumnia, o insulto e a información non contrastada. A pretendida democracia tecnolóxica é unha grande mentira e a alguén lle interesa canto máis ruído mellor porque é garantía de non sabermos de nada. Tampouco é incompatíbel a profundidade de análise e a amenidade, non se trata de facer discursos decimonónicos, pero a capacidade de manter as audiencias é esencial. Un dos valores do xornalismo do século XXI, sexa en prensa impresa ou non, é a solvencia da información que se dá.

Traballou en radio e prensa escrita, cumprírase esa profecía tan estendida de que a prensa en papel ten os días contados ou segue sendo un artefacto aínda útil?

Non son capaz de velo e a curto prazo digo que hai papel para moito tempo. O pergamiño conviviu co papel moito tempo, porque aquel era símbolo de prestixio. Non se le igual en pantalla que en papel, e iso recoñécenmo os alumnos na facultade de xornalismo. Un xornal en internet e no papel non é o mesmo. O xornal en papel é unha visión do mundo en si mesmo, cada 24 horas: vai desde os anuncios aos deportes, dos editoriais ás crónicas de internacional,... Na rede entras na pantalla, na noticia puntual ou apenas no titular, aínda que podas estender iso ao infinito. Nin se le nin se escribe igual para a pantalla. Por que a publicidade non entra na rede?

Porque os publicistas din que cando tes un impacto impreso telo todo o día e ademais a persoa que le o xornal viaxa todo o día por ese impacto. Son detalles que analizan ben os publicistas porque se xogan moitos cartos. Hoxe por hoxe os datos son teimosos, e a pesar da penetración poderosa de Internet os grandes medios teñen claro que un ano de presenza na rede ten o valor de quince días no soporte escrito.

Predicir o futuro non é doado, pero o papel na nosa sociedade contemporánea ten o mesmo valor que o petróleo e cotiza por igual en bolsa, aínda que discretamente. Países que souberon gobernar ben a súa riqueza forestal e a capacidade de produción de papel, chámense Noruega, Suecia ou Canadá, teñen aí unha das súas fontes principais de ingresos. Galicia, sendo a primeira potencia forestal en España, ten os seus montes en estado selvático.

O que si parece en completa confusión é que modelo de negocio fará viábel calquera das alternativas, papel e pantalla.

Usarei o exemplo do libro. Na facturación española do ano 2010 o 91% dos case 3.000 millóns de euros, representounos o papel. O 9% queda para outros soportes e deste resto o 2% do 9% foi para o libro electrónico. Ou sexa que na facturación total é residual, apenas unhas décimas. Os editores fan un esforzo enorme para entrar no sector pero en termos de consumo non é nada. O negocio está na venda dos aparellos e nas conexións á rede, e disto apenas se discute.

Un dos erros da prensa, e é cómodo velo a touro pasado, foi entrar na trampa do gratis. As empresas razoaron que perdían lectores e para evitalo debían entrar nas redes dándoo todo de balde. Devaluaron totalmente o produto informativo que é de elaboración moi custosa. Ter un xornalista cualificado en Bruxelas, capaz de discernir informacións e datos sobre as cotas pesqueiras na Unión Europea, que ten que publicar información nas páxinas económicas dun diario galego ten un prezo por liña publicada enorme. Se o das gratis na rede a ver como pagas ese xornalista. Quizais había que ter aturado máis tempo sen ceder a esa gratuidade, como houbo xornais que o intentaron, ou facendo outras estratexias. Estamos asistindo a unha revolución, quedará moita xente no camiño pero a prensa ten que volver recuperar a fidelidade a través dun compromiso de pago e sostemento a cambio terá que dar calidade e autonomía. E tamén hai que deprender algo moi importante na revolución dixital: ás audiencias hai que escoitalas e teñen que falar. Non é aquilo das cartas do director manipuladas pola redacción para que falen do que lle interesa ao medio. Teñen que facerse fórmulas para que as audiencias falen e teñan acollida, e a edición deses contidos forma tamén parte do oficio do xornalismo.

En 1985 Paz-Andrade fixo o pregón da Feira do Libro de Vigo. Sostiña que os libros eran “a columna vertebral dunha cultura, medulada por unha lingua”. Segue vixente esa idea trinta anos despois? Cal é o estado da cuestión hoxe e que futuro ten o libro no medio desta treboada económica?

A industria editorial é unha das grandes industrias culturais do mundo. En España só esta por diante a televisión. Cunha facturación de case 3.000 millóns de euros anuais está a anos luz da radio (600 millóns) ou do cine, agora en caída libre, do que moito se fala pero só move da orde dos 300 millóns ou da prensa que factura 1.600 millóns por ano. No mapa simbólico das empresas de comunicación o

libro representa o corazón da memoria, da estabilidade, da tradición, da identidade do grupo social e o acceso individual e culto ao coñecemento e á información. Es ti quen le un libro, mentres a tv responde ao consumo masivo. Esa característica do libro dálle forza de columna vertebral, ou nas palabras de Manolo Bragado, das que sempre me apropio, o libro é o pan da

cultura. Cada vez máis detrás dunha película ou dunha serie de tv ou un cómic está un libro, unha historia contada en palabras. Como vai ser ese libro no futuro? Poderemos ler tamén en pantallas, pero a clave sempre estará na lectura, no acceso á información e o coñecemento a través do código que significa o alfabeto e a cultura. Aquelo que dicía o filósofo de que pensamos con palabras é certo, e a capacidade de organizar o pensamento está na linguaxe e a linguaxe está no texto, non na percepción sensorial ou emocional da imaxe ou no impacto da cultura do audiovisual que sendo importante é distinto. Cada vez atopas máis e máis xente nas facultades que che di 'eu sei, pero non sei como dicilo'. Velaí o problema. Porque se tes control sobre o discurso e o idioma tes control sobre o pensamento, tes capacidade de expresión, capacidade de organizar os teus intereses para defendelos e poñelos enriba da mesa diante dos demais. E a capacidade de expresar é a lectura, non hai outra historia. Non hai ningunha posibilidade de desenvolver unha persoa as súas capacidades de expresión e comprensión do mundo e termos concretos e abstractos senón é a través da lectura e do texto. E esa é unha das eivas da sociedade contemporánea. Na familia e o ensino están as bases e no ensino perdeu parte da importancia a didáctica da comprensión lectora. Ao final a dinámica dos libros recomendados foi para entreter a alumnos e alumnas para que non dean a lata, 'ponlle este para que non se aburran'.

Indo máis atrás na educación, lembro que o cerne da pedagogía de Antía Cal pasaba porque os rapaces falasen e lesen en alto desde moi cativos, que souberan expresarse e escoitar os demais.

É o método americano. Nos EEUU a historia é que os estudantes defendan na aula con capacidade de expresión cada posición. Na facultade, aínda que con cen alumnos é máis complexo, eu propoño un tema e eles teñen que discorrer como buscar as fontes, facer minería de datos para sustentar un discurso e logo ser quen de ordenalo e expoñelo con amenidade, como comunicadores. Esa aprendizaxe é moi rica para todos, eu incluído. O bacharelato debía ser dar as nocións que explican a realidade e despois capacidade de comprensión e expresión, oral e escrita. Pero aquí, con excepcións, seguimos nun modelo antediluviano.

O libro como esqueleto dunha cultura, e dentro disto a lingua. O balance destes 35 anos democráticos é vizoso en moitos sentidos, pero cal é o futuro, porque hai unha incerteza, unha sensación de abismo.

O 99% da edición galega está feito de 1975 a hoxe, pero a sensación de futuro incerto é real e témola moitos. Se miras para atrás dáste conta que en apenas tres décadas o salto foi moi grande, en termos políticos, económicos, sociais, educativos e culturais. Con liberdades democráticas, con descentralización política, por limitada que se poda considerar, e polo tanto da xestión da autonomía e o que supuxo en termos de autoestima, porque houbo moita xente que descubriu Galicia neste tempo, e coa entrada na Unión Europea que agora pasa factura pero deixou miles de millóns que quizais non foron ben aproveitados. Produciuse tamén unha crise de crecemento e agora estamos na fase do sálvese quen poida do neoliberalismo. A acumulación trouxo consigo un cambio de valores: a nosa xeración alimentouse dun discurso épico da política e iso modificouse por completo, na maioría dos sentidos nós fomos de menos a máis e criamos unha xeración de rapaces e rapazas en xeral instalados na idea de que todo é posíbel collelo e é accesíbel sen maior esforzo. En termos de cultura e lingua galega houbo unha especie de renuncia a seguir construíndo pensando que era un edificio xa rematado. Nunha cultura castigada historicamente, que arrastra moitos prexuízos, aínda hai moito que consolidar, e o esforzo que fixemos temos que continualo porque non hai posíbel marcha atrás. Hai que pasar o Cabo de Fornos para chegar a outro mar pero a travesía vai ser moi dura: en facturación o sector do libro galego está hoxe con cifras menores que en 2005, pero mantendo a mesma

producción sen apoios institucionais ou con algúns envelenados, como aqueles que che obrigan a facer un libro en 2012 para que o entregues en 2013 e o cobres en 2014. Algunhas editoras poden estar pechadas cando lle cheguen esas axudas que xa gastou.