



Abril 2020
Número 102



Com verificar?
Notícies, missatges, imatges...

«Una paraula ben trobada
pot economitzar
no només cent paraules,
sinó cent pensaments.»

Henri Poincaré

«La sinceritat no
obliga a dir-ho tot,
sinó a què allò
que es digui sigui allò
que es pensa.»

Angel Ganivet

«Una mentida repetida
mil vegades
es converteix
en una veritat.»

Joseph Goebbels

Sobre les *fake news* i la informació han dit...

«Per tal de lluitar contra
els perills de la mentida
i la ignorància,
els professionals
de la informació han
d'estar alerta i vigilants,
mantenir-se actualitzats,
competents i informats.»

Thomas J. Froelich

«L'autèntic geni
consisteix en la capacitat
per avaluar informació
incerta, aleatòria
i contradictòria.»

Winston Churchill

«El repte està a
mantenir la qualitat
periodística
en un món digital.»

Cristina Castro

«Ja no estem en l'era
de la informació.
Estem en l'era
de la gestió
de la informació.»

Chris Hardwick

«El problema
de les notícies falses
és que debiliten
la confiança.»

Edward Schumacher

«A les xarxes socials
es confon l'opinió
amb la informació.»

Maria Elvira Arango

«Les notícies falses són
perilloses, però una
falsa exposició
de notícies correctes
és encara més
perillosa.»

André Kostolany

EDITORIAL

Revista trimestral
de pensament i opinió

Abril del 2020

Número 102

Directora:

Assumpta Sendra i Mestre

Consell assessor:

Josep M. Forcada

Assumpta Sendra

Joan Romans

Rocío Muñoz

Col·laboradors:

Elena Caballé

Anna-Bel Carbonell i Rios

Maria Coll

M. Mercè Conangla

Lluís Foix

Josep M. Forcada

Thomas J. Froehlich

Elisabet Juanola Soria

Miquel Peralta Mas

Susana Pérez Soler

Rodrigo Prieto

Joan Romans i Siqués

Josep Just Sabater

Assumpta Sendra

Jaume Soler

Edició de continguts:

Àmbit d'Investigació

i Difusió Maria Corral

www.ambitmariacorral.org

Assessorament lingüístic

i maquetació:

Rocío Muñoz Montes

www.revistarecat.org

Publicació associada

a la Universitas Albertiana

www.universitasalbertiana.org

Membre de l'APPEC

(Associació de Publicacions

Periòdiques en Català)

Dip. legal: B-40133-94

ISSN: 1135-2701

Cada autor es fa responsable
dels seus escrits.

En forma de pregunta presentem un nou monogràfic per tractar el tema de les *Fake News* i de la Postveritat. La qüestió és **Com verificar? Notícies, missatges, imatges...** Tots sabem que verificar significa comprovar. Etimològicament verificació prové del llatí *verificare* que vol dir «presentar com vertader», per tant és el procés de buscar proves davant d'allò que és fals i mentida.

Històricament sempre ha estat present aquest fenomen global de les *fake news* des de qualsevol mitjà de comunicació, però des que hi ha accés a Internet i a través de les xarxes socials és una realitat més evident. És a dir, són les mentides de tota la vida en un context nou. Els creadors de les notícies falses saben que fàcilment l'usuari fa un *click* i ja ha picat l'ham. Avui, a través de les xarxes tant es pot ser consumidor com productor de les falses notícies.

La funció primordial dels mitjans de comunicació és informar i just les *fake news* són el contrari, desinformar i manipular de manera intencionada per enganyar, confondre i induir a l'error. Tot això desestabilitza i genera una desconfiança. Produeix desconcert, incertesa, dubte, sospita... i té repercussions en tots els sentits segons el grau de la falsedat: pot desprestigiar una persona, un col·lectiu, una empresa... A més, són missatges contradictoris i falsos que acostumen a circular de forma anònima.

En aquestes pàgines presentem uns fragments d'una anàlisi de l'estat actual de l'ètica de la informació, que tracta sobre l'ètica de la ignorància, informació incompleta, falsa i falsejada i altres formes d'engany i incompetència, a càrrec del professor Froehlich. També un altre aspecte a considerar són els rumors tan freqüents en els mitjans de comunicació i en la mateixa vida. Sovint es funciona amb especulacions no confirmades que es difonen ràpidament i causen dany. Antigament eren de boca en boca i actualment són virals a través de les xarxes. En el monogràfic es publica un article que porta per títol «Una vacuna contra els rumors».

Un dels reptes tecnològics del segle XXI és lluitar contra les *fake news* per identificar-les, evitar la seva reproducció i desmentir-les. Cal cercar mecanismes per protegir-nos i com a usuaris s'ha de saber entendre i comprendre qualsevol notícia, missatge i imatge. És necessari veure més enllà d'un titular o imatge que capta la nostra atenció. Esbrinar qui és l'autor i contrastar la font. Hem de saber gestionar aquest nou món digital que possibilita comunicar-nos de manera ràpida, però a la vegada és una allau desbordant de dades de tota mena.

En aquest context també cal tenir en compte la postveritat que és l'art de mentir. I sorprenentment quan una mentida es repeteix diverses vegades s'acaba convertint en una veritat. Publiquem un article que parla de les postveritats com mentides emocionals produïdes per auto-engany.

Els articulistes donen resposta de com verificar les notícies, els missatges i les imatges. Es fa un crit d'alerta per ser ciutadans ben formats i informats, per no caure en el cercle de falsedats. □



MONOGRÀFIC

Com verificar?

Notícies, missatges, imatges...

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 5 | Pisos de 60 metres quadrats a menys de 4.000€
Miquel Peralta Mas | 19 | El poder de la informació
Anna-Bel Carbonell |
| 8 | L'audàcia de la mentida
Lluís Foix | 20 | L'era de l'emoció
Entrevista a Susana Pérez Soler
entrevistada per Assumpta Sendra i Mestre |
| 11 | Somriure tot dient una mentida
Josep M. Forcada | 22 | Una vacuna contra els rumors
Rodrigo Prieto i Elena Caballé |
| 12 | Mentides en un món incert
Maria Coll | 25 | Autoengany, una autobiografia fraudulenta
Postveritats emocionals
M. Mercè Conangla i Jaume Soler |
| 14 | <i>Fake news</i>, la confusió està servida
Josep Just Sabater | 30 | Fragments d'un estudi titulat
<i>Anàlisi no tan breu de l'estat actual</i>
<i>de l'ètica de la informació: ètica</i>
<i>de la ignorància, informació incompleta,</i>
<i>falsa i falsejada i altres formes d'engany</i>
<i>i incompetència</i>
Thomas J. Froehlic |
| 16 | <i>Fair Play</i>
Joan Romans i Siqués | | |
| 18 | Focs creuats
Elisabet Juanola Sória | | |

Fotografies portada i contraportada: Pixabay.com



Per conèixer tots els números publicats
i llegir alguns articles es pot consultar:
www.revistaREcat.org

Pisos de 60 metres quadrats a menys de 4.000 €

Per evitar les *fake news* podem buscar la font d'informació

MIQUEL PERALTA MAS

PERIODISTA I PROFESSOR FACULTAT COMUNICACIÓ I RRII BLANQUERNA

Fa pocs dies un mitjà de comunicació informava que en un municipi de la província de Lleó es venien pisos de 60 metres quadrats a 3.800 euros de mitjana, i que tot el procés venia avalat per l'Ajuntament. L'objectiu és evitar la despol·lució aprofitant uns blocs d'habitatges provinents de l'antiga indústria minera de la zona i que fa temps que estaven buits. Cal fer-hi reformes, però són perfectament habitables.

Notícies d'aquesta índole ens desperten la curiositat. Com pot ser? De veritat es poden comprar pisos de dues i tres habitacions per menys de 4.000 euros?

En l'essència del bon periodisme hi ha, entre altres coses, saber trobar informacions que trenquen la quotidianitat, és a dir, que alteren el dia a dia de les persones. Ho reflecteix molt bé un llibre del mestre Llorenç Gomis que es titula *La primavera no és notícia* i que recull alguns dels seus darrers articles a *La Vanguardia*, farcits d'aquella saviesa i lucidesa que donen el saber que ja ho tens pràcticament tot fet. La primavera, que arriba puntualment cada any, no és gairebé mai una gran notícia, precisament, per la seva rutina anual.

La sorpresa desperta l'interès. Si, a més de sorprendre, el fet o l'esdeveniment que s'explica en una notícia és nou, és a dir, inèdit, l'interès augmenta. En aquest doble sentit de sorprendre i d'explicar una cosa nova, la notícia dels pisos barats és una informació encertada. I, encara més, si aquesta informació inèdita fa referència a un tema actual i que preocupa molt l'opinió pública com és la manca d'habitatge a preus raonables. Llavors la repercussió pública de la informació encara és més gran.

El reportatge, fet a peu de carrer, inclou una visita als pisos en venda i també una entrevista, entre altres protagonistes, a un comprador. En la seva declaració aquest futur veí ve a dir: «Quan ho vaig saber per la ràdio el primer que vaig fer va ser trucar a l'Ajuntament per comprovar si era veritat. En principi no hi ha pisos de 60 metres, a municipis relativament ben comunicats, per tan pocs diners! D'acord que és una zona deprimida econòmicament però manté els serveis mínims vivencials i assistencials. No pot ser!».

En aquesta història hi ha dos elements que, com a periodista i professor de Periodisme, m'agradaria destacar. El primer ja l'he explicat i és la capacitat de trobar informacions inèdites que repercuteixin directament en la ciutadania. S'ha fet una bona feina periodística. El segon aspecte fa referència a la veracitat dels fets. Aquí també s'ha actuat bé. En primer lloc perquè el periodista que fa la informació s'ha desplaçat fins al lloc dels fets i ha entrevistat les parts implicades, deixant que siguin elles les que expliquin què passa o què acaba de passar. I en segon lloc, perquè el reportatge recull un fragment interessantíssim d'un dels protagonistes de la notícia i que en el fons respon a què haurien de fer tots els interessats en aquesta oferta immobiliària: comprovar abans que res que tot el que es diu sigui cert. I com es pot comprovar la veracitat d'una notícia? Doncs anant a la font d'informació! És a dir, interrogant o interpellant la persona, l'empresa, l'entitat o organisme que promou la iniciativa.

Això no pot ser –pensa el futur comprador–. Truco a l'Ajuntament i ho comprovo directament.

UNA NOTÍCIA HO ÉS SI ÉS VERAÇ, ALTRA COSA ÉS UNA MENTIDA

El mateix protagonista de la notícia explica en el reportatge que a l'Ajuntament el va atendre una persona amb noms i cognoms i li va respondre totes les preguntes i interrogants que tenia. I que, per tant, això va resoldre satisfactòriament els seus dubtes. Una informació comprovada equival sovint a una informació certa i veraç.

Molt s'ha escrit i parlat de la repercussió de les xarxes socials en la nostra manera de comunicar-nos i, per tant, també en la nostra manera de viure. En l'àmbit del periodisme i de la comunicació les xarxes socials han canviat moltes coses. El sector viu una autèntica revolució a la qual va adaptant-se com pot, sobretot mitjançant un treball de prova-error, i tornem-hi prova-error, tant en l'àmbit local com mundial. Els mitjans i grans empreses de comunicació s'observen més que mai els uns als altres per saber si aquella nova iniciativa els ha funcionat o no.

Amb la irrupció de les xarxes socials, els mitjans de comunicació ja no tenen l'exclusiva d'informar i això està sent aprofitat per moltes persones, entitats i grups de poder per desinformar o simplement mentir. Una *fake news* és un frau. De fet una *fake news* té una part d'oxímoron, perquè si una informació o un fet és notícia ho és perquè és veraç, perquè és veritat, perquè ha passat o s'ha dit... Sovint la mentida s'embolcalla amb conceptes àmpliament acceptats per l'opinió pública i els transforma i els transgredeix a favor seu. I això és fraudulent. Una notícia falsa ja no és una notícia perquè ja no és, simplement, una notícia. És una mentida.

A la seva poca fiabilitat informativa, les xarxes socials tenen un altre problema-conseqüència de la seva situació de domini oligopolístic i de la seva poca transparència com a empresa. Qui són els accionistes de Twitter? I els d'Instagram? Facebook és una sola persona? I encara



més, quin ús fan de les nostres dades? Com a empreses, a qui reten comptes? La seva situació és clarament dominant en tot el mercat digital, gaudint d'uns privilegis que ningú –ni els governs democràtics ni els grans organismes internacionals– supervisen fàcilment.

CREIXEN LES EINES

PER VERIFICAR ELS FETS

Malgrat tot, la gran versatilitat i facilitat d'ús de les xarxes socials les converteixen en eines indispensables en el dia a dia, en un procés que sembla imparable. Aquesta hiperconnectivitat facilita la transmissió de qualsevol missatge per qualsevol persona o entitat. Pensem per exemple en una advertència de Protecció Civil sobre una alerta meteorològica, la publicació dels resultats anuals –d'una iniciativa o d'un nou producte– d'una empresa o d'una ONG, un espot publicitari, una fotografia artística o esportiva, una opinió o una fotografia personal o una notícia publicada per un mitjà de comunicació. La majoria de mitjans, també les grans empreses periodístiques internacionals de referència, tenen comptes a les principals xarxes. És habitual que la CNN o la BBC o el *The New York Times* pengin les seves històries a Instagram cada dia.

«La mentida o la falsedat és la *fake* però també hi ha el que podríem anomenar veritat a mitges. Es tracta d'aquelles dades o informacions que poden tenir part de contingut real però que per contra tenen una intenció esbiaixada»

Però la facilitat d'ús i l'enorme impacte que tenen les xarxes entre els usuaris també provoca que es difongui –malauradament– la mentida. La mentida o la falsedat és la *fake* però també hi ha el que podríem anomenar veritat a mitges. Es tracta d'aquelles dades o informacions que poden tenir part de contingut real però que per contra tenen una intenció esbiaixada, és a dir, hi ha una intencionalitat fraudulenta. Tot just

ara està sorgint força bibliografia acadèmica i periodística que estudia aquesta qüestió. A conseqüència d'aquesta preocupació, entre la classe periodística de tot el món està sorgint un moviment que mitjançant diversos nivells d'anàlisi comproven tot el procés de producció de les notícies i n'autentifiquen la veracitat, advertint d'aquells missatges que no són veritat. És el moviment anomenat *fact-checking* o verificació dels fets. Una de les iniciatives més rellevants a Catalunya és Verificat, que compta amb el suport del Col·legi de Periodistes de Catalunya.

BUSCAR I CONSULTAR

LA FONT D'INFORMACIÓ

Per fer front a les mentides i a les veritats a mitges hi ha una fórmula infal·lible. És la mateixa que va fer servir el comprador del pis tan barat del municipi lleonès: buscar la font d'informació, verificar-la i després comprovar que els continguts que has vist siguin certs i correctes. En aquest cas el futur propietari va contactar directament amb l'Ajuntament –una font primària de solvència contrastada– i a més va buscar una persona concreta d'aquesta institució perquè li respongués els seus dubtes.

Recomano fer sempre aquests dos exercicis davant de qualsevol informació que ens arriba per les xarxes socials. Primer, buscar la font d'informació i comprovar si és creïble, cosa que podem saber si busquem qui és i què fa el protagonista de la història. En segon lloc, podem preguntar directament a aquesta font d'informació els dubtes que tinguem. En funció de les respostes tindrem més o menys informació i disposarem de més o menys elements per discernir si aquesta informació que ens faciliten és fiable, és a dir, és de qualitat, o simplement és falsa. Per principi. Des del principi.

I una recomanació final: el WhatsApp no és un mitjà de comunicació! És com a molt una aplicació de missatgeria instantània, tal com la defineix encertadament el Diccionari. Està revolucionant la forma de comunicar-nos però, hem d'impedir que perjudiqui el mode d'informar-nos. □

miquelperalta@blanquerna.ulr.edu

L'audàcia de la mentida

LLUÍS FOIX

ESCRITOR I PERIODISTA



El periodisme viu la transformació més profunda des que es convertí en un element essencial pel bon funcionament de les societats democràtiques. No està en crisi el periodisme sinó la seva gestió en temps en què els canvis tecnològics han creat noves actituds en els lectors i les audiències. Abans el periodisme era el camp delimitat d'un grup petit de persones que eren els preceptors i prescriptors de la informació i l'opinió. Avui tothom opina de tot, a qualsevol hora, a tot arreu, a temps real, fins i tot abans que passin les coses. El que ha ocorregut és que hi ha hagut una revolució en el món de la comunicació, més profunda al meu entendre que l'invent de la impremta al segle xv per Gutenberg.

A partir de llavors els llibres no s'havien d'escriure a mà, els copistes van anar desapareixent i es va produir una revolució del coneixement amb una gran explosió cultural que es mani-

festà en primer lloc en la traducció de la Bíblia i els clàssics. Cada invent que canvia l'accés de més persones a l'àmbit de la informació, produeix una gran sacsejada cultural i política.

El diari és encara avui el mitjà que té més influència en la societat, encara que hagi perdut vendes i publicitat en xifres espectaculars. Però, a part dels diaris, hi ha els nous instruments de comunicació personals i col·lectius que alimenten el consum de notícies i opinions amb més rapidesa, molt menys costos, amb la capacitat d'arribar en temps real a qualsevol indret del planeta. Aquesta és la revolució que ha canviat el panorama del periodisme mundial i que té com a principal instrument Internet.

Els grans imperis periodístics s'han hagut de reinventar. En aquesta reinvençió alguns han caigut pel camí i d'altres mantenen la marca adaptant-se a les noves circumstàncies. Se serveixen del valor i credibilitat que pugui tenir un

«El gran problema que tenim avui, no tan sols el periodisme, sinó la societat en general, és que la mentida circula sense demanar permís a ningú i condiciona les ments i les actituds de milions de persones que debaten sobre fets no comprovats»

mitjà per transformar notícies que eren elaborades pel paper i ara són distribuïdes per les noves plataformes audiovisuals i les xarxes socials. Un element que pot garantir la continuïtat d'un mitjà és el bon periodisme que, de ben segur, no desapareixerà mai perquè sempre hi haurà coses per explicar, si es té en compte que la feina principal d'un informador no és altra que construir un relat sobre les coses que passen.

L'exemple del *New York Times* és molt revelador. Ha triplicat les subscripcions en paper i en els formats digitals des que Trump és president, perquè ha fet un periodisme que s'ha enfrontat amb Trump que acusava els mitjans més prestigiosos i que més l'atacaven de fabricar *fake news*, les famoses notícies falses. L'opinió pública sap trobar la veritat dels fets encara que els poders polítics o econòmics vulguin alterar la realitat. Per aquesta raó el periodisme no està en crisi i no ho ha estat mai.

Hi ha estudis que afirmen que la meitat de les informacions que surten als mitjans són falses, mitges veritats o mentides volgudament elaborades. El gran problema que tenim avui, no tan sols el periodisme, sinó la societat en general, és que la mentida circula sense demanar permís a ningú i condiciona les ments i les actituds de milions de persones que debaten sobre fets no comprovats.

La mentida o les *fake news* han condicionat les eleccions nord-americanes, han influït en els resultats del Brexit i les darreres eleccions que han confirmat la sortida del Regne Unit de la Unió Europea. Les notícies falses han decantat

molts processos electorals en societats democràtiques a favor de països estrangers, lobbies de tota mena i interessos de procedència desconeguda per l'opinió pública.

El gran desafiament del periodisme dels pròxims temps és que sigui fiable, que les coses que expliqui siguin certes, veraces, que es puguin contrastar, que te'n puguis fiar. Hem vist com s'han construït grans debats polítics o socials sobre mentides. Aquesta és l'autèntica crisi del periodisme. No es tracta del suport en paper o digital, sinó si el periodisme és capaç de transmetre la realitat amb tota la versemblança possible. Quan Donald Trump pren possessió com a president el gener de 2017 hi ha dues imatges paral·leles a les televisions: la cerimònia inaugural de Trump i la d'Obama el 2009. La diferència de concurrència a favor del president demòcrata era evident però des de la flamant nova Casa Blanca es va dir que Trump havia guanyat. La seva primera cap de premsa, de les moltes que ha tingut, es va despatxar dient que era un fet alternatiu quan es tractava d'una valoració falsa al no coincidir amb els fets. Una mentida que tothom podia comprovar. Però l'efecte més pertorbador de les *fake news* és la seva repetició desafiant l'evidència de la veritat.

Això és un greu problema, no pel periodisme, sinó per la societat, per la política, per l'economia, per la família. Això qui ho ha fet? Diguem-ne que el mal ús o l'ús indiscriminat de les tecnologies. És a dir, quan et poses a les xarxes i no dones la cara, estàs amb un pseudònim i l'anonimat, pots dir el que vulguis sobre qui vulguis. Jo, a molts d'ells, no a tothom, els con-

testo: «Li agrairia que revelés la seva identitat, perquè no sé qui és vostè, ni a qui m'adreço». L'anonimat fomenta la possibilitat de dir mentides.

Tinc la teoria que el periodisme és l'esborrany de la història. El periodista fa la crònica dels fets, però després ve l'historiador que veu allò que el periodista no ha vist. Recordo en una de les guerres que he cobert, la guerra entre Iraq i Iran a finals dels anys vuitanta, que vaig coincidir amb un gran periodista espanyol, Manu Leguineche, que traspasà el 2014. Jo estava molt commogut per les desgràcies que veia al front i li vaig dir a Manu: «No puc més». Em va respondre: «Tu explica el que veus que la història ja dirà el que ha passat».

El periodista no pot pretendre tenir l'última paraula, la realitat és molt més complexa i polièdrica. Per exemple, Francesc Cambó va escriure les memòries, crec l'any 1940, però hi havia molts silencis i moltes absències. Què ha passat? Encara, molts anys després, s'estan escrivint llibres sobre les coses que en Cambó no deia. Un és amo i senyor d'explicar el que li sembli sobre la pròpia biografia, però no és amo i senyor perquè després la història ho interpretarà com vulgui, agafant una crònica, un article, una crítica, una entrevista que li van fer en una ràdio o televisió. Vicens Vives deia: «La història no es fa sinó que es refà». Del que hem viscut en el nostre país en els últims anys, ara tenim una pinzellada, però sobre això s'escriuran molts llibres, molts més dels que ja s'han escrit, perquè es voldrà saber el que ha passat amb totes les seves complexitats.

Els mitjans de comunicació públics o privats no són màquines perfectes. Penso que els mitjans públics han d'existir per tal que la ciutadania tingui una informació completa i veraç de les coses. Per això han de ser plurals, en el sentit de reflectir els punts de vista diversos. És aviat per fer un judici sobre els mitjans audiovisuals públics a Catalunya i a Espanya en els últims trenta anys però m'atreveixo a afirmar que els factors de biaix polític han passat per damunt dels criteris professionals de pluralitat. Penso que una societat oberta i democràtica necessita informació que tingui caràcter

de servei públic. Els matisos permeten veure millor les complexitats d'una societat.

Els populismes neixen entre altres raons perquè els missatges són molt simples, en blanc i negre, sense explicar el context ni les circumstàncies històriques.

Quan Trump guanyà les eleccions, l'endemà el *Washington Post* li preguntà: «Vostè ha dit moltes mentides», i ell hi respongué: «Sí, però he guanyat». Quan a Nigel Farage, després del Brexit, li diuen: «Vostè ha dit aquesta i aquesta mentida», contesta: «Han estat errors». Això és d'una gravetat extrema per la convivència perquè desvirtua la veritat i el paper que tenim els mitjans. De vegades els periodistes hem de ser més valents, no per anar a favor o en contra de ningú, sinó per facilitar elements suficients perquè la societat pugui treure les seves pròpies conclusions una vegada coneguts els fets. Un exdirector del *The Times* de Londres em deia tot dinant fa uns anys que: «Un bon periodista ha d'estar obert a tots els punts de vista la qual cosa no significa que sigui indiferent a totes les actituds».

Penso que la paraula està en crisi perquè s'abusa d'ella oblidant el seu sentit més genuí. Si un ximple o un autoritari aconseguís fer-se amb eslògans propagandístics alterant el sentit de les paraules acabaríem perdent la llibertat. François Mitterrand, un home que sabia navegar en les aigües brutes de la gestió de la vida pública, deia que: «En política, com en l'amor, les paraules tenen sovint més pes que les coses». La salvació i la convivència, en aquest món de cultura ràpida i d'expressions telegràfiques, ens vindrà per l'escriptura i pel llenguatge com a eines per poder exercitar la crítica.

George Steiner, un dels pensadors contemporanis més aguts, traspasat recentment, deia que la seva oració matinal citant al mestre de l'hassidisme, Baal Shem Tov, era que la veritat sempre és a l'exili. I jo hi afegeixo que cal cercar-la perquè sovint és ofegada per la mentida o per les mitges veritats. □

llfoix@gmail.com

Somriure tot dient una mentida

JOSEP M. FORCADA

Poc després de ser anomenat alcalde de Madrid el professor Tierno Galbán (1979-1986), catedràtic de dret de la Universitat, un periodista li va preguntar sobre una qüestió, que jo en aquests moments no recordo amb precisió, però el fet era que es tractava del contrari del que havia defensat uns dies abans. El periodista li va retreure aquell canvi tan radical. Tierno li va respondre: «¡Pero hombre, estábamos en elecciones!», mentre feia una mitja rialla.

Què representava aquella mitja rialla, feta amb cara de bona persona? Potser li deia al periodista que era un innocent? Què no sabia de què anava la política? Potser Tierno ho considerava com una mentida pietosa. És de suposar que a la seva edat ja se sap que no existeixen les mentides pietoses. Aquesta expressió ve de la justificació dels religiosos i religioses quan arribaven tard a l'hora del menjar o dels resos de la comunitat.

El tot s'hi val per fer creure una cosa que no és veritat acostuma a ser un delictes. En el món judicial sovint la defensa del qui ha delinquit utilitza la mentida o més discretament la mitja veritat. La feina de l'advocat contrari és la de desmuntar la coartada. El qui menteix, a vegades, no és prou intel·ligent i ell mateix cau descaradament en la trampa i se li veu el llautó. Però, hi ha moltes mentides i mentiders que són molt intel·ligents.

De què es defensa el mentider? Potser dels seus complexos o de les seves ambicions. Hem de pensar que no sempre han de ser malignes, però cert nivell de malignitat que acostuma a no ser reconeguda per part del mentider potser és fruit d'enveges i gelosies o de formes de manipular el bé o d'amargar la joia i la pau dels altres. No es pot negar que la mentida serveix per remoure l'ambient i enterbolir-lo.

L'engany no és mai una gracieta, com la del nen que agafa la xocolata del rebost i la mare s'adona i l'infant pretén negar-ho quan encara porta els rastres de xocolata als llavis. El nen té por perquè s'ha saltat la «lleï» de casa. Però sap que el càstig serà lleu i seguirà pensant com fer-ho millor la pròxima vegada, ja que encara no ha entrat en el codi ètic dels adults. Algú més «pillo» pensarà que la seva mare també ho devia fer quan era petita.

Les falses notícies, missatges, imatges... que alteren la realitat, avui són més fàcils de difondre, ja que s'escriu molt més a través de les xarxes socials; es parla molt per la ràdio i no cal dir per televisió amb el format de tertúlies i de reportatges visuals molt convincts. Penso en la mitja rialla del professor, com si fos la de l'infant, tal vegada no s'adonava del que deia, llàstima! Potser no va pensar que havia pogut causar dolor. □

jmforcadac@gmail.com

Mentides en un món incert

MARIA COLL

PERIODISTA I CODIRECTORA DE VALORS



En el llibre *#FakeYou. Fake News i desinformació* (Raig Verd Editorial), coordinat per Simona Levi, s'afirma que la primera *fake news* de la història s'hauria produït durant l'Imperi Romà, concretament quan Juli Cèsar va escriure *Guerra de les Gàl·lies* (58 aC al 51 aC), una obra sobre aquest conflicte amb la voluntat expressa d'enaltir la seva figura i apaivagar les crítiques de l'oposició.

Qui sap si aquesta va ser la primera *fake news* de la història, però una cosa és evident: la mentida forma part de l'espècie humana. El poder sempre ha tingut interès estratègic en la manipulació de la realitat. I la mentida interessada és tan vella com l'origen del periodisme. Per tant, la paraula *fake news* potser és nova, però no pas el concepte al qual fa referència: la creació d'una mentida i la seva posterior difusió per aconseguir un engany massiu.

Ara bé, és evident que en el segle XXI aquest fenomen adquireix una importància especial a causa de diferents factors contextuais que tenen lloc en un moment donat.

El primer és evident. La generalització d'Internet i, especialment de les xarxes socials, han permès que tots siguem de forma simultània possibles autors i receptors de mentides; que la quantitat de mentides a les quals estem exposats sigui exponencialment superior a la de fa escassament unes dècades i, finalment, que aquestes s'escampin a escala planetària a una velocitat fins ara sense precedents.

Per tant, si partim que les *fake news* no són una novetat, en el meu entendre, la pregunta més important en aquest moment hauria de ser: ¿Per què, ara, quan la majoria de la població té un nivell bàsic d'educació i suposadament existeix llibertat d'informació –la qual cosa

«Una altra característica de la societat actual és la sobreinformació. Rebem inputs per totes bandes. Això només és positiu si se sap gestionar»

ens permet contrastar les fonts—, no som capaços de reconèixer les mentides? I en la resposta d'aquesta pregunta trobem altres factors del món actual que no podem perdre de vista quan analitzem aquest fenomen.

En primer lloc, cal tenir en compte la pèrdua de referents. Vivim en una societat on no hi ha fars que ens facin de guia. Les institucions, els mitjans de comunicació, la universitat, l'església.... han deixat de ser referents. Estic d'acord amb el professor de Comunicació, Joan Julibert quan apunta que la proliferació de les *fake news* és la conseqüència i no la causa de la crisi de la professió periodística. Davant la manca de credibilitat dels mitjans de comunicació els ciutadans han buscat fonts alternatives d'informació, encara que siguin de dubtosa veracitat. I aquesta mateixa teoria la podríem aplicar amb altres referents.

Una altra característica de la societat actual és la sobreinformació. Rebem inputs per totes bandes. Això només és positiu si se sap gestionar. Segons els estudis, tots tendim a ser més receptius amb les informacions que encaixen amb el nostre marc mental, per tant, som més vulnerables a ser víctimes de *fake news*. Dit d'una altra manera, com més possibilitat tenim d'eixamplar el nostre ventall de fonts d'informació menys contrastem les informacions que ens arriben, contradicció que ens hauria de preocupar.

Segons un estudi sobre l'impacte de les *fake news* a Espanya, un 60% dels espanyols creu que sap detectar-les, però en realitat només el 14% és capaç de fer-ho. De fet, no és tan fàcil;

perquè cada vegada són més subtils. Com bé explica el degà de la Facultat de Teologia de Catalunya, Armand Puig: «L'ambigüitat és la crisi de la veritat en el món actual, perquè la línia entre la veritat i la mentida cada vegada és més fina».

I, finalment, a tot aquest context, encara li hem de sumar una greu crisi de confiança. Estem en un moment que la tònica general és pensar en primera instància que l'altre ens menteix. La qual cosa provoca que les teories conspiratòries, com hem pogut sentir aquests dies a causa de l'epidèmia del coronavirus, creixin com bolets en plena tardor.

No hi ha receptes màgiques per encarrilar aquesta situació; però una cosa és clara, la forma de combatre les *fake news* no és restringir la llibertat d'expressió o d'informació —encara que alguns vulguin aprofitar la situació—, sinó aconseguir recuperar la credibilitat i la confiança dels ciutadans amb les institucions i els poders fàctics i que la ciutadania aprengui a discernir i a ser més crítica amb la informació rebuda.

La investigadora Yin Yin Lu de la Universitat d'Oxford alerta: «No informar és tan perillós com dir una mentida». No caiguem en aquesta temptació. □

mcoll@valors.org
@Maria Coll

Fake news, la confusió està servida

JOSEP JUST SABATER

POETA

Segur que no és nou per ningú, però no m'estic de dir-ho: literalment traduït de l'anglès, les *fake news* equivalen a notícies pseudoveritades, o «simulades», que porten la llavor de l'estafa i la maquinació. La qüestió coent és saber i poder discernir una notícia fraudulenta d'una de vertadera. O potser no importa? Deu dependre del valor que hom doni a la veritat i/o la mentida que contingui una notícia, car aquesta no és mai neutre, per molt fidel que hom vulgui ser al fet noticiable i per molt que eviti falsejar-lo bo i maldant per presentar-lo amb la màxima transparència i veracitat. I no tan sols per mor de la seva credibilitat, sinó sobretot pel seu pes de realitat. Que una notícia sigui creïble no la fa necessàriament real.

Les mentides, avui més que mai, en el terreny de la informació mediàtica i altres mitjans de comunicació tant generalistes com temàtics, tenen la seva funció: donar per fet i nodrir el mode de pensar de molta gent (mecànic, simplista, primari, fàcil i superficial). Qui s'atreveix a pensar pel seu compte corre el risc de complicar-se la vida en la recerca de «veritats» que no resolen res ni «interessin» ningú.

Els que promouen les notícies enganyoses (periodistes, polítics, factòtums telemàtics, tertulians a sou i altres elements falsaris) no tenen gens d'interès que la gent sàpiga gaire i, en canvi, tenen el més gran interès a enviar tota mena de missatges, imatges i textos subliminars (o bé explícits), per on fer córrer falsedats, mitges veritats, rumors, xafarderies i idees errònies a ultrança i sense aturador. Talment fossin fresques novetats informatives que posen constantment al dia a tothom i fan creure que no ens perdem res del que passa a la societat, per intranscendent que sigui. La qual cosa no deixa de ser una forma de participar –ni que sigui passivament– en els esdeveniments del

món local i global. El que compte és crear la sensació que hom pot opinar de tot sense tenir gaire idea de res. És a dir, mantenir la gent sota l'ombra de la ignorància tot bombardejant-la de dades i informació tant efímera com prescindible.

En aquest punt, sembla pertinent preguntar-nos quin poder o poders hi ha darrere les pantalles tàctils (i intàctils), en què rebem i enviem tota mena de codis digitalitzats que ens fan viure en una immediatesa comunicativa, aparentment sense fronteres, en què la llunyania i la proximitat s'entrecreuen en un nucli mòbil d'intercanvis virtuals. En altres paraules, aquells que mouen els fils (cables, xifres, algorismes, etc.) de la ciberglobalització. I aquí no hi caben teories de la conspiració ni tampoc cal anar a buscar noms, marques, logotips, grup de pressió ni oligarquies mediàtiques, ja que les seves estructures organitzatives operen, neixen, creixen i es desenvolupen en la invisibilitat. I des d'aquesta ens poden «veure», controlar, censurar, manipular... sense ser vistos ni descoberts. En aquest context, no hi ha cap notícia gratuïta, per gratis que a hom li resulti en termes monetaris. Tota informació emesa conté una intenció pretesa. O dit altrament, tota novetat informativa conté una intencionalitat –pretensió– comunicativa.

I del marc difús de les *fake news* no en surt cap missatge que no sigui tendenciós. Per cada falsedat que es difon i s'escampa, es perd l'ocasió de desvelar alguna veritat. I la possibilitat de descobrir per un mateix la mentida que se li vol fer empassar.

La mandra mental de molta gent facilita que les *fake news*, entre altres feixos d'informació truncada i deformadora, amplii el camp de joc del ciberespai i augmentin la massa de receptors connectats a les xarxes.

Això contribueix a generar un ambient tecnològic enrarit, tèrbol i truculent com més clar, transparent i veraç es vol presentar. La confusió està servida, a còpia de saturar els cervells amb dolls sobrants de notícies poc fiables. Aquest maremàgnum, certament, posa a prova la capacitat crítica i d'avaluació, d'anàlisi i discerniment intel·lectual i ètic de l'individu per separar, amb atent i exigent criteri selectiu, el gra de la palla.

És clar, però, que tal cosa no impedirà ni aturarà l'ingent, desbordant cabal d'informació que brolla «enverinada» de les seves múltiples fonts. Que hom es deixi intoxicar (enganyar) per tot el corrent de notícies falses que se li aboca no farà sinó posar en evidència la mala fe i malícia dels pocs (oligopolis dominants dels mass media i la informàtica) i l'estupidesa complaent de molts (usuaris i consumidors) internautes del sistema, els quals se'n senten acríticament beneficiats quan, en realitat, són críticament assetjats i atrapats en un entramat d'incessants noves adulterades.

DESORIENTACIÓ ONTO-ÈTICA

La impressió que hom és lliure (excepte en els règims totalitaris, tirànics i dictatorials) d'intercomunicar-se amb tothom arreu del món, a temps real i quan li plagui ha esdevingut tant necessària com il·lusòria, tant làbil com fal·lible.

I és que no podem perdre de vista una qüestió cabdal: per tal que les relacions interpersonals siguin efectives i afectives cal que es donin obertament, plenament i honestament en forma i fons dialògic i dialogal. De tu a tu, o d'un jo a un no-jo i viceversa, oberts i inclusius, on es faci lloc al «nos» o al «nosaltres». Construir, en definitiva, vives comunitats d'aprenentatge personal. Si no és així, tot el que diem, sentim i escoltem, no arriba a tenir mai l'interlocutor insubstituïble, únic, inalienable, que és l'altre. La persona singular i concreta. L'alteritat, en la teranyina mistificada de les *fake news*, es dissol en la inanitat, per molt que hom se senti hiperconnectat i endollat «viralment».

D'altra banda, cal apuntar que viure instal·lat en la veritat –per relativa que sigui– és una aspiració vana i pueril i fins i tot irresponsable, car no hi ha cap possibilitat de situar-se fora del món objectiu i emportar-se'n la veritat, talment fos un bé-valor absolut a posseir, al marge de la realitat. I, a parer meu, precisament d'això se'n val l'actual tendència informadora –i uniformadora– de xifrar i desxifrar en un *continuum* de missatgeria instantània qual-sevol notícia que es desestimi per desfasada i obsoleta, talment un producte de consum més del mercat mundial.

Mentir i desmentir en un mateix fer, ordre i desordre noticiari, no és sinó el «revestiment» virtual amb què la intel·ligència artificial, la G5 i les seves diverses modalitats i aplicacions va pel camí de substituir tota veritat fonamental. Això és: el principi irreductible i conseqüent amb el fet de ser humà, ni més ni menys. Crec que és justament en dita veritat on podem retrobar-nos i conformar interrelacions de sana, autèntica confiança i confiada autenticitat (en un equilibri sempre difícil entre el respecte i la confiança) i a la vegada suscitar genuïnes i fecundes propostes de sentit.

Altrament, haurem de conformar-nos a viure i a conviure a cavall de la postveritat i les mitges veritats, en un camp adobat per a la nostra progressiva regressió humana, sota les categories conceptuais del posthumanisme i el transhumanisme. La desorientació onto-ètica està servida, a còpia de voler arribar més lluny del que és humanament possible. I és que la falta de consciència dels límits humans és il·limitada. I origen de massa marrades existencials, tot cercant dreceres de progrés tecno-científic que acaben sent moralment perdedores. Via ràpida per on circulen i prosperen a plaer les *fake news*. No sense pagar un alt preu, tanmateix. Qui pot negar que no ens està passant el que diu el poeta?: «Vivim en la falta, en el buit i l'oblit i la por que sigui dit». □

socdesomni@gmail.com

Fair play

JOAN ROMANS I SIQUÉS

FÍSIC

Fake news és un nou nom per a una vella realitat. El vuitè manament de les taules de la llei lliurades a Moisès ja parla de no mentir ni donar falsos testimonis. Per tant, res de nou. És un mal arrelat en la persona.

Per què darrerament se'n parla tant? Sembla que som més conscients de les mentides que entre tots generem: qualsevol institució humana, des de la política, dels poders econòmics, de grups religiosos, de la publicitat, d'entitats civils i també, és clar, des de la mateixa persona individual, tots contribuïm, a vegades inconscientment, a deformar la veritat i inventar falsos relats. Diàriament en tenim constància si som mínimament crítics davant les informacions que ens arriben a través de tots els mitjans. La política, per exemple, sembla un àmbit idoni per practicar la mentida i la calúnnia. Cal ser-ne conscients.

Els motius per mentir tampoc són nous: afavorir els propis interessos, personals o de grup, en primer lloc. Si no ho podem aconseguir per mitjans ètics o legítims ho fem a través de l'engany. Es menteix per amagar, per tapar fets

que no ens afavoreixen, que ens fan mal i que ens perjudiquen. Per dissimular algunes accions que hem comès –i amb això hi entra en joc l'ètica personal que ens delata i ens fa conscients que hem obrat contra ella– pensant que no serem descoberts. També es fa per protegir quelcom o per protegir-nos a nosaltres mateixos o altres d'alguna amenaça que ens pugui fer mal. Ens mentim a nosaltres mateixos per no veure realitats que no ens agraden i que no volem o no podem canviar. L'engany a si mateix és molt subtil i la mateixa persona o grup o institució sovint no se n'adona. És més visible des de fora. I, per descomptat, es fa per perjudicar qui ens fa nosa o és un obstacle per als propis interessos i per tant volem desacreditar.

Possiblement una de les raons que ajuden a fer més paleses les mentides i enganys dels fets falsejats és que cada vegada tenim més mitjans per descobrir-les. Imatges de televisió, gravacions de so, seguiment i control de persones per mitjà del telèfon mòbil, etc. És més fàcil descobrir l'engany, encara que també sabem que la manipulació d'aquests mateixos mitjans es pot emprar per inventar una realitat no



«Un antídoto contra la mentida requereix una ètica que busqui el bé de la persona, de la societat, de les relacions amigables entre individus i grups socials, entre països, races i cultures»

existent, per distorsionar uns esdeveniments o per usar-los per a uns altres fins, en definitiva, per calumniar. I també és cert, i especialment això, que en la mesura que som més lliures i atents a la realitat, més ens adonem dels enganys que en volen fer creure. No en va, en els països on es viu amb més repressió i dictadura política, les primeres mesures que es prenen són controlar o suprimir els canals de premsa, radio, televisió i Internet que van en contra del pensament oficial del govern.

No obstant això, hi ha una dada positiva: cada vegada tolerem menys la mentida, l'engany o la falsedat de les quals som víctimes. No ens agrada que ens enganyin. Volem viure com a persones lliures i responsables capaces de prendre les decisions adequades sense ingerències ni informacions falses ni tendencioses que només busquen afavorir els interessos de qui les creen i propaguen. No volem ser tractats com subjectes incapaços de pensar ni prendre responsablement les nostres pròpies decisions.

Un antídoto contra la mentida requereix una ètica que busqui el bé de la persona, de la societat, de les relacions amigables entre individus i grups socials, entre països, races i cultures. Si habitem una sola casa –que és el planeta, i que cada vegada se'ns fa més petit i vulnerable– bé haurem de tenir cura de tots els qui vivim en ella.

Falsejar la realitat contribueix a crear desconfiança, recel, por i animadversió contra tot aquell que és diferent de mi, de nosaltres. El temor a l'engany empobreix i alenteix la natural disposició a la convivència entre els humans, l'únic camí possible per viure en la tan anhelada pau.

És ben cert que la veritat sovint és punyent i confronta un horitzó somiat i amable amb una realitat difícil i dolorosa i que treu a la llum les parts fosques de la persona. Però, només acceptant la pròpia veritat i la dels altres podrem construir uns espais de diàleg i convivència malgrat les diferències que ens caracteritzen. O millor dit, gràcies a aquestes diferències podem construir un món més ric en bé de tots, on la mentida i el joc brut ja no tindrien sentit.

La competició entre les persones l'hauríem de deixar per a l'esport. Dins l'àmbit de la convivència humana la rivalitat no dona cap fruit positiu ni fa créixer l'harmonia entre les persones, tan necessària per poder viure en pau.

Jugar net, sense trampes, és millor. La millor victòria és quan no hi ha guanyadors ni perdedors. Millor dit, quan tots hi guanyem. Com es diu en anglès practicar el *win-win* serà beneficiós per a tothom. Amb altres paraules, el *fair play*, redundarà en benefici de tots. ▢

romans.joan@gmail.com

Focs creuats

ELISABET JUANOLA SÓRIA

PERIODISTA. XILE

Arran de l'esclat social del 18 d'octubre, Xile porta gairebé cinc mesos de manifestacions i enfrontaments entre grups radicals i forces especials dels carrabiners. La vida continua i tothom ha de seguir vivint, treballant, avançant en els seus projectes i mantenint la marxa... però adaptar-se a la inestabilitat no és fàcil. Tots els dies hi ha imprevistos, arriben avisos d'emergències que no es concreten, a vegades n'hi ha però no s'han avisat, cada dia hi ha alguna manifestació, que en algun punt es fa violenta i genera destrosses: persones ferides, carrers tancats, transport que no funciona, escoles que són intervingudes pels radicals... els divendres especialment és apocalíptic. En general, les persones que fan servir mòbil, reben missatges de més d'un grup de WhatsApp i les versions del que està passant poden arribar a semblar de planetes diferents, depenent de l'angle que es miri, a més de Twitter amb els seus fils i insults, opinions i versions. Això sí, tots a favor de què hi hagi un canvi, però sense una proposta, un representant o un grup que en faci cap. És una situació caòtica que recorda a estones la *Ciudad maldita*, la lletra d'una cançó del cantant Joke.

CONFUSIÓ

El 4 d'octubre del 2015 es va inaugurar al centre de la ciutat de Santiago el Museu Violeta Parra, ben posat, senzill i acollidor i que oferia programació gratuïta per a petits i grans. Violeta va ser una dona del poble, recol·lectora i aprenent de les cantores, música popular semblant a la dels trobadors. Autodidacta, amb un esperit lliure i molt punyent, va deixar, a més de música, una rica herència d'arpilleres i tapissos. El museu, accessible a tots, era un lloc de pau i de bellesa, estimat i concorregut.

Per sorpresa, també de tots, ha estat violentat sense pietat. Ningú s'explica qui pot no voler Violeta i per tant el seu museu. Qui és capaç de no respectar ni tan sols Violeta Parra? Les diferents vegades que ha estat saquejat, les imatges de les xarxes socials han mostrat manifestants pacífics vorejant-lo i, sobtadament, foc i encaputxats empaitats per lacrimògenes. Qui ha estat? El fet es repeteix a aquest i a altres monuments del mateix sector. Quina és la veritat, la discòrdia, la ràbia i la ceguera? Qui perd? tots. Els missatges a les xarxes, amb les mateixes imatges, de vegades diuen just el contrari: els carrabiners han tirat una lacrimògena; els caputxes han incendiat el museu... Versions, que tal com comença un petit tornado, s'alimenten soles i donen sentit a qui les vol seguir. És un fenomen particular d'aïllament. Cadascú alimenta la seva tendència i es radicalitza, es tanquen les portes a observar una mica més enllà.

Què passa si surto de l'huracà? És possible mirar això des d'una altra vorera? A les xarxes les versions són contradictòries i viralitzades. Les *fake news* són una de les estratègies que fan servir els bàndols per desprestigiar l'altre davant de tercers i per aconseguir adeptes. Tant hi fa si és mentida o no, del que es tracta és de tacar la reputació. És difícil no caure en sensacionalismes o partidismes. La temptació és tancar-se buscant la raó, cadascú la seva. No obstant això, hi ha grups que busquen estar units, deixar de banda les ideologies i restar units, els veïns, aquells que veuen el mateix en primera fila, com volent anar a la font. Potser un guany real i concret d'aquesta guerra i del joc mesquí de qui vol sostenir la divisió, sigui la unitat de la comunitat local. □

elisabetjuanola@gmail.com

El poder de la informació

ANNA-BEL CARBONELL I RIOS
EDUCADORA

«El coneixement és poder»

Scientia potentia est

Thomas Hobbes, *Leviathan* 1668 versió

En aquesta època on la tecnologia ens permet salvar les distàncies tant físiques com temporals, no podem deixar de banda els efectes que això provoca en la comunicació i, de manera més concreta, en la informació.

Per poder analitzar aquests efectes, hem de recordar la definició del que entenem per informació: «Conjunt organitzat de dades que constitueixen un missatge, que canvia l'estat de coneixement del subjecte o sistema que el rep». Aquest canvi d'estat permet a qui té aquest nou coneixement prendre decisions d'acord a aquest.

En aquesta definició hi trobem paraules com dades, missatge, coneixement, decisions que són per si mateixes i/o en conjunt elements modificadors o influenciadors de la informació. El seu efecte, que teòricament ha de ser neutral *per se*, pot arribar a fer que una mateixa informació, depenent de qui la doni i com la doni, es pugui interpretar de maneres diferents i, fins i tot oposades. I aquest fet, és el que dona lloc a les anomenades *fake news* o *bulos*, que consisteixen en contingut pseudoperiodístic difós a través de portals de notícies, premsa escrita, radio, TV, xarxes socials, amb finalitats clares de desinformació, desprestigi, propaganda... que a la vegada poden respondre a interessos de grups mediàtics, polítics, i fins i tot de governs.

Aquesta situació també ha donat lloc a la «post-veritat» (paraula l'origen de la qual s'atribueix, entre d'altres, a David Roberts en 2010) definida com l'intent de modelar l'opinió pública,

apel·lant a les emocions, creences o desitjos del públic i que, per tant, no es basa en fets objectius, sinó en la visió subjectiva i interessada de l'emissor del missatge. I, tal com hem comentat anteriorment, aquest biaix de la informació, no fa més que influenciar en la capacitat de prendre decisions que es pretén que afavoreixi l'emissor sense tenir en compte les veritables necessitats o desitjos del receptor.

Aquesta manipulació informativa o mediàtica té una especial influència en situacions de crisi, ja que la majoria de la gent sol no qüestionar el missatge emès per determinades fonts, especialment quan són afins als seus pensaments, creences o ideologies. I pot afectar, de manera significativa, la suposada objectivitat dels mitjans de comunicació, que teòricament han de ser transmissors de la informació sense manipular, i sense acceptar influències que poden modificar els seus criteris periodístics.

I, val a dir que, aquestes influències cada cop són més difícils de gestionar o d'evitar, quan vénen determinades per aquells grups dels quals provenen gran part dels recursos econòmics necessaris per continuar informant. És un cercle viciós que pot minvar la credibilitat dels mitjans i de retruc de les persones que treballen per obtenir la informació, i aquest pot ser un dels problemes dels pròxims anys: com fer front a aquesta circumstància, i com pot afectar els mitjans existents, i la seva independència. ▢

annabelcarbonell@gmail.com

L'era de l'emoció

«Darrere de la manipulació acostuma a haver-hi la voluntat d'influenciar»



@susanaperezsoler

www.susanaperezsoler.com

Susana Pérez Soler

Periodista i doctora en Comunicació per la Universitat Ramon Llull.

Estudia la manera en què la tecnologia transforma el periodisme, principalment la seva pràctica però també el seu consum. Ensenya Periodisme digital a la Facultat de Comunicació Blanquerna i escriu sobre la transformació digital dels mitjans de comunicació en publicacions especialitzades.

Ha publicat *Periodismo y redes sociales. Claves para la gestión de contenidos digitales* (Editorial UOC, 2017).

Les *fake news* han existit sempre?

Amb el terme *fake news* fem referència a la propaganda. És a dir, al fet de disseminar una determinada informació per influir en el comportament d'un grup de persones. I la propaganda és tan vella com la comunicació: quan l'home va començar a parlar va començar a mentir.

Com és que ara és un fenomen tan potent?

La irrupció de les xarxes socials fa que aquesta informació ara es propagui més ràpidament i arribi a més persones, ara, els missatges falsos són virals.

En quin context ha aparegut el concepte de «postveritat»?

El terme «postveritat» va ser escollit com a paraula de l'any el 2016 pel diccionari *Oxford* i va entrar en el Diccionari de la *Real Academia Española* a finals del 2017. Donald Trump va

guanyar les eleccions com a president dels Estats Units el novembre de 2016 i els analistes assenyalen que ho va fer amb discursos que, lluny de basar-se en informació objectiva, apel·laven a les emocions, creences o desitjos del públic.

Per exemple, Trump va dir que en el seu acte de presa de possessió com a president hi va haver més assistents que en el d'Obama. En aquest cas, les imatges van desmentir de manera contundent el president electe. Però la veritat no sempre es revela tan nítidament.

Sabem que s'amaga la veritat! Per què hi ha interès a manipular i falsejar notícies?

Darrere de la manipulació acostuma a haver-hi la voluntat d'influenciar el vot d'algú o la seva decisió de compra. Els partits polítics i les institucions s'hi juguen moltes coses: ser el pròxim president del país o el producte que marca tendència!

«Els usuaris han de ser responsables del consum d'informació que fan i no han de donar per bona qualsevol informació. Davant el dubte, cal consultar sempre les fonts primàries i els mitjans de comunicació»

Actualment, hi ha un debat constant sobre els límits de la veritat i mentida. Com es poden conèixer aquests límits?

Els límits no sempre estan clars. ¿Hi havia o no infraestructures per a una Catalunya independent? Es va declarar o no la independència el 28 d'octubre? És el Brexit rendible econòmicament per als anglosaxons? Tot depèn del prisma amb què es miri. O, més ben dit, del que estiguem disposats a creure en funció de la nostra ideologia.

L'allau de males notícies provoca una certa desinformació i això genera confusió i desestabilitza. Com resoldre aquesta situació?

Cert, aquests dies ho estem veient amb el coronavirus, per exemple. Les empreses i institucions han de comunicar els missatges seguint tres premisses. Primer, la comunicació ha de ser directa i comprensible per a tots els públics. Segon, és important no emetre més missatges dels que són estrictament necessaris. Tercer, cal comptar amb un portaveu perquè els ciutadans atorguin confiança a aquesta figura. Els usuaris, d'altra banda, han de ser responsables del consum d'informació que fan i no han de donar per bona qualsevol informació. Davant el dubte, cal consultar sempre les fonts primàries i els mitjans de comunicació.

Qui ensenya l'usuari a diferenciar la informació veraça de les notícies falses?

Els mitjans de comunicació són una garantia respecte a la credibilitat de la informació. Després, a Internet hi ha plataformes com

Maldito Buló, Newtral i Verificat que es dediquen a verificar informació i imparteixen tallers als ciutadans amb ganes d'aprendre.

Com experta en l'era digital, com es pot esbrinar què és autèntic o fals, ja que a través de les xarxes socials està permès publicar-ho tot. On està el filtre?

Soc partidària de qüestionar tot el que ens arriba a través dels grups de WhatsApp i bona part de la informació que circula a les xarxes socials. Recórrer a la font primària i als mitjans de comunicació és una bona manera de rebre informació honesta. Ara bé, les institucions i les empreses també tenen interessos i els mitjans a vegades difonen mentides. Fins i tot, en aquests casos cal ser prudent.

Nosaltres, l'ésser humà, som l'única espècie que tenim l'habilitat de descobrir la veritat. On està el sentit ètic que ajuda a discernir davant d'aquesta realitat?

Què és la veritat? Ara podríem entrar en un diàleg filosòfic i estar-nos hores i hores. Diria que l'home busca un relat per explicar el món que l'envolta i explicar-se a ell mateix que encaixi amb les seves creences. D'això en diu veritat. Dit això, per estar ben informats el que cal és llegir diferents mitjans amb línies editorials oposades. Segurament cap d'ells tindrà la veritat absoluta, però entre l'un i l'altre ens hi aproximarem. Als mitjans no els demano que diguin la veritat, em conformino amb que siguin honestos.

Quin paper juga l'emoció davant de les *fake news* que són atractives i punyents. Com s'ha de mesurar l'estabilitat emocional per aconseguir un equilibri?

Estem en l'era de l'emoció. Les emocions prevalen sobre la raó a l'hora de creure un relat o un altre. Internet i les xarxes socials demostren que som feliços vivint en bombolles en les quals només reforcem les pròpies creences. Per punxar aquestes bombolles, cal enfrontar-se a realitats i creences diametralment oposades a les nostres. És un bon moment per sortir a buscar-les al carrer! □

Assumpta Sendra i Mestre

Una vacuna contra els rumors

RODRIGO PRIETO I ELENA CABALLÉ
COFUNDADORS DE L'INSTITUT DIVERSITAS¹

Ens ha tocat viure una època en què la nostra societat es veu greument afectada pel virus COVID-19 i restem expectants i confiats que des de l'àmbit científic, es trobarà una vacuna com més aviat millor, que ens permeti tornar a la «normalitat».

Però l'àmbit de la salut no és l'únic que necessita una vacuna i des de l'Institut Diversitas, així ho estem constatant des de fa més de nou anys, moment en què vam crear el taller «Vacuna't contra els rumors». Es tracta d'una activitat de sensibilització dirigida a la ciutadania en general i orientada a oferir una mirada crítica i una fórmula per aturar i desmuntar els rumors xenòfobs que circulaven en el moment de la seva creació i que, encara avui, circulen per les nostres ciutats i municipis.

En el moment de la seva creació, el taller es va emmarcar en un context d'intervenció més gran, en l'àmbit de la ciutat de Barcelona, que en aquell moment acabava de veure la llum, la Xarxa Barcelona Antirumors². Aquesta xarxa ciutadana va sorgir l'any 2010 per iniciativa d'una sèrie d'entitats socials de la ciutat amb el suport de l'Àrea d'Interculturalitat de l'Ajuntament de Barcelona, amb el propòsit d'aturar els rumors xenòfobs que circulaven entre la ciutadania.

LES CLAUS DEL TALLER

El mateix nom del taller indica una de les claus que el defineixen: la vacuna, que suposa entendre els rumors, com un virus. L'origen d'aquesta metàfora sorgeix del llibre *Virus* de Ferran Ramon Cortés (RBA, 2007), que planteja que els rumors emmalalteixen les relacions a les organitzacions, es transmeten de manera



Foto: Institut Diversitas

exponencial, canvien constantment i no es poden eliminar de forma definitiva, amb la qual cosa, l'única manera d'afrontar-los és amb la prevenció. En altres paraules, amb una vacuna. Si bé l'autor aborda el tema per aplicar-lo a les empreses, és perfectament extrapolable a altres contextos socials, com ara centres educatius, sanitaris, barris, municipis o ciutats.

Des d'aquesta perspectiva, el taller planteja un seguit d'exercicis i exposicions breus amb el propòsit, per una banda, d'explicar què són i com funcionen els rumors des d'un enfocament psicosocial i com a fenomen de comunicació; i per altra, oferir una fórmula antirumors basada en quatre premisses molt senzilles i de fàcil aplicació.

Per entendre com es generen els rumors, el taller s'inicia amb una reflexió sobre les pors, els prejudicis i els estereotips que sovint habiten darrere de cada persona, així com dels factors

¹ <https://institutdiversitas.org/>

² <https://ajuntament.barcelona.cat/bcnacciointercultural/ca/estrategia-bcn-antirumors/xarxabcnantirumors>

socials i el desconeixement existent entre la població majoritària sobre alguns grups determinats i habitualment minoritaris.

Està documentat que al llarg de la història aquest tipus de rumors acostuma a sorgir en períodes de fortes crisis econòmiques i per tant, en moments d'alts nivells d'atur, inestabilitat i precarietat laboral i incertesa, en general. En poques paraules, en moments en què la ciutadania sent especialment amenaçada la seva seguretat i necessita «un culpable» sobre qui descarregar la seva frustració. En aquest tipus de contextos, els rumors constitueixen una via d'escapament i de desfogament, una sort de catarsi que ajuda a alliberar tensions i a «culpar» algú –en aquest cas les persones migrades o llegides com a tal– d'unes situacions que sovint són tan grans i complexes que resulten impossibles d'assumir, enfrontar i encara menys canviar, de manera individual.

LA VACUNA ANTIRUMORS

Probablement, l'aportació més important del taller és la fórmula que proposa per aturar i desmuntar els rumors: la vacuna antirumors³, que està formada per quatre elements inseparables: **dubtar + no generalitzar + buscar dades + mirar més enllà**.

Dubtar: Consisteix a plantejar moltes preguntes sobre els rumors, abans d'assumir-los com a veraders: Quina és la font? Qui ho diu? Aquesta persona, com ho ha sabut? Qui li va dir? On ho va dir? Per què ho va dir? Hi ha dades que ho confirmen?, etc. En alguns casos, aquestes preguntes poden ser plantejades directament a la persona que ens transmet el rumor; en altres casos, són preguntes que ens podem fer a nosaltres mateixos per reflexionar profundament, abans de donar crèdit a tot el que ens diuen o llegim a les xarxes socials.

No generalitzar: Es tracta d'aplicar un criteri d'objectivitat i de justícia davant els rumors, sobretot en aquells que en la seva formulació inclouen una generalització sobre un col·lectiu determinat. El fonament de fons és que, per més casos que es coneguin sobre una determinada conducta d'una persona que pertanyi a

un col·lectiu, aquesta no és raó suficient per assumir que totes (en sentit literal, TOTES) les persones d'aquest col·lectiu, actuïn necessàriament de la mateixa manera. Assumir els estereotips com a veraders és injust, ja que tots els grups humans són diversos, amb la qual cosa és segur que hi ha moltíssimes persones que poden considerar-se part del col·lectiu i no complir els estereotips que sobre ell existeixen.

Buscar dades: En la mateixa línia de «l'ingredient» anterior, aquest element de la vacuna convida les persones a informar-se objectivament abans de donar com a cert un rumor. Per això es recomana buscar dades, informes o estudis que expliquin els fets a què es refereixen els rumors, amb el propòsit d'identificar què hi ha de cert en ells. Existeixen diverses fonts d'informació disponibles, depenent dels temes als quals es refereixen els rumors. Tots tenim molt present la necessitat d'informació que hem tingut durant el confinament a causa dels estralls del COVID-19, en què ens han recomanat per activa i per passiva que només fem cas de les recomanacions de les fonts oficials. Per això, en el cas dels rumors sobre persones d'altres cultures, algunes administracions locals han creat pàgines web específiques a través de les quals donen a conèixer informacions objectives sobre algunes de les qüestions a què es refereixen els rumors, com el Banc de Recursos Antirumors⁴, de la Xarxa Barcelona Antirumors.

Mirar més enllà: L'últim element de la vacuna està orientat a motivar la reflexió de les persones que s'enfronten a rumors, sobre les causes profundes o estructurals que s'amaguen darrere de les seves formulacions breus i simplistes. Es tracta de ser capaços d'identificar quins factors socials, culturals o psicològics poden estar actuant en la formulació i transmissió d'un rumor, i així poder desactivar el seu poder persuasiu i la seva capacitat de transmissió. En definitiva, es tracta de posar el focus en els problemes reals de fons i no en els «bocs expiatoris» que sovint s'utilitzen com a excusa per no afrontar les qüestions estructurals.

³ <https://institutdiversitas.org/files/2018/11/Diptic-Vacuna-Antirumors2018.pdf>

MÉS ENLLÀ DEL TALLER

Gairebé deu anys després de la seva creació, el taller «Vacuna't contra els rumors» segueix –lamentablement– essent molt necessari a casa nostra, a causa del ressorgiment de la xenofòbia en una part de la nostra societat, que com indicàvem a l'inici d'aquest article, pot aplicar-se a altres àmbits de convivència en què es generen estereotips i prejudicis sobre col·lectius minoritaris, basats en la diversitat de gènere, religió, edat, capacitats o classe social, per posar alguns exemples. Si bé es tracta d'una intervenció breu i senzilla, tenim la certesa que en tots aquests anys ha servit com a punta de llança per «vacunar» la consciència crítica de les persones que hi ha participat. I esperem que ho segueixi fent –juntament amb moltes altres activitats i projectes impulsats des de diversos agents socials– fins que la xenofòbia i altres tipus de discriminació, siguin definitivament erradicats de la nostra societat. □

rprieto@institutdiversitas.org
ecaballe@institutdiversitas.org



Foto: Institut Diversitas

⁴ <https://ajuntament.barcelona.cat/bcnacciointercultural/ca/estrategia-bcn-antirumors/xarxabcnantirumors/banc-de-recursos-antirumors>

Autoengany, una autobiografia fraudulenta

Postveritats emocionals

M. MERCÈ CONANGLA I JAUME SOLER

PSICÒLEGS. CREADORS DE L'ECOLOGIA EMOCIONAL

INTRODUCCIÓ:

VEIEM EL QUE VOLEM VEURE

L'autoengany és una elaboració personal d'una postveritat emocional. El seu objectiu és evitar el sofriment simplificant o ocultant parts de la nostra realitat i elaborant mentides més o menys inconscients en un intent de protegir-nos de la divisió interna, de la incoherència i la fragmentació.

Comença de forma inconscient. La nostra ment és molt creativa i, en ser més competents amb el llenguatge, aprenem a elaborar relats per alleujar el sofriment. Ho fa amagant el que temem, allotjant en els llocs més foscos de la nostra ment el que és desagradable, situant al congelador alguns temes «punxants», o tapant alguns forats mentals amb memòries inventades, records polits, llimats, millorats, o simplement tergiversats. L'objectiu és evitar el patiment que sorgeix quan estem dividits per dins, quan el que pensem, sentim i fem està en desacord. I, en lloc de modificar comportaments, el que fem és modificar la nostra història.

Així comença l'autoengany i aprenem a veure només «el que volem veure», sense necessitat que ningú ens entreni per fer-ho. Tractem de justificar allò injustificable argumentant d'una manera distorsionada, parcial i ens mentim amb desvergonyiment. El que succeeix és que cercar la veritat, ni que sigui un trosset d'ella, pot arribar a ser massa dolorós per a nosaltres. Això explica que puguem viure tota una vida d'esquena a qui som i deixem de ser «qui podríem haver esdevingut», aquella millor versió, aquella persona desperta i conscient capaç d'il·luminar amb llum pròpia aquest món de vegades massa fosc.

LA VERITAT ÉS UNA ELECCIÓ

AMB CONSEQÜÈNCIES

*Deixa que el teu relat et recordi
la veritat que rau en tu.*

ECREM

La qüestió clau és revisar la mesura en què vivim «en la veritat» i la busquem, o bé preferim una vida plena de postveritats elaborades, encara que això signifiqui limitar-nos a sobreviure.

«On hauríem de buscar la veritat, en la claredat o en la foscor?» –va demanar Heisenberg. Potser la veritat és un mirall que es va trencar en mil bocins i cadascú de nosaltres en té un petit fragment.

Deia Schiller que la veritat habita en les profunditats i que és necessari bussejar per arribar-hi. Fa falta convertir-se en explorador d'un mateix per aconseguir arribar a l'essència que representa. I això no és ni ràpid, ni fàcil, ni evident, és un treball per exploradors emocionals disposats a assumir el risc de conèixer-se a si mateixos.

«Les veritats són il·lusions que hem oblidat que ho són; metàfores que s'han tornat desgastades i, sense força sensible, monedes que han perdut la seva imatge i que ara no es consideren monedes, sinó només metall» va escriure Nietzsche.

Molta gent sap que és important dir-se la veritat, pocs ho creuen, i menys ho fan. Billy Wilder va dir: «Si vols dir-li a la gent la veritat, sigues graciós o et mataran».

Saber relatar i conversar és un art, i dir-te la veritat una elecció amb conseqüències. Per això cal ser conscient dels mecanismes d'autoengany en què hom cau més sovint. La «veritat»



Per no autoenganyar-se cal fer una mirada neta i transparent per poder reconèixer allò que som i acceptar el propi ésser.

no deixa de ser una construcció consensuada i co-creada per més d'una persona i, per això, té una data de caducitat. Grans veritats antigues més tard es van convertir en errors. Veritats com «la Terra és plana» o «la Terra és al centre de l'univers» des de fa temps han expirat. La «veritat» ha de ser qüestionada sempre des de la humilitat.

Marc Aureli va dir: «Tot el que sentim és una opinió, no un fet. Tot el que veiem és una perspectiva, no és la veritat». Res no és més perillós que un relat fals disfressat de veritat.

L'HABITACIÓ TANCADA

En la seva *Trilogia de Nova York*, Paul Auster va escriure aquest extracte que ens pot ajudar a reflexionar sobre la dificultat d'explicar la nostra vida a nosaltres:

Vaig caminar mentalment durant diverses setmanes, buscant una manera de començar. Cada vida és inexplicable, em deia. Per molts fets que

comptin; per moltes dades que es mostrin, l'essencial es resisteix a ser narrat. Dir que Fulanito va néixer aquí i se'n va anar; que va fer això i allò; que es va casar amb aquesta dona i va tenir aquests fills, que va viure, que va morir, que va deixar darrere seu aquest llibre o aquesta batalla o aquest pont, res de tot això ens diu molt.

Tots volem que ens expliquin històries, i les escoltem de la mateixa manera que les escoltàvem d'infants. Ens imaginem la veritable història dins de les paraules i per fer això, substituïm a la persona en la història, pretenent que podem entendre-la perquè ens entenem a nosaltres mateixos. Això és una superxeria.

Existim per nosaltres mateixos, potser, i a vegades fins i tot entreveiem qui som, però al final mai no en podem estar segurs, i mentrestant, continuen les nostres vides; arribem a ser cada vegada més opacs; cada cop més conscients de la nostra pròpia inconsistència. Ningú no pot creuar la frontera que el separa de l'altre per la simple raó que ningú pot accedir a si mateix.

AIXÒ ÉS AIXÍ, SI AIXÍ T'HO SEMBLA

Dues rates blanques estaven xerrant a través de les barres de les seves gàbies de laboratori.

- *Digues –diu la primera rata blanca a l'altre– T'avens amb el Dr. Smith?*

- *Molt bé –respon la segona rata blanca a la seva parella– ha estat una mica difícil per a mi, però al final he aconseguit entrenar-lo. Ara, cada vegada que premo la campana, em porta el sopar.*

Un pot traduir els fets de la manera que millor li interressi. Miri com funciona de bé l'autoengany.

- *L'altre dia jo estava parlant amb el Déu Zeus i em va dir que exerceixes una mala influència en mi – diu Dimitri.*

- *És curiós, perquè jo crec que ell és una mala influència per a tu – diu Tasso*

- *Per què?*

- *Perquè et convenç que les veus que sents al teu cap són reals.*

És desitjable viure tendint a la felicitat o, almenys, a un cert equilibri, minimitzar la presència de dolor. L'autoengany, sovint inconscient, té com a objectiu alleujar el sofriment i el desequilibri mitjançant la creació de postveritats emocionals amb què hom pot conviure. Encaixar allò que difícilment encaixaria és tot un art de manipulació a través del llenguatge. L'autoengany pot assolir tals proporcions que hom acaba convençut que viu «en la veritat», fins i tot si les pistes que li arriben ho contradiuen.

Les històries, que algunes persones expliquen avui amb una mica d'alegria o inconsciència, poden basar-se en una muntanya de paraules victimitzades que no expliquen res autèntic o cert. El que passa és que necessiten tant creure-ho que les repeteixen moltes vegades i, en cada intent, milloren el guió afegint petits detalls per donar-li profunditat i veracitat. Assaïgen en molts i variats auditoris i incorporen les millores. I al final, es convencen que allò era veritable.

No obstant això, quan els intangibles –pensaments, emocions, desitjos, il·lusions, somnis,

expectatives i valors– entren en col·lisió, interfereixen en l'assoliment dels objectius vitals d'una persona. És llavors quan, a fi de reduir el nivell de patiment i desequilibri i els nivells d'ansietat, s'activen els mecanismes de protecció emocional i defensa.

MECANISMES DE PROTECCIÓ EMOCIONAL MANIPULANT EL RELAT

Distorsionen, es queden només amb parts de la realitat, manipulen la història, generen postveritats emocionals per no patir o per viure més acomodats en una realitat que no els agrada, però que no estan disposats a canviar. A manera d'exemple:

✓ **Destinitis:** Hom es diu que, faci el que faci, es produirà el que va ser escrit en el destí. Això l'eximeix de responsabilitat.

✓ **Atribució sempre guanyadora:** Evita assumir pèrdues i intenta guanyar sempre. Diu «han perdut» i «hem guanyat»; «He estat suspès» en lloc de dir «He suspès». Evita la responsabilitat i busca culpables fora.

✓ **Aquiescència:** La persona elabora una història i cerca que els altres la confirmin. D'esgotament, els altres acaben donant-li la raó. Per exemple: «Oi que realment no pots viure sense mi?; Oi que m'estimes molt, molt?»

✓ **Compensació:** Els que se senten inferiors d'alguna manera se senten incòmodes o pateixen. Per eliminar aquests sentiments construeixen un relat exagerant dels seus èxits en altres facetes de la vida. Així, algú que no té afecte, pot exagerar els seus grans èxits professionals o presumir del que posseeix.

✓ **Conformisme:** Una forma de renúncia que no té res a veure amb l'acceptació d'una realitat que es pot canviar. «És el que hi ha», diuen. I així no han de fer res per canviar-ho.

✓ **Credulitat:** Fa seu el relat fet pels altres, donant-lo per cert sense molestar-se a investigar ni qüestionar-lo. És una forma de confort que ja és tota una epidèmia. «El que

diuen és la veritat»; «Si molta gent ho diu, és que serà així.»; «Si està en un mitjà de comunicació, també.» Es genera una gran quantitat de «borreguisme».

✓ **Desconnectar:** Refreda el seu cor, el posa entre parèntesis, aixeca tanques emocionals enormes a fi que no hi entrin altres històries que el posarien davant una veritat diferent. Acaba portant a la soledat afectiva.

✓ **Erudició:** Amaga la ignorància entre munts d'informació, cites d'altres, dades i/o eslògans. Ment massa plena i desconnectada del món emocional. La calidesa i la saviesa de la vida en primera persona estan faltant.

✓ **Excuses i justificacions:** aquestes són les històries que comencen per «és que...». Els pretextos s'inventen per no assumir la responsabilitat personal. Van a la caça dels culpables i tracten d'evitar la feina que suposa mirar de millorar.

✓ **Filtratge mental:** seleccionem només el que ens convé suprimint les dades que no coincideixen amb el que volem veure. Serveix per consolidar les creences. Interpretem els significats en funció de la nostra història personal.

✓ **Altres mecanismes de protecció emocional a través dels relats:** indefinició, mimetisme, negació, oblit selectiu, passotisme, *procrastination*, projecció, racionalització, repressió, sublimació...

LA GESTIÓ EMOCIONALMENT ECOLÒGICA DE L'AUTOCONFLICTE

*La vida ens interroga no pas amb paraules
sinó amb situacions.*

Diu Carl Gustav Jung: «Tots els conflictes interns no portats al conscient tendeixen a convertir-se en el destí». Per tant, podríem afirmar que tot allò del que no som conscients és territori abonat per créixer i apropiar-se de nosaltres. L'autoconeixement es manifesta, novament, com millor clau per assumir responsablement la gestió de la nostra existència.

Heisenberg va afirmar que: «Un expert és algú que sap quins són els pitjors errors que es poden fer en el tema de la seva especialitat i que sap com evitar-los». Som experts en nosaltres mateixos? Per què podem arribar a ser tan competents en el domini d'una disciplina, un art o una ciència i tan incapaços de gestionar les nostres vides? Ser experts en l'especialitat de «la nostra vida» significa ser conscients de quins són els nostres punts de millora, estar disposats a aprendre dels nostres errors i evitar-ne de nous.

La nostra capacitat emocional està relacionada amb la nostra capacitat de relatar el que vivim, però de fet, davant la mateixa situació, podem generar tants tipus d'històries com creativitat tinguem. I si nosaltres mateixos podem fer diferents versions del que ens passa, què no passarà quan vulguem consensuar alguna cosa amb els altres?

Per què ens esforcem per fer que els altres vegin la realitat de la mateixa manera com ho fem nosaltres? No hi ha realitat, hi ha tantes visions de la realitat com gent. Volem convèncer-los que els nostres arguments són els millors i que estan equivocats, ens polaritzem en la nostra posició i ells fan el mateix. I és tan així que convertim una divergència en un conflicte.

En el nostre model d'Ecologia Emocional proposem construir la Cultura de la Pau en tots els àmbits humans, ajudats pel bon ús de la paraula, tant intrapersonalment com interpersonal, generant paraules-pont que tenen el poder de generar salut i benestar emocional.

Sotmesos a mecanismes d'autoprotecció emocional, potser hem tancat hermèticament dins nostre el que ens fa mal o no ens encaixa. Proposem fer-nos més conscients i revisar els significats que hem donat a les experiències viscudes durant anys perquè, mentre si bé el desacord amb altres persones condueix al sofriment, estar «des-acordats» (fora del cor) amb nosaltres mateixos és el pitjor de tot.

Proposem crear espais protegits de respecte que ens permetin aproximar-nos a persones amb diferents visions de la vida. I, per aconseguir-ho, hem de prendre consciència de quins

són els nostres mecanismes emocionals d'autoprotecció i treballar amb ells. Proposem l'accés metafòric a la Casa de la Paraula, on es faran evident els autoenganys, on neutralitzarem la contaminació emocional, acordarem desacords i aprendrem l'art de la pregunta, i generarem bones pràctiques a partir del nostre codi ètic i emocional.

QUE ES FACI LA LLUM!

Només a través de l'experiència podem decidir el que és essencial.

Existeixo perquè m'estic relatant.

Existeixo perquè tu acullis la meva història.

Quan vivim en una postveritat emocional, vivim en la foscor.

És, a partir d'aquesta foscor, que fem les nostres tries, aliens al que som, al que realment necessitem, deixant de banda la nostra essència. I és per això que acabem perjudicant-nos i perjudicant els que ens envolten.

En aquest període de postveritat, és més necessari que mai recuperar la veracitat social, i això no s'aconseguirà si cadascun de nosaltres no recupera la seva *veracitat personal*. Cal restablir el territori perdut, en el qual no hi ha una veracitat sinó veritats que buscarem conjuntament. I per fer-ho caldrà que ens donem temps per viure junts el procés d'*a-cordar-nos* (posar d'acord els cors).

Extracte del llibre
Postveritats emocionals

Els nostres diferents personatges interiors tenen molts recursos per silenciar la veu essencial que ens recorda qui som. Quan els permetem dominar-nos, deixem de dedicar espai i recursos al que és més important: generar una història i un destí coherents amb el nostre sentit de la vida i la nostra missió al món.

L'existència humana és una aventura.

Respirem la vida que encara no s'ha marcit. Honorem-la.

A mesura que passem pel món podem deixar empremtes lluminoses que serviran a aquells que ens seguiran en el camí. □

www.ecologiaemocional.org

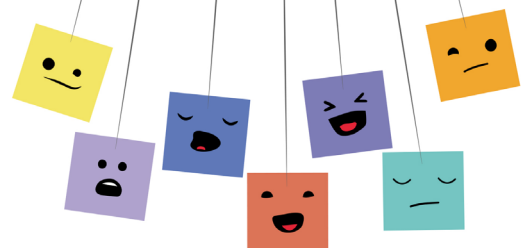
www.fundacioambit.org

@EcoEmocional

Bibliografia: El relat d'aquest article es basa en el llibre *Posveritats emocionals* de M. Mercè Conangla i Jaume Soler. Editorial Amat

Postveritats emocionals

M. MERCÈ CONANGLA
JAUME SOLER



ELS CONTES QUE ENS EXPLIQUEM
A NOSALTRES MATEIXOS

ECOLOGIA
EMOCIONAL

Amat
editorial

Fragments d'un estudi titulat *Anàlisi no tan breu de l'estat actual de l'ètica de la informació: ètica de la ignorància, informació incompleta, falsa i falsejada i altres formes d'engany i incompetència*

THOMAS J. FROEHLICH*

DOCTOR I PROFESSOR EMÈRIT

SCHOOL OF INFORMATION KENT STATE UNIVERSITY

L'ERA DE LA IGNORÀNCIA

Actualment, accedir a Internet és sovint accedir a recursos que reforcen els prejudicis, la parcialitat, el desconeixement i l'estupidesa. Així, paral·lelament al dret a la informació hem acabat creant el dret a la ignorància.

Hem entrat en l'era de la ignorància, en la qual es rebutja el coneixement adquirit de manera sistemàtica i per mitjà de l'observació meticulosa de l'entorn i s'accepta una propaganda inhumana i anticientífica farcida d'informació falsa, o directament falsejada, difosa per televisió o a través de les xarxes socials.

L'ORTODÒXIA I ELS PROFESSIONALS DE LA INFORMACIÓ

Les opinions es poden dividir, com a mínim, en dues classes: les que no poden esdevenir coneixement i les que sí, en el sentit que són conformes a l'ortodòxia actual. Quan un professional de la informació facilita informació que s'adequa al punt de vista ortodox actual sobre un tema concret, està donant informació conforme a les creences científiques, socials o morals del moment i, per tant, aquesta opinió sí que es pot constituir com a coneixement.

LES VARIETATS DE LA IGNORÀNCIA

- **Informació falsa.** Informació incorrecta o imprecisa. És a dir, que la diferència entre la informació falsa i la informació falsejada és la intenció d'enganyar el receptor.
- **Informació falsejada.** Informació manipulada amb la voluntat d'enganyar. Aquesta intenció d'enganyar algú és important perquè, generalment, dir falsedats no implica necessàriament mentir a propòsit, com són els casos d'informació simplement falsa.
- **Informació incompleta.** Falta d'informació necessària per comprendre un assumpte o prendre una decisió, deguda a la negligència, la incompetència o la voluntat d'enganyar.
- **Autoengany.** Informació que sabem que és falsa però que decidim prendre com a certa. Sartre la va anomenar profèticament mala fe: mantenir i viure una contradicció al mateix temps. Podem distingir dos tipus d'autoengany:
- **Autoengany motivat.** Autoengany fonamentat en un interès polític, social, ètic o personal. És a dir, fa referència a una cosa que volem que sigui veritat malgrat que estigui demostrat que no ho és.

*Froehlich, Thomas (2017). "Anàlisi no tan breu de l'estat actual de l'ètica de la informació: ètica de la ignorància, informació incompleta, falsa i falsejada i altres formes d'engany i incompetència". BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació, núm. 39 (desembre). <<http://bid.ub.edu/39/froehlich.htm>>. DOI: <http://dx.doi.org/10.1344/BiD2017.39.7> [Consulta: 19-03-2020].

- **Autoengany sense motivació.** Autoengany fonamentat en preferències i prejudicis personals que tendeix a confirmar les pròpies hipòtesis. De fet, gairebé tothom s'inclina a evitar la informació que no s'ajusta a les seves creences, tendència coneguda com a biaix de confirmació.

LES DUES FORMES DOMINANTS DE DIFAMACIÓ

Hi ha, a més, dues modalitats de difamació que són especialment nocives: la divulgació d'informació personal i la difusió de notícies falses.

- **Divulgació d'informació personal.** Tècnica consistent a cercar i publicar a Internet informació privada o identificativa d'una persona o grup de persones de caràcter públic o privat, sovint amb una intenció negativa.
- **Difusió de notícies falses.** Tècnica consistent a difondre informació falsejada, adulterada i manipulada, típica de la premsa sensacionalista, amb titulars cridaners però sense cap fonament, publicada tant en mitjans tradicionals i en línia com en xarxes socials, amb l'objectiu d'aconseguir algun guany econòmic o polític (Wikipedia, "Fake news", 2017). La intenció és que el receptor d'aquesta informació accepti un autoengany motivat.

Una forma especialment perniciosa que poden adoptar les notícies falses són els *bots*, programes informàtics que automatitzen tasques determinades, com ara generar respostes repetitives a piulades relacionades amb el tema objecte de calúmnia.

ELS OBJECTIUS DE L'ENGANY

Respecte als propòsits de la divulgació d'informació personal i la difusió de notícies falses, Don Fallis, a "The Varieties of Disinformation" (2014, p. 140), cita l'article de Chisholm i Feehan titulat "The Intent to Deceive" (1977, p. 143-159), per identificar-ne quatre. Segons Fallis, els dos primers objectius s'aconsegueixen mitjançant

l'engany positiu, i són crear una nova creença falsa i mantenir una creença falsa que ja existeixi. Els altres dos responen a l'engany negatiu, i són causar la pèrdua d'una creença veritadera o prevenir l'adquisició d'una creença veritadera.

Fallis (2014, p. 142) presenta també una altra classificació de les finalitats que es poden buscar amb la difusió d'aquest tipus d'informació: negar la precisió del contingut, dir que la font accepta el contingut com a cert, desacreditar la identitat de la font i fer veure que un fet ha tingut una conseqüència determinada.

CONSIDERACIONS PSICOLÒGIQUES SOBRE L'ÈXIT DE LA DIVULGACIÓ D'INFORMACIÓ PERSONAL I LA DIFUSIÓ DE NOTÍCIES FALSES

Els estudis psicològics ens poden ajudar a comprendre com el subconscient impedeix que la nostra voluntat rebutgi la informació falsa o falsejada:

- La repetició de notícies falses n'augmenta la veracitat (Stafford, 2016).
- La gent que no té coneixements o habilitats en un àmbit concret tendeix a pensar que és molt més competent del que és. En psicologia aquest biaix cognitiu es coneix com a efecte de Dunning-Kruger, i es refereix als individus que no es qüestionen els seus coneixements i habilitats ni la seva manca de pensament crític. Per dir-ho d'una manera planera, una persona estúpida no coneix la seva estupidesa i no reconeix que no té pensament crític, talment com els presoners de la caverna de Plató.
- Un cop apresada, la informació falsa és difícil de dissipar. Segons l'investigador David Rapp, el cervell memoritza amb rapidesa qualsevol informació que aprenem, independentment de la veracitat de la font de la qual provinguí. Encara que més endavant descobrim que la informació és falsa, aquest fet no anul·la la impressió inicial. Suggereix, així mateix, que podem prevenir

aquesta tendència pensant de manera crítica i proactiva (Waters; Hargadon, 2017).

- La ignorància induïda culturalment fa que dubtem de coses de les quals estàvem segurs. Robert N. Proctor, professor de l'Stanford University, va proposar un terme per fer referència a l'estudi del dubte o la ignorància induïts culturalment, agnotologia, entesa com una tècnica especialitzada consistent a difondre informació falsa que faci que ens qüestionem el que ja sabíem o les opinions que ja teníem sobre aquell tema concret.
- Hi ha trets personals i psicològics que ens fan vulnerables a la informació política falsa: autoritarisme, inclinació per al domini social, prejudici, aïllament social i pobresa relativa.

EL PAPER DE LES AUTORITATS DAVANT LES NOTÍCIES FALSES I LES VERITATS FIABLES

Una bona manera d'evitar els perills de rebre informació falsa és recórrer als experts o a les autoritats en la matèria, les quals tenen un paper important en la manera en què, com a lectors, processarem cognitivament la informació. Tendim a cercar informació, verídica o falsa, provinent d'autoritats, que són persones o institucions que considerem que ens poden facilitar informació fidedigna. Aquesta informació que ens proporcionen pot ser genuïna, basada en fets comprovables, o bé falsa, de qualsevol dels tipus descrits més amunt. Sovint consultem fonts d'informació a fi de cercar o confirmar informació amb la qual sabem que estarem d'acord. Però aleshores això significa que no existeixen ni la veritat ni les veritats? O és que potser hi ha qui busca informació que el conforti i que justifiqui la seva ignorància? En realitat, hi ha punts de vista que poden demostrar la frivolitat de posicions que no tenen cap base fàctica, coherència ni consistència lògica.

EL PAPER DELS PROFESSIONALS DE LA INFORMACIÓ

Hi ha principis generals que poden ajudar els lectors a identificar si una notícia és falsa. Pel que fa a la informació publicada en línia, la *International Federation of Library Associations* (IFLA) recomana seguir els passos següents: examinar la font amb detall: investigar el lloc, l'objectiu que persegueix i la informació de contacte que ofereix; contrastar la informació del lloc; comprovar les credencials o l'existència de l'autor; comprovar la credibilitat de les referències bibliogràfiques citades obrint-ne els enllaços; comprovar la data de publicació de la informació; determinar si la font és una sàtira o una paròdia, comprovar que la nostra tendència política o prejudicis no ens impedeixen jutjar amb objectivitat, i adreçar-nos a bibliotecaris o experts en la matèria o bé consultar algun lloc de verificació de fets.

PLATÓ PROJECTA LA SEVA OMBRA PER IL·LUMINAR-NOS

Plató continua projectant-nos la seva llarga ombra gairebé 2.400 anys després. La seva intenció no és promoure la ignorància; ans al contrari, pretén mostrar-nos el camí cap a la llum. La professió socràtica de la ignorància ens il·lustra fent-nos confrontar el nostre desconeixement, com a individus, com a professionals i com a societat. És una reivindicació de la importància de la veritat, de les veritats, en una societat que es vol justa i democràtica.

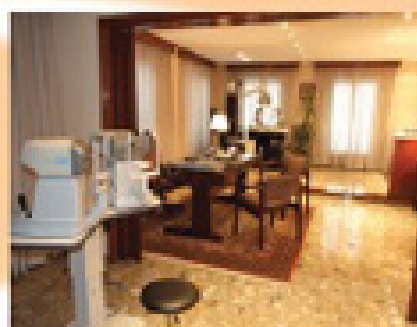
La informatització i digitalització creixent que viu el nostre sector ens planteja cada cop més reptes que hem de superar. Per evitar contradir l'ètica de la informació o ser còmplices de l'ètica de la ignorància, però, ens hem de mantenir actualitzats, competents i informats –també dels límits del nostre coneixement– i hem de crear projectes que promoguin l'alfabetització informacional, individual i col·lectiva. Aquest és l'únic camí que ens pot dur a la llum que brilla a l'exterior de la caverna. □



ÒPTICA HISPANO

ÒPTICS DES DE 1.941
"SOM LA FÀBRICA"

75è Aniversari



L'empresa líder en atenció al client
Com diu el nostre eslògan...

**NO SOM ELS ÚNICS
PERÒ SEGUIM SENT ELS PRIMERS**

Av. Martí Pujol, 21 (a prop de l'estació)

Tels. 93 384 13 06 - 93 384 52 11

e-mail: opticahispano@opticahispano.es

08912 BADALONA

PÀRQUING GRATUÏT

Com verificar?

Difícil resposta. Darrera les notícies, els missatges, les imatges... hi ha qui divulga la idea i el perquè de la mentida. Acostuma a ser un tipus de persona que no té cap mena d'ètica, que no respecta els altres, és frívol, inconscient de la repercussió del mal que pugui generar i no mesura ni els efectes directes ni indirectes que se'n puguin derivar. A vegades vol canviar fets o realitats per la via de l'engany. No creu en el bé. La seva enveja el porta a menysprear el bé dels altres. En el fons gaudeix de la maldat. No s'accepta ell mateix ni els altres, així com tantíssimes actituds negatives. Malauradament acostumen a ser persones d'actituds tòxiques.

No sempre s'arriba a temps d'identificar l'emissor. En el cas de les *Fake News* juguen en la immediatesa de què corren ràpidament. Amb temps els afectats intentaran clarificar els enganys o no, però sovint el mal ja està fet. La tradició ens recorda que, tard o d'hora, al mentider se l'atrapa. N'hi ha tants que es passen de llestos!

Josep M. Forcada

