

Treball de Fi de Grau

Títol

El mètode etnogràfic, eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu

Autoria

Andrea Vargas Torrentó

Professorat tutor

Catalina Gayà Morlà

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	X

Data

03/06/2019

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	El mètode etnogràfic, eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu			
Castellà:	El método etnográfico, herramienta para la construcción de una mirada propia en un periodismo cualitativo			
Anglès:	The ethnographic method, a tool for the construction of an own look in a qualitative journalism			
Autoria:	Andrea Vargas Torrentó			
Professorat tutor:	Catalina Gayà Morlà			
Curs:	2018/19	Grau:	Comunicació Audiovisual	
			Periodisme	X
			Publicitat i Relacions Públiques	

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Mirada, etnografia, periodisme qualitatiu, periodista etnògraf
Castellà:	Mirada, etnografía, periodismo cualitativo, periodista etnógrafo
Anglès:	Look, ethnography, qualitative journalism, ethnographic journalist

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	<p>L'objectiu d'aquest treball és aprofundir en els coneixements sobre el procés de la construcció d'una mirada pròpia en periodisme. Es planteja una reflexió teòrica en què s'aborden els conceptes bàsics a l'entorn d'un periodisme qualitatiu, a partir de l'estudi del treball de camp dels professionals de la informació; que no s'entén de cap altra manera que adoptant les tècniques del mètode etnogràfic. Així, s'aborden els conceptes d'<i>etnografia</i> i de <i>periodista etnògraf</i> i es proposa reflexionar a l'entorn del concepte <i>periodista etnògraf audiovisual</i>. La metodologia es fonamenta en entrevistes temàtiques amb professionals documentalistes i cronistes que en el seu treball dialoguen amb</p>
----------------	---

	l'etnografia.
Castellà:	<p>El objetivo de este trabajo es profundizar en los conocimientos sobre el proceso de la construcción de una mirada propia en periodismo. Se plantea una reflexión teórica en la que se abordan los conceptos básicos entorno a un periodismo cualitativo, a partir del estudio del trabajo de campo de los profesionales de la información; que no se entiende de ninguna otra manera que adoptando las técnicas del método etnográfico. Así, se abordan los conceptos de <i>etnografía</i> y de <i>periodista etnógrafo</i> y se propone reflexionar entorno al concepto de <i>periodista etnógrafo audiovisual</i>. La metodología se basa en entrevistas temáticas con profesionales documentalistas y cronistas que en su trabajo dialogan con la etnografía.</p>
Anglès:	<p>The objective of this work is to deepen the knowledge about the process of the construction of an own look in journalism. A theoretical reflection is proposed in which the basic concepts around a qualitative journalism are approached, starting from the study of the field work of the professionals of the information; that is not understood in any other way that adopting the techniques of the ethnographic method. In this way, the concepts of <i>ethnography</i> and <i>ethnographic journalist</i> are approached and it is proposed to think about the concept of <i>audiovisual ethnographic journalist</i>. The methodology is based on thematic interviews with professional documentary filmmakers and chroniclers who, in their work, dialogue with ethnography.</p>

**El mètode etnogràfic, eina per a la construcció
d'una mirada pròpia en un
periodisme qualitatiu**

Andrea Vargas Torrentó

Tutora: Catalina Gayà Morlà

Grau: Periodisme

Data: 03 de juny 2019

Agraïments

A la meva mare i el meu pare, per fer créixer en mi la sensibilitat amb l'entorn social que tinc a dia d'avui; per fer-me ser la curiositat personificada i per haver-me donat tantíssimes oportunitats.

A en David Vidal Castell, que em va descobrir el Nou Periodisme: escena, diàleg, detall.

A la Catalina Gayà Morlà per haver-me recolzat de la millor manera possible en la investigació i haver-me animat a seguir-la més endavant.

A en Vicenç Sanclemente, perquè a les seves classes és on vaig saber que fer pel·lícules de no ficció seria una de les meves fites vitals i on em va sorgir la necessitat de saber més sobre el mètode de treball dels documentalistes.

A en Carles Bosch, l'Eileen Truax i en Harri Grace per haver-se mostrat tan disponibles a compartir les seves experiències amb mi i haver-me ensenyat; molt.

Al periodisme i a les persones, que són vida.

ÍNDIX

1. Introducció.....	8
2. Etnografia	
a. Definició d'etnografia.....	10
b. Les tècniques etnogràfiques.....	13
c. L'actitud de l'etnògraf/a.....	24
d. Els efectes de l'etnògraf/a sobre les dades.....	25
e. Les funcions de l'etnografia.....	28
3. La mirada	
a. La funció social del periodisme	
i. Definició de periodisme.....	30
ii. El periodisme com a eina de transformació social.....	32
iii. La responsabilitat social del periodisme.....	36
iv. La responsabilitat social del periodista.....	37
v. L'honestedat; clau.....	38
vi. La crisi del periodisme.....	39
vii. El decàleg del periodista.....	40
b. La mirada.....	41
i. Què és la mirada en el relat periodístic?.....	43
c. Els periodistes etnògrafs: història.....	50
d. Les aportacions de l'etnografia en el camp periodístic.....	54
4. Metodologia	
a. Per què s'ha decidit entrevistar a professionals de la informació?.....	62
b. Criteri per escollir els professionals entrevistats.....	62
c. Guió de les entrevistes.....	63
d. Biografia personal dels entrevistats.....	65
5. Conclusions.....	68

6. Bibliografia.....	74
7. Annexos	

1. INTRODUCCIÓ

La raó de ser d'aquesta investigació és aprofundir en els coneixements sobre periodisme qualitatiu. Tot i que en un principi la voluntat era fer un treball de projecte, es va preferir fer-ne un de recerca per tenir molt clars els orígens del periodisme qualitatiu. S'ha cregut convenient dedicar temps sobre l'essència d'aquest periodisme, sobre les seves arrels, per tal de servir d'ajuda i base teòrica per a posteriors projectes personals i professionals.

Una de les altres ambicions d'aquest document és estudiar la manera de traslladar els coneixements adquirits sobre periodisme qualitatiu al format audiovisual, qüestió poc tractada a les universitats. Si és justament la televisió el mitjà de comunicació que té més incidència en la població per què no s'ha insistit en la formació dels periodistes per tal que facin continguts televisius de bona qualitat?

D'aquesta manera, en la investigació, s'ha dut a terme un abordatge teòric en l'entorn de l'etnografia, a partir d'autors i autores que des de l'antropologia social i cultural han estudiat aquesta metodologia. Posteriorment, un cop vistes quines són les tècniques etnogràfiques, s'ha teoritzat sobre el periodisme: s'ha incidit en la funció social d'aquesta professió; en la seva missió de servei públic; en la responsabilitat social del periodisme i del periodista; en la mirada periodística i en les aportacions de l'etnografia en el camp periodístic. En aquest últim punt s'ha vist com de traslladable és l'actitud de l'etnògraf/a a la del periodista i, de fet, han sorgit dos conceptes al respecte: el de *periodista etnògraf* i el de *periodista etnògraf audiovisual*.

Aquesta primera aproximació teòrica és imprescindible i necessària per a plantejar les bases del periodisme qualitatiu i, per tant, s'ha reflexionat molt sobre si la investigació s'havia d'aturar en aquest punt o no. Després de discutir-ho amb la tutora del treball, s'ha considerat interessant treballar amb una sèrie de documentalistes i cronistes que, pel seu renom i prestigi, han ajudat a abordar la necessitat d'incloure la metodologia qualitativa, com l'etnografia, en el discurs i la reflexió en l'entorn del periodisme.

Així doncs, la metodologia es fonamenta en entrevistes temàtiques amb dos documentalistes i una cronista, que en el seu treball dialoguen amb l'etnografia. El present treball constitueix una primera etapa en l'abordatge de la matèria d'investigació. Hi ha la

El mètode etnogràfic, eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu

intenció clara de seguir ampliant-ne els coneixements en futures recerques de major magnitud.

2. ETNOGRAFIA

En aquest primer gran apartat es definiran els conceptes d'etnografia i d'antropologia i, seguidament, s'estudiaran quines són les tècniques etnogràfiques. Es veurà quines són les funcions del mètode etnogràfic i es compararà amb la funció social del periodisme.

Definició d'etnografia

Hammersley i Atkinson (1983) van definir el que era per a ells l'etnografia:

La etnografía (o su término cognado, “observación participante”) simplemente es un método de investigación social, aunque sea de un tipo poco común puesto que trabaja con una amplia gama de fuentes de información. El etnógrafo, o la etnógrafa, participa, abiertamente o de manera encubierta, de la vida cotidiana de personas durante un tiempo relativamente extenso, viendo lo que pasa, escuchando lo que se dice, preguntando cosas; o sea, recogiendo todo tipo de datos accesibles para poder arrojar luz sobre los temas que él o ella han elegido estudiar. (p.15)

A *La etnografía: método, campo y reflexividad*, l'antropòloga argentina Rosana Guber (2001) va afirmar que com a enfocament, l'etnografia és una concepció i pràctica de coneixement que busca comprendre els fenòmens socials des de la perspectiva dels seus membres (actors, agents o subjectes socials): "La especificidad de este enfoque corresponde, según Walter Runciman (1983), al elemento distintivo de las Ciencias Sociales: la descripción" (p.13).

L'etnografia, doncs, és un mètode d'investigació social, “una combinació de tècniques que fa possible comprovar la validesa de dades procedents de diferents tècniques a través del discurs d'una altra tècnica”, segons Hammersley i Atkinson (1983). Més concretament, és un mètode d'investigació de l'antropologia social o cultural.

Abans, però, d'abordar el concepte d'antropologia, cal saber que en els seus orígens l'etnografia era considerada una ciència:

La etnografía fue cobrando distintas acepciones según las tradiciones académicas, pero su sistematización fue parte del proceso de comprensión témporo-espacial de 1880-1910 (Harvey, 1989; Kern, 1983). La aparición del barco de vapor, el

teléfono, las primeras máquinas voladoras y el telégrafo, fue el escenario de la profesionalización del trabajo de campo etnográfico y la observación participante. (...) Mucho antes de que sistematizara en los medios académicos de occidente, el término etnografía era acuñado por un asesor de la administración imperial rusa, August Schlozer, profesor de la Universidad de Gottinga, quien sugirió el neologismo “etnografía” en 1770 para designar a la “ciencia de los pueblos y las naciones” (Guber, 2001, p.11).

I també cal mencionar el que Hammersley i Atkinson (1983) van apuntar sobre la vinculació de l'etnografia amb les ciències socials:

La etnografía también guarda una estrecha semejanza con la manera cómo la gente otorga sentido a las cosas de la vida cotidiana. Algunos autores ven en ello su fuerza básica, mientras otros lo ven como una importante debilidad. La etnografía ha sido a veces descalificada como impropia para las ciencias sociales porque los datos e información que ella produce son “subjetivos”, meras impresiones idiosincrásicas que no pueden proporcionar un fundamento sólido para el análisis científico riguroso. Otros argumentan que solo a través de la etnografía puede entenderse el sentido que da forma y contenido a los procesos sociales (p.16).

Segons l'Enciclopèdia Cubana, l'etnografia és un mètode d'investigació de l'antropologia social o cultural. L'antropologia, al seu torn, és una ciència social que estudia l'ésser humà d'una manera integral. El professor i antropòleg Tomás Antonio Rubio Carrillo (2008) a *La antropología, una ciencia de conceptos entrelazados* posa de manifest la rellevància de l'antropologia com a ciència social. Segons el que Rubio va entendre amb un intercanvi de paraules amb el doctor Mario Bunge, l'antropologia pot ser entesa com la ciència que aspira a trobar 'la caixa negra' del nostre 'avió' cultural i social i de la resta d'avions que volen pel món. Rubio ofereix una altra definició més d'antropologia:

"La antropología es una disciplina que estudia totalidades significantes (la cultura, la sociedad, el ritual, la institución, el patrimonio...) desde conclusiones extraídas de la observación, la experiencia y la interacción con personas en un terreno tan cercano al sentido común como a la voluntad de aquellas por construir su propia vida" (García, apuntes, tema 3) (Rubio, 2008).

Entesos els conceptes i associant, segons Hammersley i Atkinson (1983), l'etnografia amb la comprensió de la perspectiva de la gent estudiada o amb l'observació de les activitats quotidianes; en comptes d'únicament confiar en les explicacions que els actors socials ens fan sobre els seus comportaments o en les simulacions experimentals sobre ells, aquests dos estudiosos del tema sentencien que “les pretensions d'atorgar superioritat a una tècnica sobre una altra tenen poca consistència” (p.13).

És interessant exposar el que Hammersley i Atkinson van explicar a *Etnografía. Métodos de investigación* sobre el “positivisme” i el “naturalisme”:

Siguiendo la mayoría de los estudios precedentes llamaremos a estos paradigmas de “positivismo” y “naturalismo”, el primero privilegiando los métodos cuantitativos, el segundo promocionando la etnografía como el método central, si no el único legítimo, de investigación social. Desde nuestro punto de vista, las exposiciones sobre los paradigmas se entienden mejor cuando se presentan como intentos de reconstruir la lógica-en-uso (Kaplan, 1964) de la investigación social. Desde la perspectiva, y especialmente, en lo que respecta a la etnografía, ni el positivismo ni el naturalismo son completamente satisfactorios. Realmente, debe rechazarse la noción de una ciencia de la vida social que explica el comportamiento humano en términos causales (1983, p.16).

I van explicar els orígens del naturalisme:

En sociología, el naturalismo surgió como una reacción contra el crecimiento de la tradición que investigaba a través de cuestionarios, con la intención de construir un paradigma alternativo, diseñado para proteger de la crítica positivista la etnografía y otras técnicas cualitativas. El pionero en las décadas de los 40 y 50 fue Herbert Blumer (Blumer, 1969), y en los años 60 esta tendencia fue reforzada por el renacimiento de la sociología interpretativa. Incluso dentro de la antropología, donde la etnografía siempre ha sido el principal método de investigación, se ha producido una tendencia similar, aunque menos intensa, hacia el establecimiento de varias tradiciones de investigación (Pelto y Pelto, 1978). En psicología social solo más recientemente la hegemonía de los experimentos ha estado seriamente amenazada (Harré y Secord, 1972; Cronbach, 1975; Rosnow, 1981). (...) Uno de los predicados más importantes del naturalismo es que todas

las perspectivas y culturas son racionales. Comprender una cultura se convierte en el primer requisito, y cualquier intento de explicarla en términos de intereses materiales o distorsiones ideológicas es vista como incompatible con tal comprensión (Hammersley, i altres, 1983, p.24 i 27).

Rubio, citant a García Canclini, acaba afirmant que per a estudiar i comprendre cultures, híbrides, és necessària una combinació de disciplines: l'antropologia amb la sociologia, l'art i els estudis de les comunicacions:

Evidentemente habrá algunos que se especialicen en un campo determinado y concreto; como toda ciencia social puede subdividirse en temáticas y de hecho cada vez son más los antropólogos especialistas en antropología política, parentesco, antropología filosófica, simbólica, antropología física, del género, patrimonio y mil temáticas más. Pero no debemos olvidar que aún en su especialización concreta el antropólogo es un poco de todo, una especie de "hombre-orquesta" (Copans 1998), un hombre o mujer capaz de tocar varios instrumentos simultáneamente, y además tocarlos bien, sacar de ellos el mejor de los sonidos. Saber manejar correctamente las herramientas de la etnografía, de la etnología y la antropología como un todo: ver, escribir, comparar y sintetizar como proceso de su composición musical, como elaborador de ciencia, como antropólogo científico de lo social y cultural (Rubio, 2008).

Les tècniques etnogràfiques

Com a investigador social, l'etnògraf ha de tenir clares les fases del seu treball de camp. Una de les particularitats de l'etnografia, però, és que consisteix en una observació i descripció oberta; la qual cosa, segons Hammersley i Atkinson (1983, p.41-42), "el disseny de la investigació apareix com quelcom superflu". Això no obstant, no significa que no s'hagi de preparar la investigació:

El curso de una etnografía no puede estar predeterminado. Pero ello ni elimina la necesidad de una preparación previa al trabajo de campo ni significa que el comportamiento del investigador en el campo haya de ser caótico, ajustándose meramente a los hechos, tomando en cada momento "la dirección que presenta menos resistencia" (Warren, 1974). En nuestra opinión el diseño de la investigación debe de

ser un proceso reflexivo, operando en todas las etapas del desarrollo de la investigación. (Hammersley, i altres, 1983, p.42)

Segons la ressenya de María Poblete del llibre *El antropólogo inocente*, de Nigel Barley, la seqüència tradicional del procés etnogràfic és l'elecció d'una comunitat, els preparatius per a iniciar el treball en el camp, l'observació participant, l'abandonament de la comunitat i el retorn a l'àmbit acadèmic:

En los primeros capítulos observamos las vicisitudes sufridas al iniciar los preparativos para emprender el estudio de campo y su primer choque con la burocracia africana, que parece hacer todo lo posible por impedir su llegada a Camerún, la permanencia en la misión -lugar al que retorna cuando se le hace imposible la vida en la aldea, a pesar de Malinowski y sus «diatribas contra los antropólogos que trabajan desde la veranda de la misión» y la partida en busca de los dowayos. Barley construye un relato de sus primeros encuentros con el otro lleno de situaciones que entretienen al lector, pero que también agota porque se advierte en la narración la omnipresencia de los cánones occidentales para juzgar todas las dificultades que enfrenta el autor para entender cómo es adecuado comportarse en un país extraño (2000, p.188).

Segons Hammersley i Atkinson, l'etnògraf, doncs, ha de fer els següents passos: plantejar-se problemes que estimulin la investigació; seleccionar els llocs i els casos de la investigació; gestionar les tres dimensions estrella, que són el temps, la gent i el context; accedir a la informació; tenir cura de les relacions de camp que s'estableixen; entrevistar; enregistrar i organitzar la informació i decidir quan acaba el treball de camp.

En un document inèdit, la professora i doctora Catalina Gayà, fa una proposta de protocol etnogràfic i diu així:

- Primera observación subjetiva (paseo)
- Observación sistemática
 - Estructura física del lugar
 - Infraestructura y mobiliario urbano
 - Materialidad (pasto, concreto, vidrio, etc.)
 - Huellas de uso (pisadas) y huellas de apropiación (graffiti)
 - Ambiente (clima, olores, sonido)

El mètode etnogràfic, eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu

- Registro del espacio (mapas, flujos de personas y vehículos, etc.)
- Registro temporal (ritmo, horarios)
- Actores y actividades
- Entrevistas (historias de vida, entrevistas abiertas, entrevistas semi-estructuradas, fotoentrevistas, encuestas, entrevistas fugaces, palabras asociativas, etc.)
- Mapas mentales de los sujetos para identificar construcción del lugar
- Cartografías y mapas físicos

(Universidad de Guadalajara, 2007)

L'espai físic és cabdal en la investigació; és per on es farà la primera observació subjectiva de què parla Gayà. Hammersley i Atkinson reflexionen per arribar a la mateixa idea que el lloc és important; fan referència als problemes preliminars de Malinowski: "El que estimula la investigació són els esdeveniments socials, els problemes polítics o pràctics, experiències personals..." (1983, p. 47). Consideren que concretar amb molta presició aquests problemes permet que hi hagi un plantejament de noves qüestions. A més: "Els problemes preliminars ja indiquen el tipus de lloc on els problemes d'investigació poden ser desenvolupats" (1983, p.54). Així doncs, cal escollir bé el lloc:

Puede ser aconsejable aproximarse a varios posibles lugares de investigación para calcular su idoneidad para llevar a cabo allí la investigación y ver dónde va a ser más fácil el acceso a información (Schatzman y Strauss, 1973:19). Ello implica recoger y analizar preliminarmente cualquier evidencia documental sobre el medio, entrevistando a cualquiera que pueda ser fácilmente contactado y que tenga experiencia y conocimiento del medio y, tal vez hacer breves visitas, abiertas o encubiertas, al lugar. Inspeccionar de esta manera, además, permite descubrir que quizás lo que había sido pensado como una característica social homogénea deba dividirse en un número de subtipos con diferentes características y que ocupan diferentes lugares dentro de la sociedad. (...) Los criterios de selección no se refieren tanto a la idoneidad del medio como a aspectos prácticos, tales como el contacto con personas que faciliten el acceso, los costes del viaje y el trabajo, la disponibilidad de información documental, etc. A veces, la búsqueda de un medio apropiado para hacer la investigación puede tomar rumbos imperdibles (Hammersley i Atkinson, 1983, pp. 54-55).

Tal com van expressar els dos autors, “en etnografia s’ha de decidir on i quan observar, amb qui conversar i quina informació enregistrar i com fer-ho”. Per a ells, existeixen tres grans dimensions al llarg del procés d’extracció de mostres: el temps, la gent i el context.

Pel que fa al temps, cal basar-se en una divisió adequada de les diferents divisions temporals:

El tema de construcción y distribución social del tiempo es demostrado de forma elegante en el estudio de Zerubavel (1979) sobre el tiempo en los hospitales. Hay diferentes padrones y actividades en función de si es de día o de noche y de acuerdo al día de la semana. (...) Se puede intentar abarcar todo el tiempo posible durante el transcurso del trabajo de campo, pero es difícil de conseguir. El trabajador de campo necesitará periódicamente escaparse para poder escribir el diario de campo o, simplemente, relajarse. La producción de un diario de campo serio, el registro y organización del material, escribir memorándum y anotaciones reflexivas, son actividades que consumen y demandan un tiempo considerable. Largos períodos de observación, si no son interrumpidos por otros de sistematización y reflexión sobre el material, resultaran en información de calidad pobre. Inclusive, todos los etnógrafos tienen que resistir la tentación de intentar ver, oír y participar en todo lo que ocurre (Hammersley i Atkinson, 1983, p.62).

Front a la idea de l’etnògraf de voler captar-ho tot, cal ser selectius si es vol una informació de major qualitat. Però això sembla resultar difícil. On està el límit? L’experiència dels anys farà saber a l’etnògraf decidir quan parar?

Hammersley i Atkinson van recomanar assegurar una cobertura àmplia:

A parte de en organizaciones e instituciones similares, también se han de aplicar estas consideraciones en aspectos como la vida urbana, “relaciones en público”, el uso de lugares públicos, y formas de comportamiento desviante también siguen una dimensión temporal: las estaciones, los días de la semana, la hora (si es de día o de noche), son aspectos significativos. Además, puede ser importante prestar atención en ocasiones especiales, tales como fiestas, carnaval, ceremonias y rituales, ritos de paso, y criterios sociales que marcan el cambio de status. Al organizar estos muestreos de diferentes lapsos temporales, también es importante observar las actividades rutinarias de la misma forma que se observan las

extraordinarias. El propósito es asegurar una cobertura tan amplia y representativa cuanto sea posible, y no solo identificar y seleccionar algunos aspectos superficialmente “interesantes” (1983, p.63).

Pel que fa a la segona dimensió, la *gent*, els autors van explicar (1983) que cap mitjà social és homogeni i que la representació adequada de la gent envoltada en un cas particular, normalment requeriria prendre algunes mostres. Tot i que aquesta explicació s'emmarca dins d'unes tècniques a seguir per a l'elaboració d'una teoria social i/o per a la contraposició de teories rivals, és aplicable als mètodes per a fer una cobertura periodística a través de tècniques etnogràfiques. De totes maneres, més endavant es discutiran les funcions de l'etnografia i del periodisme. I es veurà la convivència d'una amb l'altre.

I quant a la tercera dimensió, el *context*, Hammersley i Atkinson van destacar la importància de no confondre els llocs amb els contextos:

Si queremos asegurarnos de que no producimos falsas generalizaciones sobre actitudes y comportamientos a través de los contextos existentes dentro de un caso, debemos identificar dichos contextos en función de cómo los individuos actúan en estos, y reconociendo que son construcciones sociales y no localizaciones físicas, e intentar asegurarnos de que tomamos muestras de todos los que son relevantes (1983, p.66).

Una aproximación más selectiva normalmente resultará en información de mayor calidad, proporcionada por la alternativa de períodos de recolección productiva de información y otros de reflexión

Una de les fases posteriors és l'accés a la informació. Com s'ha esmentat abans, es tracta d'una de les majors preocupacions de l'etnògraf:

No todas las personas a las que queremos observar o con las que queremos conversar, ni todos los contextos de los cuales queremos extraer muestras, son accesibles: ciertamente no lo son siempre que queremos que lo sean. Actuamos en medios donde el investigador tiene poco poder, y los individuos ya sufren suficientes presiones como para, además, tener que cooperar en la investigación. Este problema de acceso a la información suele ser más grave en las negociaciones iniciales entabladas para

entrar al lugar y durante los “primeros días en el campo” (Hammersley i Atkinson, 1983, p.67-69).

Però de tot se'n pot treure profit. Els problemes d'accés a la informació també són susceptibles a ser analitzats sociològicament. Hammersley i Atkinson van concloure (1983) que l'accés té més a veure amb l'activitat investigadora que no pas amb una qüestió de presència o absència física. El que no van incloure és el fet que la càmera formi part de les eines de l'activitat investigadora; la qual cosa, fa que la presència o absència física, en el cas d'enregistrar-se audiovisualment la informació, sigui un aspecte a considerar molt important.

Hi ha qui ha desenvolupat estratègies per accedir a la informació:

El caso West (1980) y Liebow (1967): se sumergió en un vecindario del distrito de Columbia e inició una investigación “haciéndose el despreocupado”. (...) También es clara la importancia del “padrinazgo informal”, como Tally con Liebow, que le introduce en su círculo de amigos y conocidos y le facilita el acceso a la información. O como Doc con Whyte (1981). (...) Saber quién tiene el poder de facilitar o bloquear el acceso o quiénes se consideran o son considerados por los demás como poseedores de la autoridad suficiente para garantizar o rechazar el acceso es, sin lugar a dudas, un aspecto fundamental del conocimiento sociológico del campo. Debemos intentar saber lo suficiente de un lugar como para poder valorar las estrategias que probablemente serán más efectivas para conseguir entrar. (...) Garanticen o no la entrada al lugar, los porteros suelen intentar ejercitar algún grado de vigilancia y control, tanto para bloquear ciertas líneas de investigación como para guiar al trabajador de campo en una dirección u otra (Hammersley i Atkison 1983, p.75-80).

Més estratègies; l'engany:

Cuando la investigación se oculta a los estudiados como a los porteros, el problema del acceso se “resuelve” definitivamente, siempre que no se descubra el engaño; a pesar de todo el investigador se ve obligado a convivir con las dudas morales, las angustias y las dificultades prácticas para llevar a buen término esta estrategia. Los trabajos de Holdaway, Fielding y Chambliss plantean la cuestión del engaño dentro de las negociaciones para el acceso (Hammersley i Atkinson, 1983, p.85)

Segons Hammersley i Atkinson, existeix el perill que la informació proporcionada a les persones estudiades influeixi en el seu comportament. Un altre argument a favor que no s'informin totalment les intencions als subjectes estudiats és que ells rebutgin o neguin l'accés d'una manera molt més radical de la que utilitzarien més endavant durant el treball de camp (1983, p.86).

Un cop aconseguit l'accés, no tot està resolt:

Una vez que ha sido “adoptado” por un padrino, el etnógrafo puede encontrar difícil conseguir independizarse de esa persona. (...) Y además, todos los agentes que forman parte del lugar no estarán igualmente abiertos a la observación ni todo el mundo querrá hablar, o incluso los que quieran no estarán preparados o quizá ni siquiera sean capaces de divulgar toda la información de que dispongan (Hammersley i Atkinson, 1983, p.88 i 91).

Així doncs, s'han de cuidar les relacions de camp perquè, tal com Hammersley i Atkinson (1983) van escriure, la gent es preocupa més del tipus de persona que l'investigador sembla ser que no pas de la investigació mateixa. L'antropòleg Diego Zenobi va relatar la seva experiència entre les víctimes de la massacre de Cromanyó:

Tal como ha señalado Mac Clancy (1988), los sujetos con los que trabajamos suelen estar atentos a nuestros movimientos y evalúan con quiénes nos relacionamos y cómo lo hacemos. Así, de sus propias observaciones en terreno surgen sus propias hipótesis y conclusiones sobre nuestro trabajo. En el caso que describo, eran mis silencios y no mis palabras los que me traían problemas. (2011, pp. 72-73)

Aconseguir adaptar-se (en l'aparença física i en el comportament) és la idea:

Es muy importante cuidar “la presencia” (Goffman, 1955). Se debe prestar mucha atención a la “impresión” que se causa. Ante todo se deben evitar los aspectos de la imagen del investigador que puedan obstaculizar el acceso, al tiempo que se deben resaltar aquellos que lo faciliten; siempre dentro de los límites marcados por consideraciones éticas (1983, p.94).

Però tampoc fins al punt de semblar un d'ells:

Liebow señala que si bien la conducta y el vestuario adoptados tendían a reducir las diferencias sociales que lo separaban de sus compañeros, él no intentó convertirse en uno de ellos (Liebow, 1967:255-256). Howard Parker hace unas consideraciones similares: “nunca intenté copiarles totalmente el estilo, me adaptaba apenas a algunas características” (Parker, 1974:216) (Hammersley i Atkinson, 1983, p. 95).

Val a dir, però, “en condicions d’investigació secreta, per suposat, el treballador de camp ha de fer el màxim esforç per adaptar l’aparença personal a la dels altres participants”, segons Hammersley i Atkinson.

Seguint amb les relacions de camp, l’etnògraf ha d’establir formes “normals” d’interacció social; pot ser molt desagradable per a les persones que allotgen a l’investigador que ella o ell els bombardegi constantment a preguntes referents al tema d’investigació. Ha de construir una identitat de persona “normal”, “irregular” i “decent” (Hammersley i Atkinson, 1983). Això permetrà fer més fàcil l’accés. De totes maneres, però, segueixen havent limitacions en l’accés al camp per raons de gènere, edat i raça:

Estereotipos culturales comunes sobre las mujeres pueden resultar ventajosos en cierto sentido. Teniendo en cuenta que las mujeres son consideradas como inofensivas ellas pueden conseguir el acceso a determinados medios y tipos de información con relativa facilidad. Los investigadores hombres encontrarán igualmente difícil ganar el acceso al mundo de las mujeres, especialmente en las culturas donde existe una fuerte división entre sexos (Hammersley i Atkinson, 1983, p.101).

A banda d’aquests obstacles —que, a vegades, no són tan obstacles—, hi ha hagut diversos intents de classificar els diferents papers que els etnògrafs poden adoptar al camp:

Juncker (1960) y Gold (1958), por ejemplo, distinguen entre el “totalmente participante”, el “participante como observador”, el “observador como participante” y el “totalmente observador”. En el papel de “totalmente participante” las actividades del etnógrafo permanecen totalmente ocultas, los demás se piensan que es un miembro efectivo. La “participación total” es aconsejable en ciertas circunstancias. Quiere decir realmente “convertirse” en un miembro; tal identificación e inmersión en el campo ofrece seguridad: se puede viajar de incógnito, obtener conocimiento “interno” y ahorrarse el problema de la negociación del acceso. De todas formas, hacerse pasar

por un miembro durante un período extenso requiere una gran demostración de las habilidades dramáticas del investigador; y si se descubriese la verdadera naturaleza del antropólogo, entonces las consecuencias serían desastrosas, tanto para el investigador personalmente como para el cumplimiento del proyecto de trabajo de campo.

En contraste con el “totalmente participante” el “totalmente observador” no tiene absolutamente ningún contacto con lo que él o ella están observando. La observación ocurre de una forma unidireccional. Los dos tipos de observaciones, paradójicamente, comparten ventajas e inconvenientes. A su favor, las dos minimizan el problema del rechazo: en ninguno de los dos casos el etnógrafo interactúa como investigador con la gente que está estudiando. Si solo se adopta uno de los dos roles será muy difícil trabajar teóricamente de una manera rigurosa, aunque ambas pueden ser estrategias prácticas para adoptar en determinados momentos del trabajo de campo y, en ciertas situaciones, su adopción puede ser inevitable. La mayoría de las investigaciones de campo se hacen empleando unos roles que están en un punto intermedio entre estos dos polos (Hammersley, i altres, 1983, p.111 i 112).

La figura de l'etnògraf no és senzilla, però es fa més fàcil si se saben controlar aquests distanciaments i apropaments simultanis. Tanmateix, s'ha d'anar amb molt de compte, adverteixen Hammersley i Atkinson, en la impressió d'estar “com a casa”; diuen que “és una senyal de perill” (p. 112).

Més processos als quals els etnògrafs han de sotmetre's: les entrevistes. Sol·licitar activament relats és necessari per a ells, tot i que, segons Hammersley i Atkinson (1983), arran de la influència del naturalisme, aquests investigadors socials poden veure els relats demanats “menys vàlids” que aquells produïts entre els actors en “situacions que ocorren naturalment”.

En una entrevista és important amb qui, on i quan es realitza:

A diferencia de las entrevistas de cuestionarios, las entrevistas etnográficas son reflexivas y no estandarizadas: los etnógrafos no deciden de antemano las cuestiones que ellos quieren preguntar, aunque suelen entrar a la entrevista con una lista de temas de los que hay que hablar. Los etnógrafos tampoco se restringen a una única manera de preguntar. El etnógrafo en las preguntas indirectas ha de

aparecer en una posició pasiva, pero ha de tener un “control” indirecto y debe de ser un oyente activo para ver cómo se relaciona con el tema de la investigación y cómo puede reflejar las circunstancias de la entrevista (Hammersley i Atkinson 1983, pp.128-129)

Hammersley i Atkinson citen a Becker i Geer (1960) per fer una distinció de la informació no sol·licitada i la sol·licitada. Els autors ens conviden a saber interpretar els relats produïts per les persones que formen part de l'objecte d'estudi. Consideren que els informants “ben entrenats” poden funcionar com assistents d'investigació altament efectius a l'hora de proporcionar informació, però que, a la vegada, quan “més sofisticat” sigui l'entrevistat, major serà la seva tendència a substituir la descripció per l'anàlisi (p.206).

Tot i, en la teoria, centrar-nos en la distinció de la informació sol·licitada i no sol·licitada, en la pràctica, el que interessa més és captar-ho tot, per després ja poder interpretar-lo. Tomás Antonio Rubio Carrillo en fa una reflexió:

La antropòloga Rosana Guber indica que una de las premisas del trabajo de campo es el ir en busca de temas y conceptos que la población vierte. Para captar este material, el investigador permanece en "atención flotante", un modo de escuchar que consiste en no privilegiar de antemano ningún punto del discurso. El centramiento de la investigación en el entrevistado supone que el investigador acepta los marcos de referencia de su interlocutor para explorar juntos los aspectos del problema en la discusión y del universo cultural en cuestión (Guber 2004: 213) (2008).

Hammersley i Atkinson destaquen, a més, la importància de les fonts documentals en la investigació.

Una de les parts importants de la feina de l'etnògraf és decidir com enregistrar les dades. És molt important no distorsionar els relats que l'investigador rep i, per tant, aquesta tasca és imprescindible. Hammersley i Atkinson (1983) van enumerar-ne els mètodes: notes de camp; enregistraments magnetofònics, audiovisuals i filmacions. Aquestes tècniques, asseguren, no són mutuament exclusives.

El mètode etnogràfic, eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu

Les anotacions de camp, doncs, són una qüestió cabdal en el curs de la investigació. Abans d'estudiar com enregistrar de manera audiovisual la informació, es tractarà el fet de prendre notes, atenent a que un no implica l'absència de l'altre. Hammersley i Atkinson es van plantejar *quan* començar a fer el bolígraf —o el llapis— anar:

En principio, se deberían tomar notas inmediatamente después de observar la acción que va a ser anotada. Si la investigación es encubierta, las anotaciones en el transcurso de la participación serán prácticamente imposibles (1983, p.163).

També van analitzar *què* enregistrar:

Spradley sugiere un cuestionario elemental que puede ser usado para guiar la elaboración de registros de campo, y la utilización del cual nos puede proporcionar el contexto al que nos hemos referido anteriormente:

- a. Espacio: el lugar o lugares físicos
- b. Actor: la gente implicada
- c. Actividad: una serie de acciones relacionadas entre sí que las personas realizan
- d. Objeto: las cosas físicas que están presentes
- e. Acto: una determinada acción
- f. Acontecimiento: una serie de actividades relacionadas entre sí que la gente lleva a cabo
- g. Tiempo: las secuencias que se desarrollan en el transcurso del tiempo
- h. Sentimiento: las emociones sentidas y expresadas

(Spradley, 1980:78ff) (Hammersley i Atkinson, 1983, p.173)

Els autors van assenyalar que les paraules reals que utilitza la gent poden ser de considerable importància analítica: “Los vocabularios locales nos proporcionan valiosas informaciones sobre la forma en que los miembros de una determinada cultura organizan sus percepciones del mundo y forman la construcción social de la realidad (Hammersley i Atkinson, 1983, p.166).

Però què passa quan l'eina per a emmagatzemar la informació és un micròfon i una càmera —o més d'una— ?

Con el uso de un grabador, la tensión entre escribir notas y observar puede disminuir, por ejemplo, grabando las notas de campo en lugar de escribirlas. Otras tentativas de resolver los dilemas surgidos de la redacción de notas de campo consiste en recurrir a las técnicas de registro electrónico, audio o audio/visuales, durante el transcurso de la observación. Aunque nunca podrán proporcionar un registro completo —todavía queda la cuestión de la selección del sitio donde ubicar las cámaras y los micrófonos—, evidentemente estas técnicas nos proveerán de un registro mucho más exacto y detallado de los acontecimientos que el que puedan proporcionar las anotaciones escritas. Obviamente, estas técnicas representan un recurso muy importante, especialmente cuando el investigador se centra en los detalles de la interacción social (Hammersley i Atkinson, 1983, p.174)

Però no sempre s'obté el permís per a enregistrar de manera electrònica; cosa que disminueix el nombre d'escenaris que poden ser escollits per a la investigació. Hammersley i Atkinson afirmen que la gravació de vídeo i filmació són més cares i intrusives (p.177).

L'actitud de l'etnògraf/a

La idea que l'etnògraf és un “home orquesta” reafirma el que s'ha tractat en les línies anteriors sobre com s'ha de comportar l'investigador social en el camp de treball, en el seu laboratori, que, segons Rubio, és un lloc canviant tant en l'espai com en el temps.

Atenent al títol d'aquesta investigació, *El mètode etnogràfic, eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu*, cal deixar clar que el que es vol és traslladar l'actitud pròpia de l'etnògraf a la del periodista. Així doncs, més endavant, es tornarà a incidir en la conducta de l'investigador social o treballador de camp, però dins ja del que seria el periodista etnògraf. D'aquesta manera, en el present treball es vol introduir el concepte de *periodista etnògraf audiovisual*, inventat en el curs de la investigació, per fer referència al professional de la informació que adopta la metodologia que aporta l'etnografia en les seves cobertures—en aquest cas, a més, en format audiovisual—.

Ara, de moment, es plantejaran actituds, sensacions i/o preocupacions que tot etnògraf acostuma a tenir.

Els prejudicis i les creences adoptades al llarg de la vida de l'etnògraf han de deixar-se de banda:

La sociología del conocimiento muestra que el origen de nuestras creencias así como las garantías de certeza que les asignamos, pueden ser diferentes de lo que imaginamos. Ello también significa que los científicos sociales deben tener cuidado de no encorsetarse en las creencias típicas de los círculos sociales en los que se mueven (Hammersley, i altres, 1983, p.36).

Abandonar els prejudicis i les idees imposades depèn del subjecte investigador. Tot i ser un repte personal, és del tot possible entendre les realitats alienes des del moment en què es conviu i es comprèn de primera mà les cultures estudiades. O, com a mínim, així hauria de ser-ho.

En comptes, l'accés a la informació no només depèn de qui investiga, sinó que ve donat pel procés de negociació entre investigador i subjecte(s) investigat(s). Hammersley i Atkinson (1983, p.91) ho consideren una “preocupació permanent per a l'etnògraf”. I d'aquesta preocupació se'n desprèn una altra actitud: buscar mantenir-se en una posició acceptable dins del grup estudiat; cosa que obliga a l'investigador social ser capaç d'adaptar-se a situacions canviant, a través del vestuari i de gestos i/o expressions.

Com ja s'ha dit anteriorment, unes línies més a baix, es tornarà a tractar aquesta qüestió. I serà, també, imprescindible, dedicar un espai a l'actitud del *periodista etnògraf audiovisual*. En l'estudi de les cultures i societats, no tenen la mateixa condició una persona amb una *llibreteta*, un bolígraf i la seva ment —en cas que els suports materials fallin, la ment sempre ho pot solucionar quan es tracta de recollir dades en suport escrit—, que una amb una amb una càmera damunt de les espatlles.

Els efectes de l'etnògraf/a sobre les dades

L'antropòleg Diego Zenobi així explicava la preocupació latent com a investigador social de no alterar els rituals d'interacció:

Al realizar su trabajo en terreno el antropólogo debe esforzarse por evitar ser un “elemento disturbador” (Malinowski, 1975: 60) de las relaciones que los actores sociales mantienen entre sí. Al creer que resulta posible no constituirnos en un factor de “distorsión” en el campo, habitualmente los etnógrafos consideramos

que podemos producir datos puros y fidedignos a partir de los cuales podremos comprender la realidad “tal cual es”. En tal sentido, desde las posturas naturalistas, tanto como sea posible, “el mundo social debe ser estudiado en su estado “natural”, sin que resulte modificado de alguna manera por el investigador. De ahí que la fuente primaria de datos deba estar formada por escenarios “naturales” y no por montajes “artificiales” como los experimentos y las entrevistas formales” (Atkinson y Hammersley, 1983: 6). Desde esa perspectiva, los universos sociales que los antropólogos pretendemos conocer “están ahí”, disponibles para que realicemos sucesivas “inmersiones” orientadas a recoger datos e interpretarlos. Así, el campo es representado como un objeto ajeno y extraño a los investigadores “el ‘campo’ en el que el etnógrafo ingresa existe como un conjunto de relaciones y actividades independiente y bien delimitado, el cual es autónomo en relación al trabajo de campo a partir del cual es puesto al descubierto” (Amit, 2000: 6). De esta manera el investigador es considerado como un sujeto ajeno a las relaciones sociales que se traman en un espacio del que él parece no formar parte (Zenobi, 2011)

Tot i ser subjectes aliens a la realitat estudiada, Hammersley i Atkinson es van centrar (1983) en les inferències a partir de respostes aconseguides sota condicions d'experimentació, o en deduir el que la gent fa quotidianament a partir del que és dit a una entrevista; el que Brunoswik (1956) i Bracht i Glass (1968) titulen com “validesa ecològica”:

En la mayoría de las ciencias naturales, la generalización de resultados a través del tiempo y del espacio presenta pocos problemas. Las sustancias químicas, por ejemplo, generalmente no se comportan de manera diferente si están dentro o fuera de las paredes del laboratorio. No obstante, esto parece ser un serio problema en el estudio del comportamiento humano. A partir de una mínima reflexión sobre la vida cotidiana, se percibe que, sin duda, la gente se comporta, y se espera que se comporte, de forma diferente en función del contexto (Deutscher, 1973) (Hammersley i Atkinson, 1983, p.24)

L'objectiu és minimitzar la influència de l'investigador sobre el que és dit per a facilitar així l'expressió oberta de la perspectiva nativa de la realitat, però:

El solo hecho de saber de la presencia del investigador, puede tener efectos significativos. Inclusive, si se consiguiera restringir la influencia del investigador mediante la adopción de los roles “totalmente observador” o del “totalmente participante”, no solo se plantearían serias restricciones al proceso de recogida de información, sino que tampoco garantizaría que esta fuese “información verdadera”. El problema de las reacciones existentes ante el investigador es parte de un fenómeno más amplio que no puede ser erradicado: el efecto del auditorio y el contexto general sobre lo que la gente dice y hace. Todos los relatos deben ser interpretados en términos del contexto en el que son producidos (Hammersley i Atkinson, 1983, p.125-27).

La solució, van recollir Hammersley i Atkinson, per a aquesta obsessió de l'investigador d'eliminar els seus efectes sobre les dades, “seria l'experiència directa del món social, versió extrema de la qual seria aconsellar a l'etnògraf que es rendís a les cultures que volgués estudiar (Wolff, 1964; Jules-Rosette, 1978)”. Això significa, doncs, “l'afirmació que és possible aïllar una sèrie de dades no contaminades per l'investigador, possible des del moment en què ella o ell s'han tornat autòmetes o receptors neutrals d'experiències culturals.” Això no obstant, “és inútil perseguir aquest tipus de coses en la investigació empírica, ja que tot tipus de dades presuposen un rerefons teòric (Hanson, 1958)” (Hammersley i Atkinson, 1983, p.28-29)”.

Hammersley i Atkinson van recomanar que el primer pas per resoldre aquest problema és “reconèixer el caràcter reflexiu¹ de la investigació social” (1983, p.29 i 31); és a dir, assumir que som part del món social que estudiem i reflexionar sobre els efectes de la nostra participació. Aleshores, no hi ha cap manera d'escapar del món social per després estudiar-lo, i és que, de fet, no ens cal, no és necessari:

Debemos trabajar con el conocimiento que tenemos, reconociendo que puede ser erróneo, y someterlo a un examen sistemático cuando la duda parezca estar justificada. Similarmente, en vez de tratar la reacción ante nuestra presencia meramente como una suerte de parcialidad, podemos explotarla. Estudiar como la gente responde a la presencia del investigador puede ser tan informativo como analizar la forma como ellos reaccionan frente a otras situaciones (Hammersley i Atkinson, 1983).

Les funcions de l'etnografia

D'entre totes les funcions, la funció distintiva de la teoria social, segons Hammersley i Atkinson de la teoria social és: “el desenvolupament i verificació de teories; això és el que la diferencia del periodisme i de la literatura, tot i que tingui moltes coses en comú amb aquestes activitats (Strong, 1982)”.

Com a mètode d'investigació social que és, l'etnografia contribueix a la fase de desenvolupament i a la verificació teòrica. Intenta relacionar tipus de dades de forma que contrarrestin diverses possibles amenaces a la validesa dels anàlisis (Hammersley i Atkinson, 1983, p.217)

Però tal com Hammersley i Atkinson afirmen, “no necessàriament tots els treballs etnogràfics han de tenir com a objectiu explícit el refinament i la verificació teòrica. Es pot deixar per a estudis posteriors, o per a altres investigadors, la tasca de verificar el model teòric.” De fet, els autors van escriure que existia un desacord sobre el tret distintiu de l'etnografia:

Existe un desacuerdo sobre si la característica distintiva de la etnografía es el registro del conocimiento cultural (Spradley, 1980), la investigación detallada de patrones de interacción social (Gumperz, 1981) o el análisis holístico de sociedades (Lutz, 1981). Algunas veces la etnografía se define como esencialmente descriptiva, otras veces como una forma de registrar narrativas orales (Walker, 1981); como contraste, solo ocasionalmente se pone el énfasis en el desarrollo y verificación de teorías (Glaser y Strauss, 1967; Dnezin, 1978) (Hammersley, i Atkinson, 1983, p.15)

Rubio Carrillo se serveix de la figura del llibre *El antropólogo como autor* (1989) per explicar la tasca de l'antropòleg en el present:

Aparte de otras muchas cosas (búsqueda experiencial malinowskiana, rabioso deseo de orden a lo Lévi Strauss, ironía "benedictina" o reafirmación cultural a los Evans-Pritchard), la etnografía es siempre y sobre todo la traslación de lo actual, vitalidad traducida en palabras. Esta capacidad de persuadir a los lectores (...) constituye la base sobre la que todo lo demás que la etnografía pretende hacer

El mètode etnogràfic, eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu

(analitzar, explicar, divertir, desconcertar, celebrar, edificar, excusar, asombrar, subvertir) descansa en último término (2008).

Què més pot ser una “translació de l’actual”? El periodisme. És per aquest motiu que la relació entre etnografia i periodisme és molt estreta, quan es tracta d’un periodisme qualitatiu, cuinat a foc lent. Les tècniques etnogràfiques són traslladables a l’acció periodística. S’abordarà aquesta qüestió, però abans, cal veure la funció social del periodisme i per què les tècniques etnogràfiques són una eina útil —i necessària— per a la consolidació de l’objectiu del periodisme qualitatiu.

3. LA MIRADA

a. La funció social del periodisme

Recordar siempre que el periodismo es, ante todo, un acto de servicio. Es ponerse en el lugar del otro, comprender lo otro. Y, a veces, ser otro

Tomás Eloy Martínez, 'Decálogo del periodista'

Definició del periodisme

S'ha abordat en el bloc anterior tot el referent a l'etnografia, les tècniques etnogràfiques i la seva funció. Tenint en compte el motor del present treball —demostrar que el mètode etnogràfic és una eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu—, cal, abans d'entrar en els següents camps, teoritzar sobre el periodisme i veure com s'apropen l'etnografia i l'acció periodística. Per què és gràcies a les tècniques etnogràfiques que s'arriba a un nou periodisme, a aquell periodisme qualitatiu de què parla Catalina Gayà a un dels seus documents inèdits —i altres com Leila Guerriero, Gabriel García Márquez, etc.—.

En aquest sentit, es tractaran el periodisme com a eina per a la transformació social; la responsabilitat social del periodisme i del periodista; l'honestedat necessària en l'ofici; la crisi del periodisme i, finalment, s'exposarà un decàleg del periodista. Així doncs, les línies que vindran a continuació introduiran un dels punts clau de la investigació: la mirada.

Reig i Domínguez Lázaro a *Teoría del periodismo según los periodistas* (2010), citant a Gomis, consideren que es dona per suposat que se sap què és el *periodisme*: “curiosamente esta cuestión sobre qué es el periodismo no tiende a plantear debates de alcance o ambición científica.” En tot cas, afirmen, acostuma a definir-se el periodisme com l'activitat del periodista i al periodista com el professional de la informació, “però poc més.”

Aquests dos estudiosos, doncs, volen reunir definicions del terme i ho fan a partir de la veu d'altres periodistes:

Lorenzo Gomis afirma que el periodisme interpreta la realitat social para que la gente pueda entenderla, adaptarse a ella y modificarla. El periodismo puede considerarse como un método de interpretación sucesiva de la realidad social.

(...) Al respecto, José Luis Martínez Albertos (1989) habla del “operador semántico”, es decir, del hombre, o mejor dicho, del equipo humano que elige la forma y el contenido de los mensajes periodísticos dentro de un abanico más o menos amplio de posibilidades combinatorias. Como operador semántico, el periodista está obligado a manipular lingüísticamente una realidad bruta para conseguir elaborar un mensaje adecuado mediante una acertada codificación.

(...) Por su parte, Kapuscinski se remite al teorizar la profesión a dos escuelas de periodismo de diferentes raíces: la escuela del periodismo anglosajón y la del periodismo europeo continental (Kapuscinski, 2005: 88). La primera concibe a la prensa como el cuarto poder: al lado del Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial, el periodismo participa en las sociedades modernas tal como las conocemos. (...) La segunda escuela ve en la prensa como un actor más en la lucha política: los diarios europeos nacieron como instrumentos de partidos y de gobiernos; para esta concepción que trata de convencer al lector, noticia y comentario no existen de manera separada, sino que un artículo debe tener como fin no sólo informar sino también exponer las ideas y posiciones del autor (Reig y Domínguez Lázaro, 2010, p. 43).

“Interpretar la realitat social”, la primera similitud amb el que s'intentava exposar en les línies de l'apartat anterior —el de l'etnografia—. Una manera de dur-ho a terme és a partir de les tècniques etnogràfiques. Com? Convivint amb realitats alienes per entendre-les; remet a aquella idea que s'ha vist de “participar obertament o de manera encoberta de la vida quotidiana de persones durant un temps relativament extens.”¹

¹ Vegeu pàgina X (encara no sé a la pàgina que això sortirà, però està a l'apartat de ETNOGRAFIA, és una d les primeres definicions)

El periodisme com a eina per a la transformació social

Els termes *professió* i *ofici* poden esdevenir sinònims segons el context. En el cas del periodisme, el matís entre aquests dos mots és clar. Ser periodista és més que una professió en tant que implica tenir una sensibilitat específica amb l'entorn social.

A l'edició dels Premis Carles Rahola 2019, la periodista Rosa Maria Calaf va afirmar que el periodisme és bàsic en la construcció de les societats i que “la societat actual és fruit dels valors que transmeten els mitjans.” Al seu torn, també com a convidat dels Premis Rahola 2019, el conductor i editor del TN Migdia i director del documental “My Friend”, Carles Prats, va explicar que la feina d'un periodista no és intervenir, sinó explicar què passa, explicar una història, mostrar els fets. I pel que fa a la gent, considera, són ells mateixos els que han d'interpretar i fer-se les preguntes que vulguin: “no hem de ser tan il·lusos com per creure que canviarem les coses.”

Així doncs, la descripció és essencial i és que és una de les tècniques etnogràfiques. Tant en periodisme com en etnografia cal tenir molta cura a l'hora de posar-ho en pràctica per tal de no distorsionar la realitat. En el procés d'elaboració d'una informació —ja sigui per a la societat o per a l'investigador social que ha utilitzat el mètode etnogràfic— les reaccions dels receptors i les conseqüències que poden tenir en ells venen donades de per si.

Infinites raons poden portar a confiar en l'efecte social del periodisme o a no confiar-hi —no voler confiar-hi—. Sempre les informacions cuinades —processades— a foc lent seran una millor garantia per assolir aquell canvi social que es creu que es pot assolir que les que estan sotmeses a l'actualitat imperiosa dels informatius?

Tomás Eloy Martínez a una conferència pronunciada davant l'assemblea de la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) el 26 d'octubre de 1997 a Guadalajara, Mèxic, va afirmar que el periodista no és un agent passiu que observa la realitat i la comunica. El periodista argentí no considera el periodista com una simple politja de transmissió entre les fonts i el lector, sinó que és, per sobre de tot, una veu a través de la qual es pot pensar la realitat, reconèixer les emocions i les tensions secretes de la realitat, entendre el per què i el per a què i el com de les coses amb l'enlluernament de qui les està vivint per primer cop.

Aquesta idea de Tomàs Eloy Martínez lliga amb un altre aspecte de l'etnografia: les informacions recollides són subjectives; "l'etnògraf decideix on i quan observar, amb qui conversar i què i com enregistrar-ho."² El periodista, també.

Elliott i Olazar reflexionen sobre el poder del periodisme:

Stephanie Craft and Sandra Borden believe that contemporary journalism could —should— do a far better job of responsibly informing and involving the citizenry and they also conclude a free press is vital to democracy. (...) For Craft press freedom is "the Vanguard of all liberties", through its dual role as informer and watchdog. As a constitutionally protected Fourth Estate, news media alone have the standing to effectively challenge those who wield social, economic, and political power; they alone can "comfort the afflicted and afflict the comfortable" (Elliott y Ozar, 2010, p.36).

Sandra L. Borden també considera que sense el periodisme la democràcia s'enfonsaria:

I suggest journalism's role is to help citizens discover the common good as intellectually responsible participants in a diverse political community. (...) Journalism as a practice that is called to go beyond simply warning citizens about abuses of power –the minimum required by moral obligation- and instead embraces the more morally ambitious goal of helping citizens to live a good life. (2010).

I fa una crida a fer periodisme de qualitat:

In whatever form, we all have a stake in the survival of reliable journalism. Without it, democracy fails. The powerful will be less accountable and more likely to abuse their influence. The public will be more at risk. Social problems will go unspotted and unaddressed. Information that a few want hidden will remain in the shadows longer (Sandra L. Borden, 2010).

² Vegeu pàgina X (encara no sé a la pàgina que això sortirà, però està a l'apartat de ETNOGRAFIA, quan diu "en etnografia s'ha de decidir on i quan observar...")

A les intencions de Borden de fer persistir el bon periodisme, se li afegeixen les de la periodista argentina especialitzada en temes socials i directora de la revista Tercer Sector, Alicia Cytrynblum, qui defineix el periodisme social:

És un periodisme que assumeix la seva responsabilitat en els processos socials, que reflexiona sobre el seu paper en el devenir social i que es preocupa per la troballa de solucions. (...) Veiem, doncs, que Cytrynblum ja es refereix en aquesta definició a la cerca de solucions com un aspecte del periodisme de sensibilitat social (Núria Emilio, 2016, p.39).

Emilio en la seva investigació, a més, ha volgut incloure una nova vessant del periodisme de sensibilitat social: el periodisme de solucions³, que sorgeix a finals del segle XX i principis del XXI a l'àmbit anglosaxó:

El periodisme de solucions és un periodisme de sensibilitat social que afegeix un pas més a l'anàlisi, cerca de les causes i conseqüències de les problemàtiques que explora; posant de manifest una iniciativa, mètode o sistema que s'estigui duent a terme en algun lloc del món o que s'hagi dut a terme en algun moment de la història i que hagi obtingut resultats eficients a l'hora de reduir l'àmbit d'una problemàtica. El periodisme de solucions pretén, d'aquesta manera, lluitar contra l'esperit apàtic que la informació excessivament negativa, espectacular i violenta provoca en els ciutadans. (...) El periodisme de solucions, doncs, pretén fomentar el canvi social així com exigir responsabilitats a les figures del poder partint d'aquesta mirada (Núria Emilio, 2016, p.2).

Està clar, doncs, que hi ha qui creu en el periodisme com a eina de canvi social. Un altre punt de discussió és la missió de servei públic que té aquest ofici. A *Journalism Ethics: a Philosophical Approach* ho analitzen i a la pregunta de "a qui serveix el periodisme?" responen:

One obvious answer would be that journalism –and therefore journalists- serve readers, listeners, and viewers in the journalist's society. This first effort at an answer suggests that the practice of professional journalism includes anything and

³ Núria Emilio destaca la figura de David Bornstein per parlar del periodisme de solucions. El periodista al seu article *Why Solutions Journalism* afirma: "We seek to rebalance the news, so that every day people are exposed to stories that help them understand problems and challenges."

everything that one might speak about and is directed at anyone who happens to be listening. (...) But this is not how the profession of journalism is understood in the ongoing dialogue about journalism and its ethics in our society (Christopher Meyers, 2010).

I introdueixen la idea de “servir al públic”:

A more informative answer to the question of who journalism comes from journalists themselves: “the public”. When journalists say they serve the public, they use this expression with a specific connotation that is central to understanding journalism’s professional ethics. “The public”, in this context, refers, to a geographic *population*, a whole society, the whole group of people living in a particular society at a particular time. (...) From the point of view of journalism’s professional role, they *interact* with one another. The public that journalists serve is the people of that society, insofar as those people are involved in public matters. (...) For journalism the public is the people of the society specifically regarded as engaging in actions that actually or at least potentially *affect other persons* in the society (Christopher Meyers, 2010).

El llibre, editat per Christopher Meyers, recull les veus de diversos estudiosos del periodisme; entre ells, Elliott i Ozar:

Journalism’s commitment is to serve “all people”, the society as a whole, and to relate to that society precisely insofar as people’s actions actually or potentially affect the lives of others in the society. This is the public that journalism serves (2010, p.11).

I com millor que servir al conjunt de la societat? Convivint-hi i “des de la perspectiva dels seus membres.⁴”

I, tornant un altre cop a la idea que el periodisme és més que una professió, consideren: “Its historical significance and its importance to society and to political institutions show

⁴ Vegeu pàgina X (encara no sé a la pàgina que això sortirà, però està a l’apartat de ETNOGRAFIA, és una d les primeres definicions)

journalism to be, first and foremost, a socially vital enterprise, and only secondarily a profit-making business.” (Elliott i Olazar, 2010, p.17)

La responsabilitat social del periodisme

“La informació és poder”, diuen. Per tant, qui fa la informació té poder. I qui processa la informació ha de respectar i complir les seves responsabilitats. La Dra. Sandra L. Borden a *Journalism as practice. Macintyre, virtue ethics and the press* explica la importància de saber el propòsit col·lectiu de l'acció periodística:

From an ethical standpoint, journalism has to have a distinct identity if journalists are to clearly understand what they are and what they are not, if they are to stand for some things and against others. Without a clear articulation of their collective purpose, no one will have any kind of yardstick by which to judge journalistic performance (2007, p. 12).

A més d'una intenció primordial, Borden identifica les següents característiques amb la pràctica del periodisme: “an institutional context, a viable moral community, collective organization, and internal goods that can only be realized and extended through the practice.” (2007, p. 13).

El periodisme té un rol important en la societat i per aquest motiu, un dels principis fonamentals és evitar causar de manera injustificada danys. Elliott i Olazar consideren, però, que els periodistes tenen grans oportunitats de trencar-lo amb la seva experiència i el seu efecte social:

Journalists make choices that cause emotional, physical, financial, or reputational harm; such harm is built into journalistic functions. Another way of thinking of this is to note that, since journalism fulfills a vital social function (see the essays by Stephanie Craft and Sandra Borden), journalists have a *duty* to cause harm. Thus, they must be able to effectively evaluate when they can prevent or reduce harm, when such harm is fully justified, and how to explain their choices both to those they harm and to the citizens they serve (2010, p.10).

En el periodisme qualitatiu s'han de tenir molt clares les eines de què es disposa; i si una d'elles són les tècniques etnogràfiques, s'ha de ser molt honest amb l'entorn per

transmetre i descriure allò que s'experimenta de primera mà de la manera més transparent possible.

La responsabilitat social del periodista

Ja ho va dir Max Weber a *El trabajo intelectual como profesión*:

Casi nunca se le presta la debida atención al hecho de que la responsabilidad del periodista es muy grande; por lo general, el sentido de responsabilidad de un periodista honrado no suele estar por debajo del de un científico, más bien, está por encima, como lo ha demostrado la guerra.

María Angulo a *Crónica y mirada* es refereix a la responsabilitat del periodista amb la idea de “delegar en altres”:

Delegar en otros la capacidad de pensar y de indicarnos qué y cómo debemos mirar. Es peligroso, pero hemos de confiar. Delegamos la función de ir más allá, de tomarnos el tiempo para mirar, para pensar en otros, en profesionales o en expertos, porque en esta sociedad fragmentada en especializaciones tan concretas. Y menos mal que siempre hay quien ejerce bien su profesión y qué peligroso puede ser, por otro lado, delegar en otros la capacidad de pensar y de indicarnos qué y cómo debemos mirar.

La periodista i autora de *La responsabilidad social del periodista frente a la noticia como mercancía*, Silvia Vizcarra, considera que aquesta responsabilitat ha d'obligar al periodista a anar més enllà de la presentació simple dels fets; a verificar les dades, contrastar fonts, indagar i presentar els antecedents, el context i les conseqüències del fet del qual s'informa.

Que en l'acció periodística el treball etnogràfic estigui inclòs és “anar més enllà”. És superar intermediaris que expliquin què va passar —o què passa— i viure-ho en primera persona.

Vizcarra, a més, enumera les responsabilitats de tot professional de la comunicació:

Sean Mac-Bride estableció una clasificación de sus responsabilidades al profesional de la comunicación. La primera y fundamental responsabilidad del mismo, "es el que ha tenido contra la opinión pública y la sociedad en su conjunto.

La complementariedad con una responsabilidad para la comunidad internacional, que tiene un respeto a los valores universales. Las subordinadas son reconocidas por la responsabilidad contractual para la empresa con la que se presta su servicio de servicio profesional, y una responsabilidad de su empresa derivada del respeto a la ley civil y penal "(2002).

El públic, la societat, les persones; el primer al que els periodistes li deuen les seves responsabilitats:

María Teresa Herrán y Javier Restrepo afirman que, de acuerdo a los principios éticos, el periodista es responsable en primer lugar ante el público al que se dirige cuando informa, y sólo en segundo y tercer lugar, ante los poderes públicos y ante su empresa.

Per tal d'arribar a complir la missió de servei públic, com a periodistes, cal entendre la relació entre periodista i audiència. Elliott i Olazar consideren que l'ideal és veure el receptor com un igual a l'hora de jutjar quina informació és necessària i quina informació respon a desitjos socials comuns, què millora l'autonomia i què construeix la comunitat.

L'honestedat; clau

Tomás Eloy Martínez entén la transparència com la via per recuperar la credibilitat de la ciutadania. Per a Rosa María Calaf, el periodisme és "fer les coses bé, amb honestedat, amb ètica, sense disfressar-se." Reig i Domínguez Lázaro, en la mateixa línia, consideren:

En una línea favorable del oficio de periodista encontramos la siguiente contemplación: el mundo podemos dividir en tres grandes grupos: los que hacen la historia, los que tienen la respuesta, como diría Daniel, y los que se casan con ella. Los periodistas somos los afortunados que tenemos el privilegio de casarnos con la historia. Es más, la verdad, la vida y la vida, la oportunidad de ver también en zapatillas y sin maquillaje (Mas de Xaxás, 2005: 184). (...) Por nuestra parte, añadimos una idea que completa a la de Xavier Mas de Xaxás: todos los que son periodistas y pretendemos ser orgullosos de una profesión imprescindible que, como todas, está presente a la presión de sus amigos ". Este es un orgullo y un interés por el periodismo, el oficio, la profesión, el periodismo, la penetración de la sociedad, el conocimiento y la miseria de los seres humanos, ser testigo de la

historia, contarla. y, además, que dé con una posición de datos y vivencias que nadie tiene ni nadie tendrá como el periodista en novelas. Si los filósofos de la Grecia clásica no tienen sentido en el sentido de la existencia humana que el de la virtud, es decir, el de estudiar y observar sabiamente el mundo en el que ha nacido, el periodista tiene la ocasión de poder vivir sabiamente si aprovecha con humildad lo que su profesión le ofrece (2010, p. 47).

La crisi del periodisme

L'observació és clau en aquest ofici i tècnica imprescindible de l'etnografia. Tanmateix, però, hi ha interessos per enmig de l'exercici del periodisme que han portat a una pèrdua de credibilitat del treball periodístic:

El mayor daño que los medios hacen consiste en informar de lo que no deben o en meterse donde no les está permitido hacerlo porque a nadie le hace falta que lo hagan. En publicar aquello que debe ser privado, con la intención de hacer lo más "vendible", se evidencia claramente que el derecho a la intimidad y a la propia imagen es uno de los derechos más amenazados por la libertad de expresión (...). Podría afirmarse de que se trata de un "conflicto entre libertades; la libertad del individuo a ser soberano en su ámbito privado" (derecho a la intimidad), "contra la libertad del medio a revelar lo que ocurre en ese ámbito cuando juzga que es de interés general" (libertad de expresión). La catedrática de Filosofía del Derecho, Moral y Política de la Universidad Autónoma de Barcelona, Victoria Camps, considera que cuando ambos derechos chocan entre sí, es porque se ha cruzado entre ellos el interés económico que es ciego frente a los derechos humanos (Silvia Vizcarra, 2002).

I conclou:

La realidad nos demuestra que esa anhelada ética que debería regir los medios de comunicación no deja de ser una utopía. Resulta repudiable leer, escuchar y ver cómo algunos mensajes degradan la prensa en sus niveles de credibilidad, anteponiendo el valor del dinero como objetivo fundamental (...). Pareciera que el único fin es vender, recabar audiencias, y que ésta es la mejor forma de servir a un público extenso e indiscriminado (Silvia Vizcarra, 2002).

El decàleg del periodista

Allò que trontolli, s'ha de solucionar. En aquest sentit, Tomás Eloy Martínez en el seu decàleg del periodista exposa el següent:

1. El único patrimonio del periodista es su buen nombre. Cada vez que se firma un artículo insuficiente o infiel a la propia conciencia, se pierde parte de ese patrimonio, o todo.
2. Hay que defender ante los editores el tiempo que cada quien necesita para escribir un buen texto y el espacio que necesita dentro de la publicación.
3. Una foto que sirve sólo como ilustración y no añade información alguna no pertenece al periodismo. Las fotos no son un complemento, sino noticias en sí mismas.
4. Hay que trabajar en equipo. Una redacción es un laboratorio en el que todos deben compartir sus hallazgos y sus fracasos, y en el que todos deben sentir que lo que le sucede a uno les sucede a todos.
5. No hay que escribir una sola palabra de la que no se esté seguro, ni dar una sola información de la que no se tenga plena certeza.
6. Hay que trabajar con los archivos siempre a mano, verificando cada dato y estableciendo con claridad el sentido de cada palabra que se escribe.
7. Evitar el riesgo de servir como vehículo de los intereses de grupos públicos o privados. Un periodista que publica todos los boletines de prensa que le dan, sin verificarlos, debería cambiar de profesión y dedicarse a ser mensajero.
8. Hay que usar siempre un lenguaje claro, conciso y transparente. Por lo general, lo que se dice en diez palabras siempre se puede decir en nueve, o en siete.
9. Encontrar el eje y la cabeza de una noticia no es tarea fácil. Tampoco lo es narrar una noticia. Nunca hay que ponerse a narrar si no se está seguro de que se puede hacer con claridad, eficacia, y pensando en el interés de lector más que en el lucimiento propio.
10. Recordar siempre que el periodismo es, ante todo, un acto de servicio. Es ponerse en el lugar del otro, comprender lo otro. Y, a veces, ser otro.

Reig i Domínguez Lázaro també enumeren les característiques del bon periodista, d'entre les quals destaquen la humilitat i l'empatia.

Sandra Borden aporta una opinió sobre l'existència de pautes que un periodista hauria de seguir:

Former Minneapolis Tribune readers' representative Richard P. Cunningham (1995), writing soon after the Associated Press Managing Editors approved new ethical guidelines wrote: "As the trash piles up higher around us, we need to convince readers and viewers that we are different! What better way than to publish a clear set of ideal guidelines, to say publicly that we live and work by them and to invite readers and viewers to cite particular clauses in the guidelines when they think we have violated them?" (2007, p.12).

Treballar i viure per la societat; empatia; comprensió; anàlisi...El periodisme és això. I una de les maneres per assolir la puresa de l'ofici és fer de la nostra metodologia un treball etnogràfic potent que condueixi a la descripció, el diàleg i el detall; amb la finalitat de construir una mirada pròpia.

b. La mirada

S'ha vist la importància del periodisme en la societat i ara cal entendre què significa l'expressió "construir una mirada pròpia en el relat periodístic" —en qualsevol format (narratiu, audiovisual, radiofònic o gràfic)—, que, per cert, l'adopció d'una mirada pròpia en periodisme no s'entén de cap altra manera que la d'apartir de la incorporació de tècniques etnogràfiques en el camp de treball. Al llarg del treball, s'anirà abordant la mirada periodística com a conseqüència de l'ús del mètode etnogràfic.

Els periodistes, en tant que contadors d'històries, són autors; autors d'una realitat que descriuen, autors de la no ficció. Cal reflexionar-hi, sempre:

¿Insistir sobre la crónica? Más que nunca. No sólo porque es ésa la dinámica de la tradición artística: la constante relectura, la reescritura constante (cada cronista vuelve a visitar y a reformular los temas, los espacios, las estrategias narrativas de sus predecesores, sumándoles su propio pacto ético y su propia vuelta de tuerca estética); sobre todo porque la Historia avanza como un tanque y cada presente reclama sus testigos, sus intérpretes, sus cronistas. Los de este cambio de siglo

han sabido educar sus miradas y adaptar sus herramientas y sus métodos de trabajo para construir artefactos narrativos de una complejidad a la altura de la múltiple y acelerada realidad. La realidad de la guerra de los Balcanes y del alzamiento en Chiapas y de Internet y de Chechenia y del narcotráfico y del 11-S y del 11-M y del neopopulismo latinoamericano y de las guerras de Irak y Afganistán y del capitalismo chino y de Obama y de Twitter y de Fukushima y de la crisis económica global y de las revueltas espontáneas en el mundo árabe y en el sur de Europa. La realidad que ha sido retratada (en movimiento) por documentalistas neoclásicos, como Jon Lee Anderson, Charles Ferguson o Alma Guillermoprieto, que siguen contándonos historias nuevas con las herramientas de siempre; por cronistas como Martín Caparrós, Suketu Mehta o Pedro Lemebel, que han adaptado las palabras a la nueva realidad del género inestable y a las megalópolis y a la pantalla omnipresente; o por dibujantes periodistas como Joe Sacco o Igort, que han encontrado en la madurez de la novela gráfica un repertorio de formas para escribir y dibujar relatos de no ficción. Artefactos narrativos sofisticados y certeros, que comuniquen el sentido —o al menos la sensación de sentido— que es por lo común ajeno a lo real. Porque una crónica (un documental) debe ser mejor que la realidad. Su orden o su aparente caos, su estructura, su técnica, sus citas, la presencia del autor tienen que comunicar el sosiego que la realidad no sabe transmitir: lo he entendido por ti, lector, que ahora, a tu vez, lo entiendes. Te paso el testigo. Podemos seguir viviendo. Me imagino a los cronistas como a seres dotados de una antena integrada y con sistema de emisión de datos: humanos capaces de sintonizar con la música de su presente, leerla y transcribirla para que también los demás la podamos leer. Y reescribir. Crearla para que la podamos recrear (Jorge Carrión, 2012, p.14-15).

En una entrevista a Svetlana Aleksievitx⁵, fent referència a la publicació del seu llibre *La guerra no té cara de dona*, va afirmar:

Explicar com centenars de dones havien fet la guerra... Per a mi això sonava dins meu com un cor grec; era un so tan potent.. Em deia que no s'ha de tenir por. S'ha d'avançar. No s'ha de pensar que el documentalisme, el periodisme, està només

⁵Fira d'Idees & Llibres Radicals, LITERAL. La veu de les veus. Amb Svetlana Aleksievitx. Recuperat el 18 d'abril 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=jK4r00d5yNU>

limitat a uns esdeveniments externs. Abans es pensava que el documentalista no podia escriure sobre la vida interior dels protagonistes i que no s'havien de tocar certes qüestions complexes. I jo em preguntava el perquè. Per què un document no podia viure segons les regles de l'art? I és el que vaig intentar fer.

Aquest treball, en part, vol insistir en la crònica i en altres formats periodístics que aspiren a posar en valor el treball del periodista a partir de la seva mirada.

Què és la *mirada* en el relat periodístic?

Un dels motors d'aquest treball és aprofundir en els coneixements sobre la construcció d'una mirada pròpia en el camp periodístic. I per a això, ha calgut primer abordar el concepte d'etnografia, metodologia que es fa servir en sociologia i antropologia. Perquè és gràcies a les tècniques etnogràfiques (les observacions subjectives i sistèmiques, l'elaboració d'entrevistes i la construcció de mapes mentals i físics⁶) que el cronista i/o documentalista aborda per obtenir un relat periodístic amb veu pròpia, amb *mirada* pròpia.

La paraula *mirada* ve del verb *mirar*. Per a María Angulo *mirar* no és veure, és pensar:

Es centrar, focalizar, encuadrar. Mirar también es escuchar, que no oír. Poner una voz en *off* para hacer oír la de los verdaderos protagonistas. Mirar es atender a los lados sin perder de vista el frente. Prever el futuro y echar un vistazo atrás de vez en cuando. Mirar es documentarse y reportar, adentrándose en las vidas ajenas a través del *zoom in* y realizar panorámicas desde la distancia mediante *zoom out*. Es un juego intradiegetico y extradiegetico que permite la narrativa, desde el multiperspectivismo temporal (Marta Lazo:2012). Mirar es no despreciar los tiempos: pasado, presente y futuro. Mirar es traducir. Es percibir los espacios, atender al ángulo muerto, al fuera de campo, a lo liminar, a la fisura. Mirar es contar con estas variables espaciotemporales, cuando parece que la ceguera cotidiana se ha generalizado por saturación informativa. Cuando parece que el interés se centra en la actualidad y que hubiéramos puesto el piloto automático, dejando de ver, un punto, una meta: El Progreso, que prohíbe volver la mirada atrás y abajo. Arriba y adelante es donde está el objetivo (Cabrera:2009). (...)

⁶ Vegeu pàgina 13.

tratar de comprender, dar cuenta de los porqués del presente y de los posibles futuros, de los límites y de sus formas (2014).

Una de les tècniques per excel·lència del mètode etnogràfic és l'observació, que és justament el que permet fer aquests *zoom in* i *zoom out* de què Angulo parla. Seguint amb la definició que l'autora fa del verb *mirar*:

Mirar para poder contar, para ordenar el caos. Mirar para percibir de manera participante, mediante la interacción con escenarios y públicos, que hace partícipe y actuante al autor, como creador y sujeto activo del contenido, que narra e interpreta y del que se reapropia bajo un mismo prisma analítico y crítico de lo que le brinda la realidad circundante para posteriormente diagnosticarla y pronosticarla (Marta Lazo, 2005:46). Mirar también para denunciar. Una mirada continua que otorga sentido a lo real. Una mirada de plano y contraplano, con al menos un sentido (2014).

Els cronistes (i els autors d'altres formats periodístics), segons Jorge Carrión (2012) són observadors que no deixen passar l'oportunitat que li ha donat el món en revelar-li una de les seves infinites facetes i la transcriuen.

I què són els periodistes? Subjectes. I, en tant que subjectes, duen amb sí mateixos una motxilla plena de vivències i carregada d'idees; la qual cosa fa que cada un esdevingui únic. I, amb aquesta singularitat de la seva ànima, la seva *mirada* també és particular. Hi ha milers de mirades; tantes com periodistes hi ha en el món⁷! O és que dos cronistes — o documentalistes— parlarien exactament amb les mateixes persones en un espai determinat? I en el mateix ordre? O és que observarien els mateixos detalls? O és que entendrien allò que veuen de la mateixa manera? O és que construirien el mateix relat?

El escritor y crítico de arte John Berger ya reveló hace tiempo, en *Modos de ver*, cómo nuestra forma de mirar afecta a nuestra manera de interpretar y comprender la realidad. En un estudio posterior titulado sencillamente *Mirar* (1987) y dedicado principalmente al arte de la fotografía, establece una distinción, dos modos de mirar: accidental y esencial. Una distinción que consideró productiva y

⁷ Això no obstant, hi ha periodistes que han adoptat una manera de treballar molt semblant; i, per tant, tenen un *estil* similar. Però l'atenció que cada un presta als detalls de la vida que observa al seu davant segueix sent única.

trasladable a las formas de mirar y de contar la crónica. Berger le adjudica estas dos formas de mirar a dos fotógrafos: Henri Cartier Bresson y Paul Strand. Afirma el crítico que lo ideal de la fotografía, dejando a un lado por un momento la cuestión estética, es atrapar un momento histórico (Berger, 1987: 50). Cartier Bresson juega con lo accidental, busca lo espontáneo: ese momento en el que está a punto de suceder algo relevante o en el que ya está sucediendo. Es un instante significativo, clave, una fracción de segundo rescatada. Esa imagen contiene en su misma la narración, el discurso, el momento histórico que se quiere plasmar y contar. Parte de lo anecdótico para trascenderlo. Por el contrario, Paul Strand se aproxima a la realidad de una forma documental. Evita lo pintoresco, lo panorámico; busca la ciudad en una calle; la esencia de un pueblo en la cocina de una casa. Sus imágenes se introducen en lo particular de tal modo que se revelan como parte de la corriente cultural e histórica que corre por las venas de esos sujetos. Alberto García-Alix expresa esta accidentalidad y esencialismo a su modo. Dice que fotografía “lo vivo como ya muerto”. Según este fotógrafo, el retrato es un enfrentamiento que se aborda con una mirada frontal ante el modelo que presiona de tal forma que “exige un acto de comprensión” (“De donde no se vuelve, 2008). Comprender es capturar esa existencia, atrapar y descifrar ese momento histórico, esa verdad contingente (María Angulo, 2014).

Berger, a més, a *El tamaño de una bolsa*, parla de “precisió tonal”. Tot i que el crític d'art, pintor i escriptor faci referència a la manera de pintar d'una de les artistes que analitza, les seves paraules són traslladables al periodisme que s'està tractant:

Sus obras están muy acabadas y muestra cómo son las cosas: una estufa eléctrica, por ejemplo, un televisor, un hornillo, una pistola. Digo esto para intentar transmitir a qué tipo de observación me refiero, una observación en la que la precisión tonal es muy importante y que requiere una técnica de investigación paciente y discreta (2017).

Hi ha milers de mirades. Cada una neix a partir d'“una poètica pròpia”, segons Jorge Carrión. I hi afegeix que ha d'haver-hi un esforç per no sobrepassar el límit entre la realitat i la ficció (2012, p.28). Qui sap utilitzar les seves eines mantenint-se en la no ficció és un dels cronistes més distingits del món, l'argentí Martín Caparrós. I introdueix el concepte de “mirada extrema”:

Hubo tiempos en que los hombres sabían que sólo si mantenían una atención extrema iban a estar prontos en el momento en que saltara la liebre –y que sólo si la cazaban comerían esa tarde. Por suerte ya no es necesario ese estado de alerta permanente, pero el cronista sabe que todo lo que se le cruza puede ser materia de su historia y, por lo tanto, tiene que estar atento todo el tiempo, cazador cavernario. Es un placer retomar, de vez en cuando, ciertos atavismos: ponerse primitivo. Digo: mirar donde parece que no pasara nada, aprender a mirar de nuevo lo que ya conocemos. Buscar, buscar, buscar. Uno de los mayores atractivos de componer una crónica es esa obligación de la mirada extrema (Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano).

Aquesta atenció extrema de què Martín Caparrós parla i que el periodista hauria d'adoptar és el que es tradueix en el camp de la sociologia i l'antropologia com l'observació, tècnica clau de l'etnografia. Així doncs, les definicions del concepte “*mirada*” que s'estan abordant demostren com d'important és l'adopció de tècniques etnogràfiques per a la construcció de la mirada periodística.

Més exemples. El que diu John Berger a *El tamaño de una bolsa* lliga amb el fet d'“estar allà, atents” i amb la *mirada*:

Soñé que era un extraño marchante (...). En el sueño acababa de descubrir un secreto. Lo había descubierto yo solo, sin ayuda ni consejo de nadie. El secreto era entrar en lo que estuviera mirando en ese momento –un cubo de agua, una vaca, una ciudad (como Toledo) vista desde arriba, un roble- y, una vez dentro, disponer del mejor modo posible su apariencia. *Mejor* no quería decir hacerlo más bonito o más armonioso, ni tampoco más típico, a fin de que el roble representara todos los robles. Sencillamente quería decir hacerlo más suyo, de modo que la vaca o la ciudad o el cubo de agua se convirtieran en algo claramente único. (...) El secreto para introducirse en el objeto y reordenar su apariencia era tan sencillo como abrir la puerta de un armario. Tal vez simplemente se trataba de estar allí cuando la puerta se abriera sola. Pero, cuando me desperté, no pude recordar cómo se hacía y me quedé sin saber cómo se entra en las cosas (John Berger, 2017, p.19).

La subjectivitat és inherent en el fet de “tenir una mirada pròpia”, en tots els àmbits de la vida. Allò de què parla Berger quan diu “fer-lo més seu”.

Però en periodisme acceptar la subjectivitat no és del tot fàcil, tot i que hauria de ser-ho:

Partimos de que nuestra visión de la realidad es un retazo, un fotograma, un frame. Y la ciencia aún desconoce como pasamos de la materia objetiva a la imaginación subjetiva, a la consciencia, al darse cuenta, qué es lo que reconoce el mundo, lo que lo explica, lo que dirige nuestro comportamiento. Sabemos que no hay otra mirada que la mirada consciente y que no puede dejar de ser subjetiva. Y seguimos, sin embargo, rasgándonos las vestiduras cuando emergen los términos “subjetivo” y “sujeto” en Periodística. ¿Quién si no un individuo puede mirar y ver correlaciones, relaciones causales? ¿Quién si no puede interpretar el sinnúmero de informaciones que recibimos constantemente? Desde el periodismo narrativo, este macrogénero de autor, se asumió hace tiempo esa subjetividad y no solo se oculta, sino que se reivindica como la única forma honesta de presentar lo real para que deje de ser un desierto y se pueble de figuras y paisajes que lo doten de sentido. (María Angulo, 2014).

Per a Angulo, aquella motxilla, plena de vivències i idees, de què es feia referència unes línies més amunt, és el que permet l'emoció davant d'allò real:

El cronista mira y piensa, pero acto seguido desea y reconoce. Su retina se estimula en función de un catálogo, de su base de datos, de su bagaje personal y escoge así un pedazo de lo real. Desde el deseo, la inquietud, la sempiterna curiosidad del periodista por asimilar, por descubrir, por conocer, es como se concibe una buena crónica. (...) ¿Qué hay más verdadero que aquello que emerge emotivamente razonado? Razonando desde una subjetividad que se emociona ante de lo real. El cronista desde el inicio nos dice: este soy yo, mirando, con mis obsesiones, mis prejuicios, mis limitaciones, mi identidad, mi sexualidad; y escojo esta parcela que acoto conscientemente porque sé que es la única forma que tengo de llegar a vislumbrar algo de verdad; el único medio de interpretar con cierta propiedad esta realidad. Y es esta postura pretendidamente honesta y esa fragmentación de lo real lo que convierte a nuestros ojos una crónica en verdad, en un testimonio sincero. Lo que nos permite confiar en esa palabra, en ese relato sesgado de lo real. La crónica toma de la literatura, más que del periodismo, ese afán por conseguir un estilo autorial reconocible. Una marca, un sello de autor (2014).

El periodista polonès Ryszard Kapuściński també reivindica l'emoció en la construcció del relat periodístic:

En un plano más personal, Kapuscinski, siente que esta teoría llamada objetividad es totalmente falsa y. produce textos fríos, muertos, que no convencen a nadie. Afirma que es partidario de escribir con pasión. “Cuanta más emoción, mejor para el lector. No tengo dudas sobre esto: los mejores textos periodísticos han sido escritos con pasión, transmiten que uno está verdaderamente vinculado y metido en el asunto del cual escribe. La emoción da fuerza al texto” (2005: 88). (Reig y Domínguez Lázaro, 2010, p. 43).

“L'objectivitat és el vostre objectiu”, hem sentit que ens deien a nosaltres, els periodistes. Darío Jaraillo Agudelo ho explica:

Los diarios impusieron esa escritura «transparente» para que no se viera la escritura: para que no se viera su subjetividad y sus subjetividades en esa escritura: para disimular que detrás de la máquina hay decisiones y personas. La máquina necesita convencer a sus lectores de que lo que cuenta es la verdad y no una de las infinitas miradas posibles. Reponer una escritura entre lo relatado y el lector es (en ese contexto) casi una obligación moral: la forma de decir aquí hay, señoras y señores, señoras y señores: sujetos que te cuentan, una mirada y una mente y una mano (2012, p. 22)

L'objectivitat hauria de ser el nostre objectiu en tant que hem de preservar la transparència i l'honestedat en allò que expliquem per tal de no manipular la informació. Reig i Domínguez Lázaro ho desenvolupen:

El periodismo es, pues, un método de interpretación, primero, porque escoge de entre todo lo que pasa aquello que considera “interesante”. Segundo, porque interpreta y traduce a lenguaje inteligible cada unidad de la acción externa que decide aislar (noticia) y además distingue en ella entre lo que es más esencial e interesante (recogido en el lead o primer párrafo y destacado en el título) y lo que lo es menos. Tercero, porque además de comunicar las informaciones así elaboradas, trata también de situarlas y ambientarlas para que se comprendan (reportajes, crónicas) y de explicarlas y juzgarlas (editorial, y en general, comentarios) (Gomis, 1991: 38). La objetividad es una tendencia, una aspiración,

un empeño o meta, en definitiva, un ideal al que se tiende (en un sentido subjetivo) para ver, comprender y divulgar un acontecimiento tal y como se produce en su ambiente y entorno, prescindiendo de las preferencias, intereses, o posturas propias. Entendida así y no como una “verdad absoluta”, utópica e inalcanzable, sí que podríamos afirmar que el periodismo persigue efectivamente dicho fin, al menos en lo que a su función informativa se refiere (2010, p.44)

Però hem de posar en valor la nostra condició com a subjectes i tenir la nostra pròpia veu per fer visible allò que passa amb personalitat:

No existe un hecho que encuentra su forma narrativa; lo que existe es la mirada del periodista que detecta un asunto, descubre un tema y encuentra la voz personal, “intimista”, según la denominaba Mark Kramer en sus “Reglas quebrantables para periodistas literarios” (2001). Una voz con la que contarnos una verdad. Una verdad incuestionable por subjetiva, por vivida, investigada, entrevistada, documentada, pensada, elaborada, estructurada y, especialmente, narrada (María Angulo, 2014).

Qui ha trobat la seva pròpia veu és la periodista argentina Leila Guerriero. En una entrevista que li van fer sobre el Nou Periodisme, Guerriero va afirmar, molt en la mateixa línia que Angulo, que sempre hi ha una mirada:

Siempre que hay un periodista, hay una mirada, necesariamente... hasta en una noticia Y esto tiene que ver con el sitio donde esa persona haya nacido, sus ideas políticas... Me parece que siempre hay una mirada. No sé por qué al periodismo siempre se le exige una especie de sacerdocio por la objetividad que no se le exige a ninguna otra profesión, me parece.

El terme “subjectivitat” pot confondre’s amb la noció d’“opinió” i/o “inventar” i això és el que pot arribar a fer difícil l’acceptació que el periodista, en la seva objectivitat, ha de ser subjectiu. La mateixa Leila Guerriero afirma que posar un adjectiu no significa inventar ni utilitzar una metàfora és cometre un pecat.

Angulo ho aclareix:

Tener voz no significa opinar. Tener voz significa tener un discurso competente y autorizado sobre un hecho, sobre una materia, sobre una verdad. Tener la

información, saber interpretar-la, pero sobre todo, saber contar-la. La voz del periodista no debe juzgar ni adoctrinar. La voz del periodista se presenta como una tabla de salvación. Exageremos, ¿por qué no? Es ese texto en el que nos apoyamos para aprehender la realidad (...). El cronista es la voz que nos acerca al otro desde la empatía, o la mirada que nos distancia irónicamente. Hay voces como sujetos. Miradas como periodistas. Periodistas como autores. (...) La voz es la marca. El rasgo diferenciador que nos atrapa de estos reportajes, crónicas, artículos, narraciones. Visiones del mundo (2014).

El que s'hauria de tenir clar, doncs, és saber des de quina posició s'observa i es transmet allò que es veu i fer-li-ho saber al lector, oient i/o espectador. D'aquesta manera, el periodista s'apropa el màxim possible al fet que la seva subjectivitat sigui acceptada.

i. Els periodistes etnògrafs: història

El present document no té una intencionalitat històrica, però no es poden deixar de banda els orígens d'aquest periodisme del qual s'està parlant.

Els “muckrakers”

A finals del segle XIX i inicis del XX als Estats Units semblava que la delinqüència era quelcom endèmic del sistema sociopolític i, per tant, requeria una resposta activa i urgent. És en aquest context en què els “muckrakers” van sorgir: “Van néixer com a activistes per presentar informes d'investigació que buscaven descobrir i documentar els abusos polítics i socioeconòmics” (Peter Swirski, 2018).

Aquestes persones publicaven els articles a revistes com *Collier's Weekly*, *cosmopolita*, *McCall's Magazine*, *McClure's Magazine*, etc., conegudes com “de qualitat” o “taca”. Ells van desenvolupar un nou estil de reporterisme i de periodisme d'investigació.

La Segona República espanyola

A Espanya, aquest tipus de periodisme, combatiu, de denúncia, té el seu moment àlgid durant la Segona República Espanyola. Segons l'Alan Ruiz Terol i l'Albert Guasch (2014), la Segona República va ser transcendental a nivell polític, social i periodístic:

Fet que pot resultar fins i tot obvi si tenim en compte dos factors. El primer és que per primera vegada els periodistes espanyols treballaven en un règim de llibertats

consolidat. El segon és que la feina d'aquests periodistes era, precisament, documentar el moment excepcional que vivien. Així que no els van faltar mai notícies.

Ruiz Terol i Guasch analitzen el context històric, la formació de societats de masses (amb canvis substancials a nivell demogràfic i d'alfabetització de la població) i el desenvolupament d'una variant periodística singular per considerar, citant al Dr. Enric Marín, que l'Edat Daurada del periodisme català i espanyol va ser la de la Segona República, a partir del 14 d'abril del 1931 i fins el mateix mes del 1939:

El periodisme català de la Segona República Espanyola va ser la culminació d'un procés que es va engegar a principis del segle XX, en què una tradició periodística anquilosada va evolucionar en pocs anys fins a homologar-se a la dels països més avançats. El període de transició fou curt. Segons Marín (1991:198), d'uns “20 o 25 anys”; els que van de la Mancomunitat a la Generalitat Republicana. Els canvis que es van donar en aquest temps van ser prou significatius i singulars com perquè s'acabés conformant una variant periodística pròpia. Ni la premsa popular anglosaxona o germànica, ni el periodisme asèptic —en què es prioritza els fets en detriment de qualsevol connotació ideològica— aconseguen l'hegemonia, sinó que conviuen amb la variant catalana (2014, p.11)

Un dels noms més destacats de la tradició periodística republicana és el d'Irene Polo:

Irene Polo va ser, a més d'una destacada periodista, una pionera; pràcticament la primera reportera catalana. Cal recordar que fins la Segona República Espanyola no es va aprovar, després de llargues discussions, el sufragi universal a l'estat —és a dir, el que inclou homes i dones majors d'edat— i en moltes professions les dones no vivien una situació de normalitat. De fet, el periodisme era una professió que tradicionalment es concebia com a masculina. A banda de Irene Polo, també reclamaven un racó al periodisme Rosa Maria Arquimbau i Maria Luz Morales; però va ser la primera la que va acabar professionalitzant-se més (2014, p.19).

A més, els dos estudiosos recorden com Josep Maria Casasús la va presentar en l'antologia *Periodisme Català*:

Era una de les grans promeses del nostre periodisme. Formava part d'aquell esbart esportiu, modern i liberal, dels Josep Maria Planes, Tísner, Josep Maria Lladó, Carles Sentís, Sempronio. Era de la darrera fornada de joves periodistes que iniciaven la seva carrera professional en plena desclosa de la Segona República. Ella era el vessant femení, necessari e aquell projecte espontani de nou periodisme, obert i progressista, un projecte d'entusiasta renovació professional” (Josep Maria Casasús, 1996: 340) (2014, p.19).

Irene Polo va desenvolupar un estil periodístic molt propi: des del seguiment a Francesc Cambó quan surt del seu despatx a fer un passeig i li fa una entrevista inesperada fins al fet de parlar amb els minaires que feien vaga i es van clausurar sota terra a les mines.

El Nou Periodisme

Tornem a travessar l'Atlàntic i avançem uns anys: Estats Units; dècada dels seixanta:

Y de improviso, mediados los años sesenta, he aquí surge una horda de escritores de revistas baratas y suplementos dominicales, sin credenciales literarios de ninguna clase en la mayoría de los casos —solo que emplean todas las técnicas de los novelistas, hasta las más sofisticadas— y por si esto fuera poco se nutren de las intuiciones de los hombres de letras mientras están en ello... y al mismo tiempo continúan practicando su sórdido trabajo errante de cada día, *escarbando*, atropellando, recogiendo abominable material de ése que solo se divulga en los vestuarios de los caballeros —y asumen *todos* estos papeles al mismo tiempo— ; en otras palabras, se permiten ignorar las categorías literarias que han estado forjándose durante casi un siglo (Tom Wolfe, 2012, p.42).

Així és com Tom Wolfe va explicar en *El Nuevo Periodismo* el naixement d'un periodisme millor o d'una varietat lleugerament evolucionada. En premsa escrita, la manera més fidel de comptar a la gent el que li passa a la gent és a través del periodisme literari, que prioritza la qualitat de l'experiència, empra tècniques pròpies de la novel·la i del conte i recorre a qualsevol artifici literari. En el documental hauria de ser primordial, també, la qualitat de l'experiència i la visibilitat de la quotidianitat, tal com es reflecteix en les pel·lícules.

S'ha volgut fer una breu pinzellada del documental perquè en aquesta investigació es creu que la base de la metodologia de treball en la construcció d'un relat periodístic qualitatiu (en aquest cas, en premsa escrita) és el model a partir del qual haurien de partir els documentals periodístics. El que només hauria de canviar és el format.

Després d'aquest aclariment, segueix l'explicació del naixement del Nou Periodisme: El fet de *ser allà*, al lloc dels fets, i l'adopció d'una mirada i un mètode determinats per escriure el relat és essencial. Tom Wolfe afirma que el Nou Periodisme implica una profunditat d'informació que mai abans s'havia exigint en el treball periodístic.

El mateix Tom Wolfe no entenia en llegir l'article d'Esquire el 1962 de Gay Talese titulat *Joe Louis: el Rey hecho Hombre de Edad Madura* com algú podia tenir accés a coses com la petita digressió entre un home i la seva quarta esposa en un aeroport. De fet, la seva reacció instintiva, segons afirma a *El Nou Periodisme*, va ser pensar que "l'home havia adornat l'escena i que havia inventat el diàleg."

Aquest va ser precisament el rebuig que incomptables periodistes i intel·lectuals literaris van experimentar durant els nou anys següents en què el Nou Periodisme va adquirir impuls. En *El Primer Magnate Adolescente*, Wolfe va escriure l'article sobre Phil Spector "dins de la seva ment i amb un virtual monòleg interior"; i una de les revistes d'informació ho va considerar com una proesa inversemblant. El *Columbia Journalism Review* i *The New York Review of Books* van atacar el Nou Periodisme i el van identificar com una "forma bastarda", "Paraperiodismo". Ningú estava habituat a considerar que el reportatge tingués una dimensió estètica i per això "la vella guàrdia del periodisme i la literatura van començar a titllar aquest nou periodisme d'impressionista", tal com afirma Wolfe.

La desconfiança per part dels novel·listes era clara, segons Wolfe: "Els homes de lletres es veurien desposseïts fins del seu lloc de pràctics imperants en la navegació de la literatura de no-ficció."

Tanmateix, Tom Wolfe va saber fer-se un lloc. Igual que Gay Talese, Jimmy Breslin amb les seves columnes, Hunter S. Thompson ... Tots, periodistes. No obstant això, en el relat de no-ficció, l'escriptor nord-americà Truman Capote —que no periodista— es mereix unes línies. La seva obra *A Sang Freda* narra la vida i la mort reals de dos vagabunds que van exterminar a una acomodada família de grangers de Kansas. Segons Wolfe "va ser un cop terrible per a tots aquells que confiaven que l'execrable Nou Periodisme s'anava a

extingir per si sol com una bengala" perquè un novel·lista de llarga reputació com ho era Capote "havia caigut en la nova forma de fer periodisme." José Manuel Chillón en *Filosofia del Periodismo* considera que el Nou Periodisme "es tractava d'un intrusisme del periodisme a la literatura que va semblar poder aconseguir els efectes esperats en els públics, diluint, d'alguna manera, les fronteres entre realitat i ficció."

I ara què?

Actualment segueixen presents aquestes narratives transgressores. Ho fan de la mà de de la *Fundación Gabriel García Márquez para el Nuevo Periodismo* (FNPI); revistes com la de *5W*, *Panenka*, *Gatopardo*, *La Mira*; diaris digitals com *El Faro*; o editorials com *Libros del K.O.* I els autors d'històries pròpies d'aquest tipus de periodisme són Leila Guerriero, Martín Caparrós, Juan José Hoyos...

En el present treball —atenent al fet que en l'horitzó de la investigació es contempla el documental periodístic— es vol fer la següent proposta: els documentalistes treballen sense cap mena de dubte des del camp periodístic. Fins a quin punt es poden considerar veus etnogràfiques emergents des d'un camp periodístic en evolució i que incorpora noves narratives; entre elles, el documental?

c. Les aportacions de l'etnografia en el camp periodístic

En l'imaginari del bon periodista, aquell que vol explicar la realitat de la manera més fidel i honesta possible —no confondre els termes, no s'està tractant l'objectivitat en aquest cas—, no seria el mètode etnogràfic una de les millors tècniques per a assolir-ho, si no la millor?

El que es pretén en aquest apartat és analitzar les tècniques que un periodista ha de dur a terme si el que vol és arribar al més elevat nivell de profundització sobre una qüestió (deixant de banda la metodologia emprada en el periodisme d'investigació) i veient quina actitud ha d'adoptar al respecte. Com? Prenent com a punt de partida el mètode etnogràfic. Abans de comentar-lo, però, s'ha considerat oportú mostrar el que Josefina Baroja destaca en la seva ressenya sobre el llibre *El antropólogo inocente* (2006) de Nigel Barley:

La experiencia de la investigación, siempre está organizada en relación a otras experiencias previas y/o paralelas: la incorporación al trabajo de campo está acompañada de los imaginarios de las experiencias de otros investigadores, las vicisitudes que atraviesa el investigador al momento de incorporarse al campo, la reflexión sobre el encuentro del antropólogo con escenarios culturales diferentes, la confrontación con prácticas culturales ajenas a las propias, y la necesidad de intentar entender los códigos de esos grupos culturales (2014).

Als inicis de la investigació, s'han explicat les tècniques etnogràfiques que Hammersley i Atkinson (1983) van proposar. La intenció d'aquesta part de la investigació és veure l'aplicació d'aquest mètode d'investigació social en l'exercici periodístic a partir de l'anàlisi de les dificultats que li poden sorgir al professional de la informació. Els passos que els autors van formular són: plantejar-se problemes que estimulin la investigació; seleccionar els llocs i els casos de la investigació; gestionar les tres dimensions estrella, que són el temps, la gent i el context; accedir a la informació; tenir cura de les relacions de camp que s'estableixen; entrevistar; enregistrar i organitzar la informació i decidir quan acaba el treball de camp.

La ressenya de l'antropòloga María Pía Poblete sobre el llibre *El antropólogo inocente* (2006) de Nigel Barley recull en poques paraules l'experiència de Barley com a antropòleg:

A partir de este encuentro Barley nos sumerge en la rutina en la aldea narrando los múltiples obstáculos que enfrenta para elicitare y registrar sus datos, las artimañas de los Dowayos para reírse de su antropólogo, sus 188 emociones y desánimo ante su objeto de estudio. A tres semanas de llegar ...lo único que sabía era que me había propuesto aprender una lengua imposible, que no había Dowayos en la aldea y que me encontraba débil y terriblemente solo. Las experiencias relatadas nos confirman que el antropólogo no logrará ser uno más de los 'nativos' en la comunidad estudiada (como ingenuamente quisieran algunos) y será siempre visto como alguien conveniente en algunos aspectos y, por sobre todo, inconveniente por sus continuas y absurdas preguntas y por su escasa comprensión de los códigos sociales; aún así, Barley es adoptado por "su pueblo" quienes le permiten encontrar una vía para entender su cultura. En la lejanía y de regreso a la academia, Barley recordará los Dowayos a través de una neblina dorada que

desciende sobre la memoria y en la que ...los salvajes se vuelven más nobles, el ritual más impresionante, el pasado se reestructura para conducir inexorablemente a algún propósito del presente.

Com accedeix el periodista a les fonts personals? Com accedeix, per exemple, a conèixer amb una família d'un poblet de la Xina a la muntanya⁸? Val a dir, aquesta és la part teòrica del treball. En la part pràctica, es realitzaran entrevistes i es resoldran aquestes preguntes que ara estan llançades a l'aire, per mitjà de les respostes dels professionals de la informació.

L'idioma és cabdal en la investigació. L'ideal seria que el(s) subjecte(s) investigats parlessin en la seva llengua materna. I, en el cas que el periodista no els entengués, l'interpret faria de pont. D'aquesta situació sorgeix una dificultat més: aconseguir que l'interpret i el periodista treballin tan bé junts que siguin un. La traducció fa perdre exactitud? Si l'interpret es pot acostar més fàcilment al(s) subjecte(s) investigat(s) que el periodista, això significa que en ell també recau, en part, la figura d'investigador?

Una de les tres grans dimensions segons Hammersley i Atkison és el temps. A part de considerar que s'ha de segmentar, afirmen que és necessari descansar i saber quan parar. El *periodista etnògraf* pot arribar a sentir angoixa per estar tota l'estona alerta i no saber donar-se espais. Si, a més, en el cas dels documentalistes, s'afegeix la preocupació d'enregistrar allò que passa amb la càmera, quan és oportú apagar la càmera? El *periodista etnògraf audiovisual*⁹ pateix d'una obsessió per captar-ho tot?

Se puede intentar abarcar todo el tiempo posible durante el transcurso del trabajo de campo, pero es difícil de conseguir. El trabajador de campo necesitará periódicamente escaparse para poder escribir el diario de campo o, simplemente, relajarse. La producción de un diario de campo serio, el registro y organización del material, escribir memorándum y anotaciones reflexivas, son actividades que consumen y demandan un tiempo considerable. Largos períodos de observación, si no son interrumpidos por otros de sistematización y reflexión sobre el material,

⁸ El periodista Maxim Duncan va guanyar el primer premi *2018 Digital Storytelling Contest* amb el documental *Down from the Mountains*.

⁹ Cal recordar que aquest és un terme inventat en el curs de la investigació. Atès que el primer pas és veure l'aplicació del mètode etnogràfic en el camp periodístic, es té en compte, primer, l'actitud del *periodista etnògraf*. I més concretament, la del *periodista etnògraf audiovisual*.

resultaran en informació de qualitat pobre. Inclusive, todos los etnógrafos tienen que resistir la tentación de intentar ver, oír y participar en todo lo que ocurre (Hammersley i Atkinson, 1983, p.62).

Adrian Nicole LeBlanc va escriure *Random Family* el 2003. LeBlanc va seguir un grup de joves dels barris baixos del Bronx durant onze anys. El periodista ha vist envellir els joves i ha conviscut amb ells. Al llibre *Crónica y mirada. Aproximaciones al periodismo narrativo* es pregunten com va aguantar Adrian onze anys en aquest projecte, sense saber on anirien a parar els seus personatges, veient-los gairebé a diari, anotant amb cura els seus recorreguts i opinions? La idea que se n'extreu d'aquests exemples és l que María Angulo expressa: “Patir per a poder-la explicar”

Seguint amb l'obsessió que el periodista pot tenir per abarcar-ho tot, el fet d'escollir sobre qui parlar, de decidir qui serà el protagonista de la història, pot esdevenir una tasca complicada. Si es volguessin endinsar en les vides de tothom qui creïessin oportú, els professionals de la informació no acabarien mai la seva cobertura. D'aquesta manera, és important recuperar la recomanació que Hammersley i Atkinson fan sobre aquesta qüestió: “Cap mitjà social és homogeni i cal agafar una representació adequada de la gent envoltada en un cas particular”. A més, indiquen, que, per a això, cal abans prendre'n algunes mostres.

Una altra manera que es complementa a la d'endinsar-se en les vides dels entrevistats és la que adopta Martín Caparrós a *El Hambre*; un assaig on hi ha descripció, detalls i escenes. Caparrós ha trobat el seu estil de narrar, la seva *mirada*. Un dels seus mecanismes d'apropar-nos aquesta realitat és passar ell mateix sis dies sense menjar:

Pienso confuso que quiero entender, registrar lo que me pasa, que debería aprovechar la enfermedad para observar mi hambre, pero no lo consigo. Mi cuerpo se ha convertido en enemigo: soy rehén de mi cuerpo. (...) No entiendo mucho: estoy débil, incapaz de pensar nada, aletargado, enfurruñado, adolorido. Siento cada pequeño movimiento, cada amenaza de mi estómago, de mis intestinos, los distintos zumbidos en la cabeza, los grititos atontados del cuerpo. Tengo momentos de rabia, de cabreo; tengo otros de desesperación. Tengo muchos en que todo cada vez me importa menos (Martín Caparrós, 2015)

Més tècniques etnogràfiques aplicables al periodisme: les estratègies per accedir a la informació. Com ja se sap, no tothom amb qui es vol parlar i/o observar estarà disposat a acceptar-nos en el seu entorn. Anteriorment s'ha comentat que un dels mètodes per introduir-s'hi i fer que els altres accedeixin a deixar exercir l'activitat investigadora és fer-se el despreocupat i/o tenir algú que pugui facilitar l'accés a la informació.

Hi ha qui, en comptes, opta per l'engany. El catedràtic Felicísimo Valbuena de la Fuente es planteja els dilemes ètics del periodisme:

Es ético emplear cámaras y/o micrófonos ocultos para conseguir información? ¿Hablar con las fuentes empleando una falsa identidad? ¿No decir que está actuando como periodista cuando realmente lo está haciendo? ¿Apoyarse en fuentes anónimas? ¿Pagar por informaciones o ganarse la amistad de una fuente sólo para extraérselas? (1997)

Jorge Carrión a *Crónica y mirada. Aproximaciones al periodismo narrativo* parla sobre el periodista Günter Wallraff, qui va crear-se una nova identitat per fer les seves investigacions:

En su transformismo, según nos cuenta en el prólogo de *Cabeza de turco*, lo primero que cambia es justamente la mirada, compra unas lentillas que le oscurecen los ojos. Su obra maestra había sido preparada a conciencia durante los veinte años previos, en que realizó sucesivas incursiones en la República Federal de Alemania, puliendo su método de actuación. Porque al igual que Bly y todos aquellos que han puesto una máscara para desenmascarar mentiras y acceder a donde no les permiten llegar, Wallraff se siente actor. En este caso, actor revolucionario (2014).

No va ser l'únic a ocultar la seva identitat: Hunter S. Thompson es va infiltrar en una banda motorista; Florence Aubenas es va fer passar per desocupada per narrar la crisi econòmica; Roberto Saviano per escriure *Gomorra...*

I amb una càmera? A no ser que es tingui una càmera de mides petites, es pot mentir sobre l'activitat investigadora amb un aparell electrònic que enregistra imatge i so a les espatlles?

Les dificultats no s'esvaeixen després d'aconseguir l'acceptació dels investigats a ser observats i entrevistats:

Incluso cuando se obtiene la autorización, la conciencia de que los hechos están siendo registrados hará que los acontecimientos, probablemente, cambien de forma significativa. Esto último es particularmente cierto cuando los aparatos de grabación son transportados de un lado para otro, conectados, desconectados y vueltos a concertar, como ilustra Altheide en su investigación sobre un estudio de grabación de noticiarios de televisión. Los efectos del registro visual y audio-visual varían considerablemente en función de la gente y de los lugares. Además, los efectos de la presencia de equipos de grabación suelen disiparse conforme pasa el tiempo (Hammersley i Atkinson 1983, p.174-175)

Així que els efectes de la presència d'equips de gravació acostumen a dissipar-se amb el temps. Com? Després de quan?

Tot i això, aquesta idea de “la càmera és intrusiva” pot persistir en l'ambient. És una possibilitat. Tanmateix, aquesta investigació es planteja el següent: des del suposat que el periodisme compleix una funció social i, per tant, la cobertura de X realitat és necessària i cal visibilitzar-la, els receptors del contingut informatiu han de consentir una mínima distorsió del comportament dels subjectes estudiats per la presència del(s) periodista(es)? O és susceptible de ser criticable, l'exercici de la professió periodística, en aquests casos?

Més “obstacles” un cop introduïts en la realitat a investigar: les relacions de camp. El periodista etnògraf ha de tenir una sensibilitat especial amb les emocions dels subjectes investigats. També ha de cuidar la seva aparença física i s'ha d'adaptar a l'entorn. I, a més, haurà de decidir quin rol mantindrà en la investigació: totalment participant, participant com observador, observador com participant i totalment observador. En el cas del *periodista etnògraf audiovisual*, però, és possible participar de la rutina diària dels investigats?

Jorge Carrión a *Mejor que ficción. Crónicas ejemplares* convida als periodistes a ser pacients si el que es vol és guanyar-se la confiança dels entrevistats:

Toda crónica fija literariamente la relación que existió entre la mirada de quien escribe y la oportunidad que le dio el mundo al revelarle una de sus infinitas

facetas. Los cronistas son observadores que no dejan pasar su oportunidad y la transcriben. Una obra documental no puede existir sin una corriente de empatía. Es imposible ponerse en el lugar del otro: pero sí hay que acercarse lo más posible. El observador tiene que realizar un gran esfuerzo intelectual para comprender la psicología, las motivaciones, los miedos y los deseos de quien está entrevistando, de su guía por ese contexto ajeno y, por tanto, en gran parte incomprendible si no es gracias a su intermediación. A su rol de cicerone, de traductor. Por eso la literatura de viajes es el gran modelo narrativo del periodismo y del resto de disciplinas modernas que, como la antropología y la psicología, hacen de la escritura del diálogo con el otro su piedra de toque. La misma tensión que encontramos entre el viajero y el nativo caracteriza la relación entre el cronista y su entrevistado o su informante. Es similar la voluntad de penetración en las capas de la realidad ajena. El periodista trata de ganarse la confianza de los probables protagonistas de su obra documental, conseguir las llaves que le abran las puertas. Por eso el periodista tiene que ser paciente y constante. Las cerraduras se abren cuando uno menos se lo espera (Jorge Carrión, 2012, p. 16)

Alberto Salcedo Ramos, en la mateixa línia que Carrión, afirma que ell no serveix per a importunar la gent i calcula que si l'entrevistat no li diu el que ell vol en aquell moment, ja li ho dirà després.

Una de les altres dificultats a l'hora de tractar amb els investigats i la informació que es rep d'ells és el xoc cultural que pot haver entre periodista i subjecte estudiat. I també pot succeir el contrari: investigar un mitjà amb el qual es té molta familiaritat pot ser perillós en tant que pot ser menys fàcil per a l'investigador allunyar-se de les seves presuposicions.

Demandar activament relats (entrevistar) també és una de les tècniques etnogràfiques aplicables al periodisme. I rebre informació sense sol·licitar-la, també. És molt important el treball d'interpretació del relat dels subjectes estudiats. Amb tot, el periodista etnògraf, d'alguna manera, ha de fer anotacions. En el cas d'enregistrar audiovisualment les informacions, la col·locació de càmeres és un afegit a la investigació.

El mètode etnogràfic, eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu

Queda clar, doncs, que l'aplicació de tècniques etnogràfiques en el treball periodístic és una molt bona eina —si més no, l'eina clau— per a la construcció d'un relat amb personalitat, viu i real en format escrit i/o audiovisual.

4. METODOLOGIA

Per què s'ha decidit entrevistar a professionals de la informació

Al llarg de la investigació han sorgit dubtes i/o reflexions sobre el procés de construcció d'una mirada pròpia en periodisme i sobre la manera de treballar dels professionals de la informació un cop se submergeixen en el tema que volen tractar.

En aquest document s'ha optat per dur a terme entrevistes temàtiques amb dos documentalistes i una cronista per donar resposta a les qüestions plantejades en la part teòrica. S'ha decidit utilitzar aquest mètode de treball perquè és una eina qualitativa.

Criteri per escollir els professionals entrevistats

Si els professionals a entrevistar han de dialogar amb el que ha sorgit al llarg de la investigació teòrica, cal, doncs, saber què és el que s'investiga en el present document. Només d'aquesta manera es podrà fer una bona selecció de professionals, experiència dels quals ajudarà a entendre el procés de construcció d'una mirada pròpia en periodisme.

En el present document es parteix del mètode etnogràfic per a l'elaboració d'aquesta veu pròpia —periodística— de la que tant s'ha tractat. Així doncs, s'ha de tenir en compte si els professionals amb qui es vol conversar s'acosten a la manera de fer que els elements del mètode etnogràfic dictaminen: planificar el treball de camp; trobar-se amb els subjectes; utilitzar l'observació; fer entrevistes i construir mapes mentals i físics per a la construcció del lloc.

Un cop “superada” aquesta classificació, caldria preguntar-se si en el seu treball hi ha un procés de reflexió de segon ordre en la construcció de la narrativa; si construeixen una narrativa pròpia; si tenen veu pròpia; si hi ha elements de visibilització (de denúncia, per exemple) i si hi ha intencionalitat en la seva feina. Aquestes qüestions s'identificarien amb allò que s'ha abordat en els apartats de “La funció social del periodisme” i “Mirada”.

La tutora d'aquest treball, la Catalina Gayà Morlà, ha col·laborat en l'aportació de professionals susceptibles de ser entrevistats; de tal manera que s'han posat sobre la taula

diversos noms: Harri Grace¹⁰; Luis Ortas¹¹; Eileen Truax; Inés Thomsen; Camilla de Maffei; Carles Bosch; Maxim Duncan; Michelle Mizner¹², Tània Balló¹³...

A partir del visionat de les seves obres i la recomanació de la Catalina Gayà, s'ha considerat entrevistar en Carles Bosch, el Harri Grace i l'Eileen Truax perquè compleixen amb els criteris establerts. En posteriors investigacions, però, es comptaria amb la presència de més veus professionals.

En Carles Bosch i en Harri Grace són documentalistes; mentre que l'Eileen és cronista —val a dir, però, juntament amb el seu marit, en Diego Sedano, fan projectes audiovisuals. Els tres saben què és conèixer amb els subjectes, vida dels quals serà relatada en forma d'història. Aquests professionals, a més, han conseguit tenir una sensibilitat específica (fruit de l'observació) que els ha permès tenir una veu pròpia, trobar la seva *mirada*.

A continuació, es troba el guió de les entrevistes i una síntesi dels seus projectes.

Guió de les entrevistes

S'ha decidit fer entrevistes temàtiques amb qüestions clau que havien de sortir en cadascuna de les tres entrevistes. Això no obstant, els qüestionaris s'han personalitzat depenent del perfil dels entrevistats.

Tenint en compte que es vol abordar com de traslladables són les actituds de l'etnògraf/a a les del periodista, preguntes sobre la planificació del treball de camp i l'accés a la informació eren imprescindibles:

- Com abordes el teu treball de camp? El planifiques?
- Com esculls el tema que tractaràs?
- Com esculls el lloc?
- Com accedeixes a la gent amb qui conviuràs i entrevistaràs?

El següent bloc de preguntes vindria marcat per l'accés a la informació un cop el periodista o la periodista ja és al lloc de treball:

¹⁰ Director i productor de *Making Waves* i *The Boxer* i *The Wrestling Cholita*

¹¹ Director de *Després de la boira (Qui és Sigfried Meir?)*

¹² Directora de *Inside Yemen*.

¹³ Directora i productora, juntament amb Luís Ortas de *Milicianes*.

El mètode etnogràfic, eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu

- Com accedeixes a la informació que la gent et dona? Utilitzes cap estratègia?
- Com reculls informació?
- Quan penses de recollir informació? On està el límit?

Una de les qüestions també tractades en el marc teòric ha estat els efectes de l'etnògraf (*periodista etnògraf*) sobre les dades:

- La teva presència té un efecte en el comportament dels subjectes entrevistats?
- Com saps que allò que t'expliquen és veritat?
- Com hauria de ser la relació entre investigador i investigat?

I pel que fa a aspectes logístics, tant per a cronistes com a documentalistes:

- Com és el teu equip de treball? (càmera, etc.)
- Quants professionals formen part del teu *staff*?
- Una càmera és intrusiva?
- Si ets documentalista, com t'imaginaries explicar una història amb un paper i un bolígraf, sense la càmera?
- Si ets cronista, com t'imaginaries explicar una història amb una càmera i un micròfon?
- Amb la càmera es pot accedir al mateix que amb un paper i un bolígraf?
- Amb una càmera és més senzill saber quan parar que no pas amb un bloc de notes i un bolígraf? Possiblement perquè amb el paper i el bolígraf podries estar tota l'estona prenent notes?

De la mateixa manera que s'ha teoritzat sobre el periodisme en la part teòrica, en la metodologia també s'han tractat les qüestions que envolten a l'exercici de la professió periodística:

- La teva feina té una intencionalitat? Si és que sí, quina?
- Creus en la funció social del periodisme?
- I en el periodisme com a eina per al canvi social?
- Si haguessis d'explicar a un nen/ una nena petita la teva feina, com ho faries?

Biografia professional dels entrevistats

CARLES BOSCH, Barcelona

Director i guionista, va estar nominat a l'Òscar a la Millor Pel·lícula Documental per *Balseros* (2003). Ha guanyat un Goya & Peabody i és professor.

Ha estat un dels fundadors de *30 minuts* i *Sense ficció*.

Més premis:

- Premi Gaudí a Millor Pel·lícula Documental per *Bicicleta, Cullera, Poma* (2010).
- Premi Gaudí a Millor Pel·lícula Documental per *Petitet* (2016).
- Premi Goya a millor pel·lícula documental per *Bicicleta, Cullera, Poma* (2010).
- Peabody Award amb *Balseros* (2004).
- Premio Ondas Internacional amb el reportatge *Txecoslovàquia: en el cor de la revolta* (1990).
- Nominació a 'Millor Pel·lícula Documental' Joris Ivens, Festival IDFA Àmsterdam per *Septiembre* (2006).

Sinopsi de les pel·lícules:

- *Septiembre* (2006): Carles Bosch s'endinsa en les relacions personals i sentimentals dels presoners de Soto del Real.
- *Bicicleta, Cullera, Poma* (2010): durant dos anys Carles Bosch és observador de la vida de l'expresident de la Generalitat de Catalunya i exalcalde de Barcelona, Pasqual Maragall amb un objectiu: apropar l'Alzhèimer a tothom qui vegi la pel·lícula.
- *Balseros* (2002): narra la història de set cubans que es preparen per marxar del país. Cinc anys després, fa un retrat de les seves vides.
- *Petitet* (2016): dedicat a Joan Ximénez Valentí, Carles Bosch ens obre la finestra de la vida del “gitano català del Raval”, *Petitet*, qui porta la rumba al Gran Teatre del Liceu.

HARRI GRACE, Londres

Productor de sèries i director de Grain Media (una companyia de producció guanyadora d'Emmys i Òscars), ha fet documentals en cinquanta països diferents, explicant històries. Ha treballat per a les premiades sèries d'Al Jazeera "Earthrise" i "The Cure". Les seves pel·lícules han estat nominades dos cops al Foreign Press Association Science Story of the Year.

Sinopsi de les seves pel·lícules i documentals:

- *Earthrise* (2017): tracta el canvi climàtic i l'afectació d'aquest fenomen global a una localitat petita com ho és Ladakh, que viu de la neu. Els locals, allà, han inventat una solució per contruir-hi estructures congelades de manera artificial.
- *A Ride To Remember* (2017): relata la vida de dues persones per tractar l'Alzhèimer.
- *The Cure – Antibiotic resistance: The end of Modern Medicine* (2015): en el documental es tracta la resistència als antibiòtics i mostra casos de pacients del Regne Unit.
- *The Cure – Doctors on Everest* (2013): segueix el Doctor Joff Lacey, qui s'apunta a l'expedició que més de dos-cents voluntaris fan a l'Everst, per estudiar la mort causada per la falta d'oxigen.
- *Making Waves* (2015): retrata la vida d'una adolescent de 17 anys del Marroc que lluita contra les barreres de gènere i religió per fer surf.
- *The Wrestling Cholita* (2016): per a explicar la tradició de Bolívia, en Harri Grace relata la vida d'una dona que participa en combats.

EILEEN TRUAX, Ciutat de Mèxic

És una periodista mexicana especialitzada en política i en moviments migratoris i socials. Va treballar deu anys a Mèxic abans d'establir-se a Los Angeles. Ha treballat per a mitjans com *La Opinión*, *The Huffington Post* i el grup *Impremedia*. Des de 2012 és freelance i és directora de mitjans en espanyol de l'*Associació Nacional de Periodistas Hispanos*.

Eileen Truax ha estat seleccionada com Knight-Wallace journalism fellow 2019-20 a la Universitat de Michigan.

Publicacions:

- *Dreamers, la lucha de una generación por su sueño americano* (2013). El llibre narra les històries de vida dels menors d'edat provinents de Mèxic que van arribar als Estats Units de manera il·legal i que formen part d'una iniciativa de llei que es diu *DREAM Act*.
- *Mexicanos al grito de Trump. Historias de triunfo y resistencia en Estados Unidos* (2017): explica històries de migrants mexicans i les xarxes de solidaritat que construeixen per a resistir les polítiques anti migratòries.
- *We Built the Wall* (2018): tracta el rebuig dels nord-americans als sol·licitants d'asil polític.

5. CONCLUSIONS

L'objectiu de la investigació s'ha assolit. S'ha anat a les arrels d'aquest periodisme qualitatiu. I s'ha demostrat que el mètode etnogràfic és una eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu.

I les ambicions d'abans de la investigació s'han vist satisfetes de molt bona manera. Sóc molt millor periodista, de ben segur. Llegir i escoltar sobre experiències professionals de referents en el món del periodisme ha estat idoni personalment i professionalment.

CONCLUSIONS TENINT EN COMPTE ELS PUNTS CABDALS

- Sobre etnografia

En l'apartat teòric d'aquest treball s'ha aprofundit en què el mètode etnogràfic és una eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu. Recuperant les definicions de Hammersley i Atkinson, Rosana Guber i altres estudiosos del tema s'entén l'etnografia com un mètode d'investigació social de l'antropologia social o cultural per entendre els fenòmens socials, a partir de la participació per part de l'etnògraf/a de la vida quotidiana de persones durant un període de temps observant i recollint informació. Cal remarcar, però, que s'ha demostrat que les funcions de l'etnografia no són les mateixes que les del periodisme: l'etnografia és una de les parts de la investigació social; mentre que el periodisme té una funció social i una missió de servei públic que busca donar llum a realitats socials. Per últim, i no menys important, el periodisme és una eina per al canvi social.

S'ha demostrat a nivell teòric que qui fa periodisme qualitatiu utilitza les tècniques de l'etnografia i, de fet, s'han creat dos conceptes: el de *periodista etnògraf* i el de *periodista etnògraf audiovisual*. El *periodista etnògraf* és aquell qui per tal de construir la seva mirada pròpia en un periodisme qualitatiu, fa ús de la metodologia etnogràfica. I el *periodista etnògraf audiovisual* és aquell qui construeix la seva pròpia mirada a partir de tècniques etnogràfiques, també, i ofereix un relat periodístic en format televisiu o cinematogràfic. Per tant, s'afirma que la mirada és una conseqüència de l'etnografia.

Això no obstant, aquests professionals de la informació, en realitat, sembla, que utilitzen la metodologia etnogràfica de manera intuïtiva: tant en Carles Bosch com en Harri Grace afirmen no ser-ne conscients. A més, en Harri assegura que el que fa ell s'allunya del que

l'etnografia precisa: "El mètode etnogràfic requereix un temps que en el documental no em puc permetre dedicar."

El temps i el pressupost, doncs, poden arribar a ser uns obstacles a l'hora de produir una pel·lícula. L'ideal, segons el Harri Grace, seria estar-s'hi el temps que calgués, però sovint hi ha un pressupost fixat que s'ha de seguir i que, per tant, no permet llargues estades. Per part del Carles Bosch, en aquest sentit, ell decideix dedicar en els seus projectes un llarg període de temps, cosa que en alguns casos ha arribat a fer-li perdre diners.

Pel que fa a l'elecció del tema i del lloc, tant en etnografia com en periodisme els professionals poden experimentar dues opcions: se'ls encomana la tasca o bé són ells qui proposen. Per a en Carles, és molt difícil que una història l'enlluerni com per voler fer una pel·lícula d'allò. Per això afirma: "És com quan veus una dona i no la vols deixar escapar. Quan et trobes amb una realitat que mai havies rebut, allà és on tens la història."

Un dels aspectes abordats ha estat l'accés a les persones, als protagonistes de la història. En Harri, per exemple, compta amb la figura del periodista local o *fixer* per a que li recomani persones que compleixen el perfil que ell li demana. I acaba incorporant aquest professional al seu equip de treball.

S'ha conclòs que tant etnògrafs com periodistes han d'actuar de la mateixa manera perquè siguin acceptats en la comunitat que volen investigar i puguin conviure amb ells. Cap dels tres professionals entrevistats utilitza estratègies encobertes. En el cas del Harri, per a ell l'essencial és ser amable amb tothom i somriure molt. L'Eileen i en Carles també s'hi sumen a aquesta premissa i, a més, comenten com d'important és ser honest i explicar-los què pretens fer amb ells.

Seguint amb les conclusions extretes amb el que s'ha vist en l'abordatge teòric de les tècniques etnogràfiques i en les declaracions dels professionals entrevistats, la recollida de dades pot variar en funció del format emprat per a la presentació d'informació en la investigació antropològica o en periodisme. En aquest sentit, en ambdós casos, les qüestions logístiques que es plantegen són molt similars i, per tant, equiparables. Si és en format escrit, es necessita un bloc de notes, un estri per a escriure i una gravadora de so, si s'escau, per enregistrar sons, converses i entrevistes. L'Eileen així ho fa. En comptes, en Carles i en Harri, utilitzen la càmera i tot el que exigeix el format audiovisual.

Pel que fa a l'obsessió de voler recollir la màxima quantitat d'informació i el dilema de quan parar de fer-ho, per al Harri significa una de les preocupacions en el rodatge. Ell deixa la càmera de banda quan sent que ja té suficient material per a l'edició posterior (la post-producció). Per a el Carles Bosch el límit no està tant en el fet de tenir la història, sinó, en no tenir més remei que dir-li adéu a la història perquè “ja torna a ser setembre un altre cop” —en referència a *Septiembre*—. O, segons ell, “perquè potser ja tens el final.”

Més aspectes a tenir en compte. La presència de l'investigador en el lloc de treball pot ser contraproductiu per a ell, si bé s'ha tractat en l'apartat d'”Els efectes de l'etnògraf/a sobre les dades.” Qui diu etnògraf/a diu periodista, en aquest cas en concret. Els professionals entrevistats no mostren gran preocupació pel que fa la possibilitat que els subjectes investigats menteixin o actuïn de manera no sincera. L'Eileen Truax té el seu mètode per assegurar-se que allò que li estan explicant és veritat: com a mínim, el relat que estigui construït ha de disposar de tres fonts, que són un testimoni en primera persona, un altre individu que corrobore que allò que l'altre li ha dit és cert i les informacions documentals que ella recull. Per a en Carles, només sabràs si te'n pots confiar de les persones amb el teu *background*, havent llegit molt i havent conegut molt món.

Quant a la relació entre investigador i investigat, que en la teoria s'ha vist com l'investigador pot sentir un excés d'empatia amb l'investigat, l'Eileen considera que és molt important creure en la empatia, però que a l'hora has de ser honest. En Carles també té empatia amb l'entorn, diu, però apunta que és necessari prendre distància; cosa que només aconsegueix distribuint tasques amb els companys d'equip, per tal que ell pugui evadir-se, per moments. En Harri, pensa de la mateixa manera que ells i afirma haver-se sentit excessivament emotiu amb algunes persones.

Incidint en la relació investigador – investigat, en Carles Bosch apunta la següent reflexió: “Nosaltres no podem influir més del compte. No tenim dret. El periodista no ha de generar les històries. I hi ha algun moment en què igual t'acaben demanant consell. I tu qui ets per donar-lo?”

El respecte a l'altre en una professió d'aquest tipus és fonamental. El mateix Carles ofereix una punt de vista sobre la construcció de personatges que és increïblement necessari tenir-lo present: “Qualsevol persona és un personatge. I un cop les persones són personatges, no oblidis que aquests personatges són persones.”

Si el que envolta a la recollida d'informació és igual en periodisme com en etnografia, els aspectes logístics que se'n deriven, també. Segons els documentalistes entrevistats, en funció de la magnitud del projecte, utilitzaran un equip de rodatge més sofisticat o menys; i el mateix succeeix amb el nombre de persones que conformen l'*staff*. L'Eileen, que també està involucrada en continguts en format audiovisual, intenta utilitzar una càmera petita. Perquè segons ella, és molt intrusiva.

En Harri Grace s'hi suma: “Fins i tot jo, que treballo amb càmeres, si algú me n'apropa una a la meva cara, ho passo malament.” En comptes, el Carles Bosch rebutja aquesta idea i manté que els subjectes entrevistats valoren molt positivament l'esforç realitzat pels professionals de la investigació. A més, Bosch explica que a ell els seus investigats el veuen com “un tio normal” i que no hi ha cap mena de sofisticació pel fet que hi hagi presència d'una càmera.

Mentre que en Carles considera que amb una càmera pots accedir allà on vulguis, igual que amb un paper i un bolígraf, l'Eileen, que ve del món de la crònica i del periodisme narratiu en format escrit, opina que és molt millor el text que no pas el vídeo. Per a ella, el text arriba on no pot el vídeo: “Amb el text s'aconsegueix més. Inclús si tu veus un vídeo del lloc, amb molt de detall, no saps què s'escoltava exactament. I mai sabràs com olorava i com se sentia.” Tot i això, creu, el vídeo pot captar molts detalls visuals.

Tot i recuperant la idea que el vídeo és més consumit que no pas el text, l'Eileen Truax considera que poca gent està disposada a veure un documental d'una hora. En Carles Bosch ho recolza: “Entre una pel·lícula de ficció i una de no ficció, la gent prefereix la de ficció.” En Harri Grace, al respecte, opina que si vols fer que es vegi la teva pel·lícula, has de fer-la interessant i atractiva.

El Carles Bosch, a l'hora de fer una pel·lícula busca que els que saben molt del tema de què tracta el film no se sentin decebuts, però els que no en tenen ni idea, n'aprenquin. Bosch, quan se submergeix en un projecte —perquè se submergeix; ell, de fet, diu, es casa amb la història— es proposa, a més, gaudir. Qui també pensa com ell és en Harri Grace: “Si jo gaudeixo, les persones amb qui faig la pel·lícula (els protagonistes de la història) també gaudiran.” Una altra acció que ajuda a fer el documental i/o el relat novel·lístic de no ficció atractiu per a qui ho rep és, segons el Carles, proposar a l'audiència el que li oferiràs. L'estratègia de l'Eileen, en aquest sentit, és construir escenes

ajudant-se de recursos ja fets; de tal manera que qui et llegeix no hagi de crear la imatge mental des de zero, sinó que allò que expliques li resulti familiar.

Per a en Harri, a part, és molt important que, un cop acabat el documental i els protagonistes de la història l'hagin visionat, estiguin contents del resultat, n'estiguin feliços i considerin que el que s'explica d'ells és veritat. Tot i entenent les exigències que la postproducció demana: tallar imatges i declaracions i superposar-les les unes amb les altres i, potser, allunyar-se de la idea de traslladar 100% el relat tal com va ser.

- Sobre la mirada

En l'apartat de "Mirada" s'ha demostrat com d'important és tenir una veu pròpia en el relat periodístic, en tant que subjectes que som. Amb cites de Jorge Carrión, María Angulo, Svetlana Aleksíevitx, entre d'altres, s'ha posat de manifest la importància d'observar en la professió periodística per tal de construir una mirada pròpia.

Tots tres coincideixen en què no hi ha una veritat absoluta i que, com a individus que som, tenim la nostra pròpia veu i la nostra pròpia manera d'interpretar el món. A més, la cronista apunta que el que dona riquesa a les audiències és el fet que hi hagi informacions des de diversos angles per a que elles creïn les seves pròpies conclusions. Ella el que pretén és aportar, per tal que el panorama informatiu sigui més ampli.

El fet que hi ha diverses veritats, però, no ha de permetre la mentida, apunten els professionals entrevistats. S'ha de ser honest, sempre.

S'ha demostrat, a partir dels estudis de Sandra L. Borden i altres teòrics com Elliott i Olazar, etc. que el periodisme serveix a la societat. I que té poder i, per tant, capacitat per a generar una reflexió en l'opinió pública. Així ho creuen els documentalistes i la cronista entrevistats. Per a en Harri Grace és important que el seu treball marqui una diferència i que expliqui a la gent el món i les seves problemàtiques. Al seu torn, en Carles Bosch afirma que sentiria molta frustració si fes un periodisme que no servís de res. Els dos documentalistes, a vegades, senten impotència envers alguns dels temes que tracten i es plantegen si el que fan és suficient.

L'Eileen creu en el periodisme com a eina per al canvi social. En fa una reflexió: "No crec que els periodistes canviem el món. Però sí crec que canviem a les persones. I les persones canvien el món." Per a ella, l'objectiu principal de la seva feina és informar i

portar a la gent a l'acció. Segons ella, el periodisme és part fonamental de la resistència: “Si no avancem, estem ajudant a retrocedir.”

L'Eileen, el Carles i el Harri han conviscut amb persones per després explicar les seves vides. Aquests professionals de la informació han utilitzat els mètodes que l'etnografia ofereix per dur a terme periodisme. El periodisme qualitatiu, de què s'ha parlat al llarg de la investigació.

En part, el present treball ha servit per reafirmar el fet que el periodisme et porta a llocs on mai s'hauria una imaginat i permet viure, d'alguna manera, altres vides. Ja ho diu el Carles Bosch: “El periodisme que jo faig és el plaer de viure una realitat; sumat amb un altre: el plaer d'explicar-la.” En la mateixa línia, l'Eileen Truax afirma: “Tens el privilegi de presenciar coses que altres no poden i la obligació de contar. Som els ulls i les oïdes dels que no estan allà. És un seient en primera fila en la construcció de la història. Tens aquell privilegi i no te'l quedes per a tu; el transmetes als demés.”

6. BIBLIOGRAFIA

- Angulo, M. (Coord.). (2014). *Crónica y mirada. Aproximaciones al periodismo narrativo*. Madrid: Libros del K.O.
- Ardèvol, E. (1998). Por una antropología de la mirada: etnografía, representación y construcción de datos audiovisuales. *Revista de dialectología y tradiciones populares*, 53(2), 217-240.
- Baroja, J. (2014). El Antropólogo Inocente. Nigel Barley. *Perspectivas docentes*, 45, 57-58. Recuperat el 28 de novembre 2018, de <http://revistas.ujat.mx/index.php/perspectivas/article/view/549/456>
- Borden, S.L. (2007). *Journalism as practice. Macintyre, virtue ethics and the press*. Michigan: Asghate.
- Carrión, J. (2012). *Mejor que ficción. Crónicas ejemplares*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Caparrós, M. (2015). *El hambre*. Barcelona: Anagrama.
- Col·legi de Periodistes (2019). *V setmana dels Rahola, xerrada sobre periodisme*. Recuperat el 30 març 2019 de <https://www.periodistes.cat/actualitat/noticies/vols-saber-com-va-anar-la-v-setmana-dels-rahola>
- Chillón, José Manuel (2010). *Filosofía del periodismo: razón, libertad, información*. España: Fragua.
- De América, Casa. *Disecionando el Nuevo Periodismo por Leila Guerriero*. Recuperat el 30 de març 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=71xTbyxA8vQ>
- EcuRed, C. (2017). *Ciencias sociales*. Recuperat el 20 de novembre 2018 de https://www.ecured.cu/index.php?title=Ciencias_sociales&oldid=2849937
- Editorial de la Universidad Nacional de la Plata (2015). *Decálogo del periodista, Eloy Martínez*. Recuperat el 02 d'abril 2019 de http://www.editorial.unlp.edu.ar/articulo/2016/6/9/decalogo_del_periodista

El mètode etnogràfic, eina per a la construcció d'una mirada pròpia en un periodisme qualitatiu

- Emilio, N. (2017). El periodisme de sensibilitat social: una oportunitat per a la regeneració dels mitjans [Data set]. Dipòsit digital de documents de la UAB.
- Fira d'Idees & Llibres Radicals, LITERAL. La veu de les veus. Amb Svetlana Aleksiévitx. Recuperat el 18 d'abril 2019 de <https://www.youtube.com/watch?v=jK4r00d5yNU>
- Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (X). *Quince reflexiones sobre periodismo narrativo para compartir con los estudiantes. Un documento pedagógico preparado por Alberto Salcedo Ramos para su taller*. Recuperat el 20 d'abril 2019 de http://bicentenario.fnpi.org/materiales/quince_reflexiones_sobre_periodismo_narrativo_para_compartir_con_los_estudiantes.pdf
- Gayà Morlà, C. (2019). Document inèdit. Universidad de Guadalajara: Mèxic
- González, M., Caldero, J. (2009). Las ciencias sociales: concepto y clasificación. *Revista de Estudios Históricos, s.n*, pp. 67-71.
- Guasch, A, Ruiz, A. Irene Polo i la història de la Catalunya de la Segona República [Data set]. Dipòsit digital de documents de la UAB.
- Guber, R. (2001). *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Bogotá: Grupo Editorial Norma.
- Hammersley, M., Atkinson, P. (1994). *Etnografía. Métodos de investigación*. (Mikel Aramburu, trad.). Barcelona: Ediciones Paidós. (Obra original publicada en 1983).
- Jaramillo Agudelo, D. (Ed). (2012). *Antología de crónica latinoamericana actual*. Editorial Alfaguara.
- Meyers, C. (Ed.). (2010). *Journalism Ethics: a Philosophical Approach*. USA: Oxford University Press.
- Ortiz, L. C. (2012). El concepto de ciencias sociales: un análisis bibliográfico. En C.A. Jiménez, L.C. Ortiz. *Pensar la enseñanza de la historia y de la(s) ciencia(s) social(es)* (pp. 47-106). Colombia: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

- Poblete, M. (2000). Nigel Barley: El Antropólogo Inocente. *Revista austral de ciencias sociales*, 4(12), 187-189. Recuperat 28 de novembre 2018 de http://mingaonline.uach.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-17952000000100012&lng=es&nrm=iso
- Reig, R., y Dominguez Lázaro, R. (2010). Teoría del periodismo según los periodistas. A *La dinámica periodística: perspectiva, contexto, métodos y técnicas* (pp. 63-100). Sevilla: Universidad de Sevilla.
- Rubio, T. (2008). La antropología, una ciencia de conceptos entrelazados. *Gazeta de Antropología*, 24(2), pp. (s.n.).
- Swirski, P. (2018). Muckraking journalism. A *Salem Press Encyclopedia*. Recuperat el 7 de maig 2019 de <http://search.ebscohost.com.ure.uab.cat/login.aspx?direct=true&db=ers&AN=89551000&site=eds-live>
- Valbuena de la Fuente, Felicísimo. (1997). Teoría profesional sobre la actividad periodística (III). En Valbuena de la Fuente, Felicísimo, *Teoría General de la Información*. Madrid: Noesis.
- Vizcarra, Silvia (2002): La responsabilidad social del periodista, frente a la noticia como mercancía. *Revista Latina de Comunicación Social*, 46. Recuperat el 29 de març 2019 de <http://www.ull.es/publicaciones/latina/2002/latina46enero/4602vizcarra.htm>
- Weingarten, Marc (2012): *La banda que escribía torcido*. Madrid: Libros del K.O.
- Wolfe, Tom (2012): *El Nuevo Periodismo*. Barcelona: Anagrama.
- Zenobi, D. (2011). El trabajo de campo y sus traspiés. Un etnógrafo entre las víctimas de la “masacre de Cromañón”. *Ankulegi*, 15, pp. (69-80).

7. ANNEXOS

Transcripció de les entrevistes

HARRI GRACE

How do you begin making your documentaries? How do you get integrated in the society or the group you are going to film with?

One of the hardest things is making that connection with people and arriving. And you want to make a film about them, but you have to develop a relationship with them very quickly, so that they trust you and that you get the best from them. So that's one of the biggest challenges of my job.

But often you don't have a long time. If you are doing an ethnographic study, if you are doing anthropology, you go and live with people for a long time and you got enough time to get to know people. Whereas often we would turn up and we have to stop filming immediately because we have a budget for five days of filming and we have to be quick. So it's a real challenge to do that and I think to get people to trust us.

What do you do first when you want to approach the field work? Do you choose a place first? Or a subject to work on?

That often depends on few things; money being one of them.

Or sometimes you are asked to make a film about a certain project. I'll give you one example. What I'm making at the moment is for the Nobel Piece Prize and it's looking previous winners of the Piece Prize, but looking at people who have been inspired by them, inspired by Nelson Mandela or the Red Cross and so on. So I have to find stories related to this people. I found a man who was in Bangladesh to help with the Rohingya refugee's crisis. I read an article that mentioned this guy and I thought it was an amazing story, ant that also fitted with the commission I was asked for. And so, we were given money to make the film.

Then I employed a fixer on the ground, a local journalist, to go and meet this person and find out more: "Is it a good story?", "what do we see?", "what would happen if we turned up on the first day? what would that look like?", "what does the shoot look like?", "is he happy for us to come and film with him?". I just wanted to find out as much information

as I can before going to Bangladesh. That's sort of the process, what we call "preproduction".

Was with *Wrestling Cholita* and *Making Waves* the same? Were you also given money?

Wrestling Cholita and *Making Waves* were for a channel called *ALJ+* (AlJazeera online channel). I'd spoken to *AJ+* and said I really wanted to make a series about sports people who you learn about the world through their eyes. They said it was interesting and that if I found an interesting story, then they would give me money to go and make it.

With *Wrestling Cholita* again I spoke to a local journalist and asked him: "Do you know about an interesting cholita who wanted to be on film and who would be happy to talk to us about this and we could follow if she has an interesting life?". The journalist said "yes". So then I found out that information and then I went back to *AJ+* and said: "This is the woman that I want to make the film about".

I did it similar with *Making Waves*. Finding a female surfer in a muslim country would just be an interesting angle. Because again you got interesting dynamics of gender, religion, history and culture... a cool sport... I was looking for somebody like her... I read an article about her and again got in touch with somebody from there who wanted to speak to her.

That's usually how it works. I guess sometimes there's a story that just comes to you, that you find... but often it is part of a bigger project. The company I work for is a business. Most of these films have to have a sort of commercial... we have to find money somewhere.

Wrestling Cholita and *Making Waves* are very low budget, but they did covered my costs of going to Morocco or going to Bolivia.

When you get in touch with local journalists, do they become part of the staff that's making the film with you?

Yes. That was the arrange when I said "listen, if you can find me somebody, then I can come over, we can make the film together. You'll be the local producer."

How do you access to people and the information they give to you?

I think it's just about being honest. And tell them what you want to do. I think there are probably some filmmakers that are not like that. But I like to think that I am. It's very important for me that at the end, when I show them the film, that they are happy with it.

If I make a film about somebody and then they are unhappy, that would be awful. I think it's from the start telling them what you want to do and that you want to explain it through their eyes.

And then also, something that we talk about it in the office, is that it's not my film. It's our film that I make with these people. And therefore, if they have suggestions, they are uncomfortable or they whatever (they are unhappy with anything), it's really important that communication we have.

The challenge is that we often don't have a huge amount of time. You know, you are having those conversations but at the same time you need to start filming quite quickly.

How much time did you have for *Wrestling Cholita* and *Making Waves*?

I think I shot *Making Waves* in 3 days. Maybe 4 days. Similarly, with *Wrestling Cholita*. Very short. Because there was no more budget, so it was tight.

You said the person you are making the film about has to be happy at the end. In which ways? How you make everyone happy?

It's difficult to make everyone happy. But it depends on what films you are making. Obviously, if you are doing an investigation, criminals won't be happy about the film. I think something like I've done, a lot of these types of film, when it's about somebody, it's really important that. It's hard because you are trying to make a film that is entertaining... Filmmaking is a bit dishonest because you are cutting films and you are adding music and you are making decisions; you are making creative decisions. You are changing things and you change the story to make the film better. So, there's a bit of dishonesty there. But I think it's important the big story. That it is true. And when the person watches it, says: "Yeah, that is true. That is my life. That is my story." So even if they can see that you changed things around and that's not what they said... all of that is part of filmmaking but it is possible to get people to be happy about what you make about them.

How important is to observe and what have you received by observing? When I say observing I mean that tool of the ethnographic methodology

It's important but it's in a really different way to ethnography. Some people think that you can make films just by watching people and letting it happen... You know, treating it like an ethnography... and sometimes that can be interesting if amazing things happen. But quite often what you end up with is a really boring film. And that nobody will watch. And that's a challenge. If you want people to watch your film, you have to make it interesting and engaging.

Of course, there's a lot of sitting and watching... you are always watching what's happening to little certain conversations and all things that are happening. That's key part to making films but you don't often get that much time to give that.

Filmmaking is often quite quick. Of course, there's a lot of filmmakers that sit and watch a year. A film per year. They do take the time. But my experience is that often you have to act quite quickly. So this sort of the watching, and listening and the communication is quite a quick process.

When do you take your camera out of the bag (when is it appropriate)?

Hahahaha. Definitely not immediately. You have a chat. I would say on average... haha. depends! Definitely half an hour you wanna have a chat with them. Maybe a cup of tea. All that stuff. That's really important, that you don't get there and take your camera out and stick it in their face. Because people, you know, struggle when they have a camera on the face. I mean, I struggle if somebody puts a camera in my face. Even though I work with cameras, I'm always behind the camera. You sort of...you freeze.

When making lunch, for instance, you don't have to speak with them. You just follow, so they get used to having a camera around.

You said you are being a little bit dishonest when you edit the film. How do you keep the subjects' own voice?

How do I make sure if we got their true voices? Well, it's hard. No person has one true voice since you can cut this conversation into any number different ways. Each them would be fair and would be a voice and would be something that I said. But there's a lot of different ways to do it. If you wanna make a film, you are gonna have to make decisions. You are gonna have to cut things out. So, there is... I suppose, again, that idea that you have to make a film that you are not just following everything.

If you make a film about me today, you are going to see lots of things. You can do a 24h film and that would be everything. Or you could cut it up and by making cuts you are making decisions about the film that you want to tell. It's up to you to work out. "Is that a fair reflection of my day?" We have to take things out because there are parts of the interview that doesn't make sense or parts that are not relevant...

Ethnography is different. Can be longer and broader, and wider...

Do you believe in empathy?

Hundred percent. It's so important to feel empathy to watch your subjects. The challenge is that if you feel too much empathy. Because you are dared to do a watchdog. And your job is to make a film, but you are dealing with real people.

In Bangladesh I got very emotional. I founded very difficult at a times... The other film that we made in Irak was difficult because it was a woman that suffered a numerous amount and so it's very hard not to feel too much empathy. I just say "Ok, we have to make this film. To tell the story, to get that story out. And that's the greater good". You have to a times try and be a bit cold about things. It's very important.

It's very difficult not to go "why we make a film? why do we waste time? why not helping them by giving a hand, you know?" But in fact, it's like that: "Okay, if we make the film, we can do good, we can tell this people's stories."

Does your work, then, have an intention?

I have three objectives. One is to do things that I'm proud of. Make good work, good films, that look good and that are emotional and dramatic.

Number two: to do work that makes a difference, that tells people about the world and witnesses issues around the world.

And then the third one is probably to have fun, as well. It's important to have a good time. It's important to me that I'm not miserable when working. Beating people and having fun with the people you are filming with... You have fun, they have fun. And then the film is better. And even in the most horrific situations, people are having fun.

You said it's not only you who make the film, but also the people you are filming with. Do you think that you have your own voice and that you can reflect it in the film?

No. I probably would say: "No, I yet don't have my own voice as a filmmaker" I don't think I'm experienced enough to go and say "that is my sort of film". You know, obviously there's a way that I will work and stuff that I try to use... but no, I don't think I have my own voice.

Are you always working for that, to have your own voice?

No. I'm always working to make better and better things. That's what I want to do. That's my aim rather than finding my voice. The films I've made are different types of films. I've made for promos... There's no one voice through all those, but I was just trying to make the best film as I can.

When I said "your own voice" I wanted to mean your own voice in a film, your own look in *Wresting Cholita*, for example

Oh I see. That it's my opinion in there. Do you mean that?

Not opinion... It's about the way you look at things. Two persons won't look the same way at one thing, you know. You and I can be together in a same place and feel lots of different things. So, you as a filmmaker, also feel emotions. Have you reflected that?

Yes! Of course. Then I have my own voice. In the films I make. Because you are making decisions. When you are on the shoot you are based on your own values, your own sense of the world... you make decisions based on what appeals to you. Expected choices and what you find beautiful and what you find dramatic and what you find emotional. So, yes. These are all based on my own view.

100%. It would be impossible not to have your own voice when you are making a film.

We all have been taught in the first year of university that we have to be objective. What I see is that we must be honest and try to tell the truth. You have also your own voice. You can tell the truth in many ways.

Absolutely. It's the same with filmmaking. This sort of truth that we talk about and then there's your own interpretation of that. That's where it can get tricky. The way that you and I see the world is different, so the films that we make are different. So that can be problematic, I suppose at times...

How you adapt yourself in the environment? How do you deal with cultural differences?

I think it's impossible in most of the places I go to. I'm very tall. I'm very white haha. In Irak everybody is going to look at me. If I'm in Pakistan people will look at me.

What you can do is just be a nice person. And just be warm and friendly and I smile a lot of people and I treat everybody with respect and just try to make people feel comfortable as best as I can.

Of course, if there are local costumes like you must take off your shoes or you must wear hats or whatever, then I can do that as well. But I think the main thing is to be warm and friendly and nice and smile. Smiling gets you a long way.

Do you think that women fit better in specific environments than men can? Will people act different with a man journalist than with a woman journalist?

There's sort of a level of respect that is given to me as a professional man. A lot of the countries I go to are patriarchal and so that is the society. So, it is easier for me to go in and to be authoritative and to ask people for things and to instruct people. That is accepted because I'm a man. Also, because I'm white. There's a lot of white privilege in a lot of places in the world that I experienced. There's no doubt about that. So yes. I think probably certainly in some situations it is beneficial for men.

By people giving you a lot of respect, do you think you get to know the real people?

No. Because of the society, people are more willing to open to women. More willing to show their emotions, to do a lot of different things that they would not do with me.

And how about the language?

If we need translators, we all have translators with us. I think that to get facial expressions and smiling is really good. We have translator, the local producer, for example, but it's amazing how much you can get away with smiling and gesturing... and just being fun.

Do you have to work with the local producer as if you and this person were one?

That's the hope. But they can do a lot of things. When it comes to interviews, yes. Usually I would want to run that interview and I would run the interview. You ask the question. And if the fixer stops and it's he or she who has the conversation, you have to say "listen,

you have to translate what I'm saying". That's a technical issue. You just deal with the fixer.

Do you play any special role in the films you make?

If I go onto the screen? No, I don't.

So, you observe and take the camera out

Yes.

And when did you decide the role you wanted to play in the films you make?

I sometimes direct and I sometimes produce. Those are different roles and you know in films you start as a researcher and then you become an assistant producer and then eventually become a producer and a director. I can work up and then down, you know.

Could you tell me which is your full equipment?

It depends on what shoot it is, what the budget is. So, if it's a small budget, will use a Canon 6D100. Camera with some radio mics and a rage and a tripod to get a nice shot and different lenses for the camera. That's a pretty basic set-up.

For the bigger film then will take a bigger camera that shoots 4K or that shoots super low motion and has amazing lenses with it. And maybe have a sound person with us. The full equipment. Maybe then would be a camera assistant as well... And then you can have a drone and also a dolly so that you can move the camera very slowly. You can have a steady cam... For the big productions we take a lot more stuff.

How many people work in little films and in bigger ones?

Again, it's a budget thing. So, for example an investigation I did, a one hour film, that was three of us. Me, the director; the producer and then the camera operator. But then, based on other films, we were five of us, who are sort of a core crew and then we got the fixer and the helpers. It depends.

Do you think a camera is intrusive?

Yes. Haha. Very intrusive. People find it difficult to relax. Some people can relax immediately and then some people can't. And then you have to work and try to get them intro relax... But yes, it's intrusive.

When do people relax? When does the effect of the camera disappear?

It depends. It completely depends. In some people, it doesn't disappear. You film with them for a week, for example, and still they are nervous with the camera. But there are some people that just immediately ignore it.

So it really does depend.

Have you ever imagined how would it be to tell stories with a pen and a paper instead of a camera?

Hmmmm... I'm not sure. I can't answer that question. I guess... I tell stories to my friends and family without a camera.

Do I write? No. I don't write. I like telling stories with the camera.

Is it that without the camera you could take notes of everything? And instead, with a camera you can't all the time catch everything?

Yes. That's true. But I think that probably more people will want to watch the story with the camera.

If you are asking that without a camera is less intrusive, yes. That's it. You sit there and just watch. To tell the story you write it down. But I'm not sure if many people would want to read that story.

And also, with a camera it's easier to stop gathering information because otherwise without the camera you wouldn't know when to stop?

Yes. Absolutely. And it's sort of a language to filmmaking. You have to follow that structure. Yes. It does give you that structure.

Have you ever felt obsessed with never wanting to stop recording?

That's usually based on nervousness. That you think "have we got enough?" because when you are editing you can't go back and film again, usually. So, no. It's not based on "I just want to capture this all". It's more "I just want to make sure we have enough for the edit". I'm happy. It's nice when you finish filming. You sit there and just watch and hang out with people. Because the film is working and you are focused on making the film.

It could happen that you missed something because you were not recording...

Absolutely. Well, this is the thing. Specially with people, who find it hard to relax in front of the camera. It's amazing. You put the camera down and suddenly they relax and start laughing and joking...And you are like "fuuuck hahaha. Shall I get the camera back up? hahahaha". So yes. That's definitely true. Life happens. There's not that much you can do.

Do you consider yourself as a journalist?

With some of the films, yes. Some of the films I make is definitely journalism. and then some of them are not journalism. I don't describe myself as a journalist, but I think some of the films are definitely journalism.

How do you describe yourself then?

I'm a filmmaker.

And how would you explain it to a little kid?

Hahaha. I would say... I guess... Anything you see on the TV that's what I do. Because it's all the same. Doesn't matter if it's cartoons or news... a lot the process is the same.

But have you ever done fiction?

I'm doing a fiction at the moment, actually. I've done little bit...

A lot of them it's the same. You are telling stories. But with documentaries it's real people and real lives. But you are still telling the story, you know, with the drama you've written it. You are telling stories in the way you want people to understand them and to feel something. Obviously, there's a lot of difference between cartoons and documentaries, but there's a lot that is the same.

But telling people's real stories is entertainment like cartoons?

No. I'm not saying it's the same. Cartoons are funny and a documentary is not, maybe. But what I mean is "storytelling". That doesn't have to be entertainment. These similarities between what's on the TV. Even the sort of cameras you use. So, if I watch the news, I'll be able to think about what cameras did they use and how they shot it and what angle they've done and what they've done with the sound. A lot of these things are the same that I have to deal with. And it's the same with drama.

Obviously, drama is really different to cartoons, very different to documentaries. But if I had to explain it to a little kid, that would be a pretty good place to start. If I'm explaining it to you that's not how I would really explain it hahahaha.

CARLES BOSCH

El que jo tracto és l'ús de l'etnografia en periodisme...

Jo potser faig això que dius tu sense saber-ho. Quan jo vaig estudiar periodisme, no s'estudiava ni televisió. Imagina't. És clar, jo provinc del periodisme. Jo arribo al món del reportatge en un moment en què naixia TV3.

Ja existia el concepte de nou periodisme aplicat a la premsa escrita, que és el que us han ensenyat. I ara estic ensenyant classes a gent que no ha estudiat periodisme (que són antropòlegs o que són gent que dirigeix ficció però que vol fer documentals) i volen aprendre la meua forma de fer documentals. Tenint en compte que la meua prové del periodisme.

Hi ha altres documentals, que ara estan més de moda, que es allò que diuen "documental de creació" tipus la Neus Ballús...Que està al limit entre la realitat i ficció. T'explica una història que és real amb personatges que no són realitat. És clar, els que provenim del periodisme això ens ho mirem una mica com "ei, per què li diem a això documental?"

La paraula documental s'associa més "realitat" (amb tècniques més o menys treballades, amb unes músiques, amb un *travelling*, o amb no sé què...). Però la noció de "realitat" és sagrada. I, en canvi, ara, en el món del documental, s'accepta quelcom híbrid. Per exemple, ara estan premiant molt un documental que es diu "La vida de los otros" i estan sortint informacions molt bèsties sobre el guió... No podem enganyar! Flaco favor li estem fent al periodisme.

En el món del Nou Periodisme escrit, quan els escriptors s'adonen que la gent ja no està llegint els diaris convencionals, es plantegen com algú que no és tan fan d'allò que s'està explicant s'empassi la informació, que la disfruti. Això és el que es va provocar amb el periodisme, aquella construcció de personatges que fa que acabis aprenent de coses que mai a la vida hauries volgut llegir-te ni mitja línia.

Però en el món de la TV no s'havia fet.

No s'havia fet, dius. A Catalunya?

S'estava fent molt poc en el món audiovisual. S'estava fent quant a cinema documental. Però les televisions, inclús les nord-americanes, pel que fa als conceptes periodístics...

Primer, jo penso que el cinema documental neix sobretot en aquells països on la TV és tan comercial que no passaran aquest tipus d'històries. I si les passen, ho faran en una mena de programa específic.

El nou periodisme és evitar l'informe. Posar suau la informació, fer que l'espectador la gaudeixi.

Nosaltres sense saber-ho vam apostar per un format que era Nou Periodisme aplicat a la televisió (parlant de quan van fundar *30 Minuts*), aplicat al reportatge.

Quina intenció té la teva feina?

Més d'una. I sempre has de saber què és el que et proposes —que tot depèn, depèn de quina és la teva obligació o la teva voluntat— .

Hi ha algun objectiu bàsic que et proposis sempre?

Sí. M'agradaria que els que saben molt d'aquell tema no se sentin decebuts. Però els que no tenen ni idea d'aquest tema, aprenguin d'aquest tema. D'aquesta manera, el llistó que et marques és el més alt.

Quan vaig fer *Bicicleta, cullera, poma*, tenia a la meua tauleta de nit un munt de llibres. En realitat allò era una pel·lícula de divulgació, però per a tothom. Jo havia d'aprendre tot per després saber quines eren les coses bàsiques que havia d'explicar.

I també em proposo passar-m'ho bé.

A vegades, als meus alumnes els dic que siguin sincers, preferiran una pel·lícula de ficció que no pas un documental. Estem acostumats a mirar ficció. A que ens expliquin històries. I a explicar nosaltres històries.

Hi ha unes tècniques, que ja sé que s'estudien, i que hi ha cursos de narrativa i de guió. Però per a mi explicar històries és quelcom tan natural... Tots ho fem, cada dia.

En David Vidal a les seves classes de Periodisme Cultural ens va ensenyar a com arribar tard a l'escena

Això li vaig explicar jo. Li va agradar molt.

Hi ha la tècnica aquesta que la història comença amb un moment que de primeres no entens però a mesura que vas coneixent més, ja saps de què va la cosa. I de la mateixa forma, no has d'acabar. Has de sortir abans de l'escena, també.

I pots entrar tard de moltes maneres

Sí. El que has de tenir clar és que la seqüència ja ha servit pel que havia de servir.

Seguim amb els objectius que tens a l'hora de fer documentals

Un cop tinc la forma, de seguida m'enamoro del tema. Quan la forma t'agrada i és tan atractiva i tan nova per a tu, no deixa de ser un repte.

Però jo no ho faig perquè sigui un repte per a mi, sinó per a que l'espectador s'empassi alguna cosa que consideri que és avorrida...

Això enganxarà a la gent i, a més, jo gaudiré.

Com planifiques el teu treball de camp?

Jo sóc molt poc de planificar... A mi em costa molt trobar un tema que m'agradi. Perquè com m'hi evoco tant, ja que m'hi evoco tant (fins al punt de convertir-se en una obsessió), és com tenir nòvia. *Es que me voy a casar con eso. No será un lío. Es que será mi pareja.* M'ho he de repensar molt. Veig passar a 80.000 persones per davant fins que un dia...PLAF!

El meu taller, de fet, es diu *Decidir sobre la marcha (cosas que aprendí mientras rodaba)*, que és el que realment fem els periodistes. I què es el que és bo a *Balseros*? Que l'espectador durant la primera part, aprenent al mateix temps que els protagonistes de la història també ho fan.

Tots sabem explicar coses. Li hem de perdre la por a aquesta professió. Tots expliquem. La realitat et regalarà una cosa darrere l'altre. I tu has de decidir. No és una professió tan difícil si saps explicar -perquè jo sense haver estudiat ni televisió ni cinema vaig fer *Balseros*.

Com va sorgir *Balseros*?

Amb *Balseros* jo m'havia guardat tres *Trenta minuts* i imatges d'arxiu. *Balseros* és un cavall salvatge que podràs dominar en certs moments i en d'altres, no. Dependrà de mil coses.

Totes les meves pel·lícules, menys *Petitot*, són pel·lícules corals. És una tècnica molt del *30 Minuts* i del Nou Periodisme. Tu expliques una història que toca a milions de persones i que tenen el mateix objectiu. Si no, no és una pel·lícula coral; és una pel·lícula amb molts protagonistes. Tots aspiren al mateix, tot i que cadascú ha de tenir una motivació una mica diferent a la de l'altre perquè sinó estàs perdent minuts.

I t'has de plantejar el format segons el pressupost que tindràs....

Si tu decideixes que explicaràs un tema, però explicaràs una història, partint de la base que a la gent li agraden més les històries, els personatges, quina cronologia et marques?

Amb una pel·lícula de ficció, rodaran durant X temps i potser expliquen que és un segle...

En canvi, en el cinema documental, per a explicar una història, la cronologia serveix per marcar una línia, que no vol dir que sigui l'única línia estructural. Jo tinc reportatges fets pel 30 minuts en què no hi ha una cronologia. Si no tens una cronologia, has de buscar alguna altra cosa.

A *Septiembre*, per exemple, la cronologia queda clara. Des del moment en què vaig saber que faria la pel·lícula ja sabia quan havia de ser el meu final: al setembre.

Per a mi també és bastant fonamental el fet que l'espectador d'una pel·lícula documental o de ficció té dret a que tu li proposis què li oferiràs. D'entrada, potser, em dedico més a descobreir el paisatge, o alguna cosa que m'ha cridat l'atenció, que després acabarà sent fonamental...I com a espectador, vols continuar no només perquè t'està agradant, sinó perquè t'han marcat un camí. Inclús amb una novel·la, te'l marquen. I és important, també, que qui veu el film intueixi quan arriba el desenllaç.

La putada, però, de les històries que produeixo és el temps. Amb *Septiembre* necessitava mínim un any de rodatge i havia de calcular els diners. *Jo perdo diners amb les meves pel·lícules*. No hi ha productors disposats a passar-se tant de temps de rodatge. I, a part, surt molt car.

Com decideixes els temes que tractes?

Que t'expliqui el David com va ser amb *Petit*. Jo al Petit el coneixia i em va trucar i em va dir que uns nois joves l'havien entrevistat i que havien fet un curtmetratge, que li agradaria que jo opinés sobre allò. Hi vaig anar. Van fer un projecte que es deia *Roba estesa*. En acabar la projecció, els vaig dir: "Tios, això és una pel·lícula!" Al cap de dos mesos, els vaig trucar preguntant-los si s'havien animat. Em van dir: "No, si no sabem...". I els vaig dir: "Bueno, jo estic ara sense cap projecte. Som-hi?"

M'agrada molt treballar amb gent sense experiència perquè aporten altres coses. I la Sofia, a més, va demostrar un grau d'aprenentatge bestial. Jo me l'he agafada com a mà dreta meva. Va aprendre de seguida què és una escena, què és una seqüència, per què serveix això, aquests conceptes de "coral", "col·lectiu"...

L'origen de *Septiembre* és que vaig anar a Soto del Real a fer un passe de *Balseros*. I més endavant, des de la presó em van trucar i em van demanar si podia filmar alguns presos que participaven en un concurs musical, que els ho volien ensenyar a les seves famílies. Vaig anar i vaig filmar. I també se'm va ocórrer que dediquessin unes paraules a les famílies. Amb el que va dir un d'ells, és quan vaig decidir que d'això faria una pel·lícula.

Un dia et trobes amb una realitat que dius "hòstia, això es molt bo". La idea és rebre alguna cosa que mai abans havies rebut...

A *Septiembre* els protagonistes de les històries accedeixen a que tu gravis moments íntims, sabent que en aquell moment alguns membres de les seves famílies no saben que estan a la presó

L'àvia no va veure la pel·lícula. I l'altre sabia que estava esperant sent enviat a l'Argentina...

Jo no hauria fet mai aquesta pel·lícula si no em donen el vistiplau. De fet, vaig perdre un protagonista que al cap de dos o tres dies s'ho va repensar i no va voler. Perquè pertenyia a un càrtel. Era mexicà. O la parella de l'Argentí, per exemple, que no volia que sortís la seva cara.

I hi ha converses que són molt íntimes

Un cop ells accepten...

A *Balseros*, per exemple, hi ha un moment en què les dues germanes parlen. Al final de la pel·lícula. Una d'elles em va dir, siusplau, que allò no sortís enregistrat. El que vam fer va ser gravar-les des de l'altra banda del vidre i vam posar la veu en off d'una de les germanes. La veu en off que ella sí que va accedir a explicar-nos, és clar.

En aquell moment, no calia la càmera. Que no tot hagi de ser tant explícit...Una pel·lícula et permet construir uns personatges. Arriba un moment en què ja saps molt d'ells.

Creus en la funció social del periodisme?

Sí. Quan estava a Sarajevo vaig fer un documental que va funcionar molt bé. De fet, aquí hi havia tots els dilluns manifestacions a la Plaça Sant Jaume demanant als dirigents més implicacions en la guerra de Bòsnia. Allò va ser el germen d'aquesta Barcelona o

Catalunya implicada en la lluita contra la guerra, on la societat civil es va adonar de la injustícia del món. Va haver-hi un despertar molt important.

Doncs l'endemà d'aquest reportatge la Plaça a tope de gent per la solidaritat per Bòsnia.

Un cop que em van entrevistar sobre la guerra de Bòsnia, em van preguntar després de l'èxit d'aquest documental, quin anava a fer. Jo ja no volia fer cap reportatge més sobre Bòsnia, volia que em donessin un micròfon i pogués cridar. Arribava un moment que no sabíem què més fer i ens preguntàvem: "Enviem un equip a Irak?" No. El que havíem de fer era enviar una metralladora al *Pentàgono!*

O fent reportatges (ja no del desastre, perquè ja el sabem)...anem a explicar l'origen. Si realment hem de ser útils, explicar la conseqüència ja no servia. Ja estàvem tots prou sensibilitzats. Com jo no sé fer aquest periodisme d'investigació perquè jo no tinc contactes a la Casa Blanca ni res, vam intentar parlar amb la BBC (sempre hi ha gent que està millor situada per poder explicar les coses). I jo sentiria molt la frustració de fer periodisme que no servís per a alguna cosa. Pel contrari jo no em dedicaria això. No sabia fer, per exemple, el periodisme en benefici d'empreses... Un cap de premsa no és un periodista. És el anti periodista. Entenc que hi ha periodistes que no tenen feina, però...

Llegir molt i conèixer món és important. Ofereix un sisè sentit per saber si te'n pots confiar de les persones o no.

I què me'n dius dels periodistes que es fan passar per algú per investigar i treure a la llum algunes realitats?

Tinc un amic que coneix un home que es va infiltrar en el Ku Klux Klan perquè estava fent un llibre. Vivia a la seva ciutat i feia veure que n'era membre. És molt fort i molt delicat.

Jo ara em trec el barret amb els que fan perillar la seva vida fent periodisme. Jo faig cinema documental...ja me l'he jugat.

I on queda el periodisme d'investigació?

Depenent de què és periodisme d'investigació

Què és periodisme d'investigació per a tu, doncs?

Mai m'he dedicat al periodisme de dades. I m'hi trec el barret. No tinc la paciència del periodista d'investigació. Jo quan trobo una història, començo a rodar l'endemà. No puc estar-me sis mesos investigant sobre un tema i després anar a rodar... Jo ja vull viure aquella història!

El periodisme d'investigació de descobrir merdes, és descobrir una corrupció i... Jo no faig això.

El periodisme que jo faig és el plaer de viure una cosa sumat amb una altra: el plaer d'explicar-la.

Creus en l'empatia?

No m'ho he plantejat mai. El que està clar és que tu de cop i volta veus que connectes amb aquella gent. No sóc deshonest per aconseguir parlar amb qui vull parlar. No és una qüestió d'empatia, és una mica la professió. Jo puc ser cada vegada menys sociable, però en canvi quan treballo sóc sociable.

Dins l'equip m'agrada que el productor a vegades m'estalviï processos i em pugui evadir una mica.

Jo procuro mantenir una certa distància amb els protagonistes de la història. I ho recomano. S'ha d'estar molt a sobre, formar part d'ells, però s'ha de mantenir la capacitat de mirar-t'ho des de fora, en paral·lel a l'altre.

Aquest rol que prens, l'has decidit amb l'experiència, oi?

Sí. Segons quina és la història que estàs explicant, aquella gent et necessita tant...que tu també necessites el teu espai. Nosaltres no podem influir més del compte. No tenim dret. El periodista no ha de generar les històries. I hi ha algun moment en què igual t'acaben demanant consell. I tu qui ets per donar-lo?

I com era el teu dia a dia amb *Septiembre*, per exemple? Perquè era Madrid...

Jo m'hi vaig traslladar. Al cap d'un setmana de saber que volia fer la pel·lícula, estava a Madrid buscant-me apartament.

Per a mi és fonamental que els membres de l'equip de rodatge tinguin un espai individual propi. Perquè passen tantes hores junts...

La teva vida social s'atura quan estàs en un projecte com *Septiembre*?

Sí. T'hi involucres tant... T'has anat a viure a un lloc perquè expliques allò. Però tu segueixes sent tu. I necessites també la teva distància per pensar què és el que estàs rodant, si ho estàs fent bé o no.

Un altre consell meu és no mirar-se mai el material rodat immediatament, que cadascú se'n vagi a casa seva, prengui una dutxa i, ja si de cas, quedar amb la resta de l'equip per mirar-se les imatges.

Tornem a ser els que ho explicarem des de fora.

Quantes persones acostumes a tenir en un equip?

Depèn. Amb *Balseros* érem un càmera i jo, que és el que signa com a codirector. I va guanyar l'*Emy* per aquesta pel·lícula.

Per rodar una pel·lícula, t'has d'oblidar d'altres coses.

Un equip ideal és que a més hi hagi un productor de camp. Qui gestiona els permisos, o qui parla amb l'empresa de lloguer de focus, etc.

S'ha de generar la confiança

Sí, amb tot l'equip.

S'adonen que nosaltres som els últims que quedem fins al final, que acabem recollint els cables, que no és un súper glamour...! Que els acompanyem a un lloc o a un altre... Hem vist com dormen...

Amb una càmera pots arribar a viure el mateix que amb un paper i un bolígraf?

Sí...I, en canvi, s'adonen que l'esforç és superior i això també ho valoren. Valoren l'esforç de l'equip.

I no es produeix un efecte contraproductent amb la presència de la càmera?

No. Veuen que som gent senzilla. A mi em veuen un tio normal. I això és fonamental.

Quan saps que ja tens la història, que ja l'has acabat? On està el límit?

De vegades el límit no és "ja tinc la història". Sinó que no tinc més remei que començar a dir-li adéu a la història. Perquè està començant l'any, s'acosta setembre (en el cas de *Septiembre*).

A vegades, tens la història perquè ja tens el final. Per exemple, tens la història que va d'un punt a un altre. I per arribar al punt final, hi ha un arc narratiu que has d'explicar, el que hem comentat al principi.

Si haguessis d'explicar la teva professió a un nen petit, com ho faries?

De quants anys? jaja.

Els diria "Papi se dedica a ir por el mundo oliendo, escuchando... y de repente hay alguna cosita de estas que a ti también te hacen gracia...pues a Papá también hay cosas que le hacen gracia y pienso que es muy divertido. Entonces, me quedo un tiempo ahí, lo miro y luego, como yo era el único que estaba ahí, lo que quiero es que la gente vea lo que yo estaba haciendo...Estas cosas que te explica Papá a veces, pues algunas de estas cosas yo se las explico a la gente. ¡Y encima me pagan!".

És el plaer doble que dèiem abans.

Qualsevol persona és un personatge. I un cop les persones són personatges, no oblidis que aquests personatges són persones. Tracta-la, pregunta-li com si fos una persona...!

EILEEN TRUAX

¿Cómo planificas tu trabajo de campo?

Hay mucho trabajo previo para encontrar la historia o la escena que te va a servir

Tienes que evaluar, depende del tema, pero sobre todo aquellos temas que involucran víctimas de violencia y vulneración de derechos humanos... Siempre que hablamos de pobreza, hay que pensar en abordar la historia de una manera digna para el entrevistado y no revictimizar a la persona.

Hay muchas maneras de revictimizar al entrevistado: preguntar demasiado y concretamente esperando la respuesta que quieres obtener. Es mejor una respuesta abierta y la persona fluye fluye.... Incluso si te dice muchos detalles, tú con la cabeza fría has de ver qué te sirve y qué no te sirve.

En el caso de niños, trato de no entrevistar a niños muy pequeños cuando la situación es de violencia o de vulneración de derechos humanos. Nunca pongo apellidos ni rostros de niños. Siempre intento que hablen los padres y tal.

Para llegar a ese punto, tienes que caminar mucho.

De una historia pasas a otra... siempre tener claro que tú vas a ver qué hay y que en el momento en el que sientas que tienes lo que necesitas, puede ser que haya algo más adelante. Mientras más tiempo estés, más conectas con las personas. Y eso tiene que ver con la figura del etnógrafo: hay un momento en el que la gente empieza a actuar más cómoda.

Luego, es muy importante conocer el lugar, hacer la tarea siempre. No puedes llegar a un lugar sin saber qué se ha hecho ahí antes, qué sucede ahí y todos los datos que puedas imaginar. El periodismo es eso, pero sobre todo en periodismo narrativo es fundamental subirte en los hombros de los demás, en los que ya han hecho algo, para poder seguir creciendo.

Siguiendo con los pasos para planificar mi trabajo de campo, procedo con el mayor valor que tiene el periodismo narrativo para mí. Nosotros funcionamos a partir de imágenes en el cerebro. El mismo periodismo narrativo nos sirve para convertir informaciones que no conocemos a las que sí, a partir de asociaciones con hechos y/o realidades que ya nos eran familiares antes. Así la audiencia no ha de crear desde cero. Es la idea de construir escenas echando mano de otros recursos hechos. Ya me lo decía Diego Fonseca: “Tienes que poner particular atención en esos detalles que te van a permitir conectar con el archivo de memoria que tiene tu audiencia para hacer que se enganchen a tu historia.”

¿Cómo te imaginas trasladar esto que explicas al vídeo?

Buf. Yo encuentro la potencia del texto inigualable. Sí que es verdad que el formato audiovisual te permite captar planos detalle de manos, pies... Y se crea el ambiente y logras recrear las escenas. Se requiere mucha habilidad. En mi experiencia, a mí me funciona mejor cuando soy yo que hago la entrevista, hago el guion y edito.

Cuando hago vídeo o audio, trato de llevar el equipo más pequeño posible: una cámara muy pequeña y tengo un monopie. Trato de ser lo menos intrusiva posible. Siempre que pones la cámara generas un muro con los sujetos a los que entrevistas...

Con el texto se consigue más. Incluso si tú ves un vídeo del lugar, con mucho detalle, no sabes qué se oía exactamente. Y nunca vas a saber cómo huele y cómo se siente. El olfato y el tacto son los que te hacen sentir que estabas ahí. Un olor te puede traer más sensaciones que una imagen. Entonces, si tú le dices a tu audiencia a qué huele, por

ejemplo, tendrá la sensación de vivir lo que explicas. Yo grabo con mi teléfono audio. Son recursos que me sirven para crear las escenas. Hay un montón de detalles.

Y también transmitir lo que tú sentiste en ese momento creo que es importante. Aunque sé que hay gente que se opone a la primera persona, soy fan de este tipo de narración cuando has estado en situaciones extraordinarias. Ayuda a dar el contexto de cómo es el pueblo para crear las escenas.

Hay que ir con la mente pensando en la estructura narrativa, y no solo en lo que dice la persona. Cuando grabas en vídeo, tienes la posibilidad de dejar correr el audio. Y obligas a la persona a escuchar. Si tú dejas imágenes fijas, obligas a la gente a escuchar.

Cuando regresas de un rodaje, te sientas, ves tu material y decides qué vas a hacer y cómo lo vas a hacer.

Sin duda me quedo con el texto. El texto te permite jugar con las imágenes que la gente ya trae en su cabeza. Juega con la experiencia personal del individuo. Esto que está pasando en Shanghái conmueva a esa persona y lo motive a la acción.

El vídeo les lleva imágenes a la cabeza. Requiere de un talento diferente.

Parece que se consume más vídeo que texto...

Un largometraje tiene mayor alcance que un libro. Sabemos cuál es el alcance de la imagen, absolutamente.

El vídeo para *breaking news* funciona muy bien, pero la gente no quiere ver una hora de documental jajajaja.

Y a parte el vídeo restringe a la audiencia al cuadro de enfoque que el cámara decide. Más que al criterio de selección, me refiero a que, por ejemplo, en un documental no puedes sentir el polvo del desierto en la boca.

La pieza narrativa es el platillo especial del periodismo. Y no lo entiendo de otra manera. Cocinado de otra manera. Y no lo va a comer todo el mundo.

Para mí solo hay dos tipos de periodismo: bueno y malo. ¡Es periodismo!!! ¡Solo que hay distintas facetas!!!!

El objetivo principal es informar y también llevar a la acción a la población.

Así pues, ¿crees en la función social del periodismo?

Como periodista siempre lo que tratas es contar (detectar lo *wrong*). Incluso en los eventos institucionales, estás atento a ver qué es lo inusual ahí. Y eso es lo que tú aportas.

En mi caso, lo que trato es presentar un ángulo que no se está contando en ese momento. Eso del periodismo objetivo es una falacia. Yo lo veo como que lo que reportamos está en el centro y los periodistas estamos alrededor del hecho. Tú estás de un lado, y desde ahí ves una cosa. Pero no ves todo completo.

Las dos podemos decir la verdad sobre el hecho, pero no necesariamente vamos a contar lo mismo. Lo que da riqueza a las audiencias es distintos ángulos para que ellos creen sus propias conclusiones. Yo he tratado aportar para que el panorama para las audiencias sea más amplio. Siempre sumarse, complementarse, a lo de los demás...

No hago *breaking* porque eso ya está cubierto. No voy a aportar nada nuevo.

¿Es el periodismo una herramienta para el cambio social?

Sí, por supuesto, creo en el periodismo como herramienta de cambio social. No creo que podamos cambiar el mundo. Pero sí creo que cambiamos a las personas. Y las personas cambian el mundo. Logras ampliar el espectro y la comprensión que tiene la gente de los fenómenos y, entonces, induces a la gente a actuar. El periodismo es parte fundamental de la resistencia. Si no avanzamos, estamos ayudando a retroceder.

Recuperando lo que decías al principio, sobre los pasos que sigues para llevar a cabo el trabajo de campo, ¿cómo eliges el sitio en el que investigarás?

El tema se desarrolla específicamente en algunos lugares. Cuando sabes de lo que vas a hablar, ahí empiezas a encontrar cuál sería el mejor lugar. Bien porque sea una zona que no se ha cubierto o porque conoces a alguien que está allí...

Cuando sales a hacer trabajo de campo, ¿cómo sabes que la gente te está diciendo la verdad?

Realmente a veces “no importa”. Pero yo trato de protegerme lo más posible. ¿Cuántas patas necesita una mesa para sostenerse? Tres. No hay una mesa con dos patas. Y eso es lo menos que necesitas para sostener una información también. Una de las patas es lo que te dice una persona sobre ella, otra lo que te corrobora una segunda persona que lo que te ha dicho la primera es cierto y la última, lo que tú hayas recogido de información. Yo solamente trabajo cuando tengo las 3 cosas. Y por eso, trabajo mucho con familias.

¿Crees en la empatía?

Absolutamente. Sí. Es la empatía la que te lleva a escoger la historia que vas a hacer. Esa subjetividad está relacionada con la empatía. Tienes que ser muy honesto cuando decides que no vas a cubrir.

¿Con esa empatía y con esa subjetividad una empieza a construir su mirada?

En mi caso, además de tratar de reconstruir escenas y personajes, yo creo que yo he tratado de poner los ojos en el ciclo completo de la migración. En el caso particular de la migración, la información está hiper fragmentada. Solo nos fijamos en el movimiento migratorio. Pero es una parte muy pequeña en todo el ciclo migratorio. Yo he tratado de concentrar la mirada en estas partes de las que casi no hablamos: ¿qué pasa después? Entender cuál es el proceso posterior de inmigración...

¿Cómo le explicarías a una niña pequeña tu profesión?

Yo creo que siempre trato de describir el oficio como un privilegio. Tienes el privilegio de ir a presenciar cosas que otros no pueden y la obligación de contar. Estás ahí para los que no estás ahí. Somos sus ojos y sus oídos. Tu responsabilidad es enorme.

Es un asiento en primera fila en la construcción de la historia. Tener ese privilegio y no quedártelo para ti. Y llevárselo a los demás.

Cessió Entrevistes i Opinions Harri Grace

Transfer of rights for the End of Degree Project to reproduce totally or partially the opinions, ideas and considerations gathered in an interview or opinion form.

Me, Harri Grace

With ID [of the person who has been interviewed]

I note:

- *That I authorize that my opinions and considerations collected through an interview assigned to: [Andrea Vargas Torrentó] with ID: [48032400M] and that it has as objective the elaboration of the End of Degree Work being reproduced partially or totally in the work.*

- *That, in case of having any intellectual property right over the interview, I assign [Andrea Vargas Torrentó] with ID: [48032400M] all exploitation rights over them, with non-exclusive character, in all types of exploitation, for everyone and for all the time of its duration.*

- *That I know that the End of Degree Project is subject to public communication through the UAB Digital Repository of Documents (DDD) <http://ddd.uab.cat> or any other means that the UAB deems appropriate.*

And for the record I sign the present,



Cessió Entrevistes i Opinions Carles Bosch

Cessió de drets per al Treball de l'final de Grau per a reproduir total o parcialment les opinions, idees i consideracions recollides en una entrevista o formulari d'opinió.

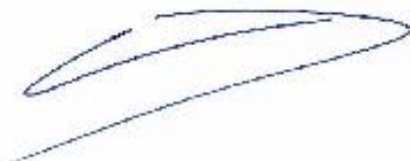
Jo, *Carles Bosch Ariso*

Amb DNI *46211167-G*

Faig constar:

- *Que autoritzo que les meves opinions i consideracions recollides mitjançant entrevista cedida a: [Andrea Vargas Torrentó] amb DNI: [48032400M] i que té com a objectiu l'elaboració del Treball de Fi de Grau siguin reproduïdes parcialment o totalment en el treball.*
- *Que, en cas de tenir algun dret de propietat intel·lectual sobre l'entrevista, cedeixo a [Andrea Vargas Torrentó] amb DNI: [48032400M] tots els drets d'exploració sobre els mateixos, amb caràcter de no exclusivitat, en totes les modalitats d'exploració, per a tot el món i per tot el temps de la seva durada.*
- *Que coneix que el Treball de Fi de Grau és susceptible de fer-se'n comunicació pública a través del Dipòsit Digital de Documents de la UAB (DDD) <http://ddd.uab.cat> o qualsevol altre mitjà que la UAB cregui adient.*

I perquè així consti signo la present,



Cessió Entrevistes i Opinions Eileen Truax

Cesión de derechos para el Trabajo de Fin de Grado para reproducir total o parcialmente las opiniones, ideas y consideraciones recogidas en una entrevista o formulario de opinión.

Yo, Eileen Truax

Con pasaporte USA 522058458

Hago constar:

- *Que autorizo que mis opiniones y consideraciones recogidas mediante entrevista cedida a: [Andrea Vargas Torrentó] con DNI: [48032400M] y que tiene como objetivo la elaboración del Trabajo de Fin de Grado sean reproducidas parcial o totalmente en el trabajo.*
- *Que, en caso de tener algún derecho de propiedad intelectual sobre la entrevista, cedo a [Andrea Vargas Torrentó] con DNI: [48032400M] todos los derechos de explotación sobre los mismos, con carácter de no exclusividad, en todas las modalidades de explotación, para todo el mundo y por todo el tiempo de su duración.*
- *Que conozco que el Trabajo de Fin de Grado es susceptible de hacerse comunicación pública a través del Depósito Digital de Documentos de la UAB (DDD) <http://ddd.uab.cat> o cualquier otro medio que la UAB crea adecuado.*

Y para que conste firmo la presente,



Eileen Truax

Mayo 26, 2019

