

OPINIÓ PÚBLICA I VERITAT



Lluís Foix

OPINIÓ PÚBLICA I VERITAT

Lluís Foix

© del text, l'autor
© de l'edició, IEI
1a edició, abril de 2005

EDITA: Institut d'Estudis Ilerdencs
Fundació Pública de la Diputació de Lleida
Plaça de la Catedral s/n, 25002 Lleida
Tel.: 973/27 15 00; fax: 973/27 45 38
e-mail: fpiei@diputaciolleida.es / <http://www.fpiei.es>

COMPOSICIÓ I MAQUETACIÓ: Servei de Publicacions IEI
IMPRESSIÓ: Arts Gràfiques Bobalà, SL
ENQUADERNACIÓ: Fontanet

ISBN: 84-89943-82-6
Dipòsit legal: L-69-2005

OPINIÓ PÚBLICA I VERITAT

Lluís Foix

Lliçó inaugural de
l'Institut de Recerca i Estudis Religiosos (IREL)
Curs 2004-2005

13

A totes les redaccions dels diaris, als estudis de ràdio i als platós de les televisions hi pengen cartells subtils, invisibles, que no hi són físicament però tothom sap de la seva existència. Són els cartells del políticament correcte, del que es pot dir i del que no es pot dir, els cartells de les conveniències de les empreses, dels directors, dels mateixos periodistes o de qualsevol altra procedència ideològica o cultural.

Vull començar amb aquesta consideració perquè val la pena que sapiguem que les fàbriques de notícies i d'opinions no són laboratoris de perfecció. Dit d'una altra manera, el periodisme en el seu conjunt no sempre coincideix amb la veritat. Moltes vegades perquè la veritat no la sabem o simplement perquè no coneixem tots els elements per atrapar-la i transmetre-la al gran públic. També perquè a vegades és fatigant sortir-se del camí del políticament correcte. Em deia el malaurat cardenal Jubany, quan ja estava jubilat i reflexionava tranquil·lament a la seva residència als peus de Collserola, que “el que no ho sap tot no sap res”.

Tenia raó. El periodista ha de saber que percep només una part de la veritat que a vegades s'amaga tota sencera en factors i en dades desconegudes. Per això pensó que una de les qualitats més apreciades d'un informador o d'un creador d'opinió és la de la modèstia o la humilitat que el fan conscient que transmet notícies o parers tal com els veu en un moment determinat i que els pot modificar sempre que apareguin noves dades que obliguin a fer-li canviar el seu discurs. Aquesta actitud, tant èticament com professionalment, és el que es podria definir com l'honestedat. El gran periodista Indro Montanelli ho deia de forma simple i una mica exagerada dient de si mateix que havia intentat, en el curs de la seva llarga vida professional, explicar a la gent el que ell moltes vegades no entenia.

Un director del *The Times*, de Londres, William Rees-Mog, deia en una editorial al seu diari fa molts anys que un periodista ha d'estar obert a tots els punts de vista, cosa que no significa que sigui indiferent a totes les actituds. Un periodista ha de ser un fidel transmissor de fets, declaracions i comentaris. Però és més que tot això. Ha de saber també posar tota la

massa informativa al seu abast al nivell de l'ètica professional i als codis de conducta que són norma general en qualsevol ofici.

Fer apologia de la trampa, del mal, del terrorisme o de l'engany seria un mal servei a la societat i a l'opinió pública. No cal dir que ho ha d'explicar i comentar tot, amb pèls i senyals, però sabent que hi ha uns límits que no es poden traspasar. Un d'ells és la mentida o, encara el que és pitjor, les mitges veritats. Quantes opinions es formen a partir de veritats a mitges!

El periodista i els mitjans de comunicació han d'esbrinar què passa i explicar-ho. No fer que les coses passin per fer una informació lluïda que mereixi els més elogiosos comentaris. Són els poders públics els que han de prendre actituds que modifiquin les accions que van en contra de les lleis establertes. El bon periodisme no ha de fer caure presidents ni canviar règims. S'ha de limitar a exercir la llibertat explicant el que veu perquè així molt freqüentment millorarà la vida ordinària dels ciutadans, tant dels importants com dels que no ho són tant.

Deia Ortega y Gasset, un pensador que escrivia molt bé i que va tenir una gran influència al nostre país a la primera meitat del segle passat, que dels periodistes depèn tot el que ens passarà. Eliminïn radicalment de les seves columnes, deia, la frivolitat, la lleugeresa, tota lleugeresa, tota informació inexacta i, per damunt de tot, el desordre. Demostrin que saben contribuir a la gegantina tasca d'edificar la nova societat.

No cal dir que el periodista ha de ser una persona formada. Ha de saber història, filosofia, literatura i art, i ha de conèixer altres cultures i altres formes de veure les coses. El periodista polonès, Rudyard Kipling, gran viatger i subtil observador de la vida de la gent normal en situacions extremes, diu que estem en una situació en què els mitjans ja no observen el que passa sinó que participen en els fets. I els manipulen amb les seves mentides i les seves informacions incertes. Hem de saber, diu, que els mitjans també participen del capital financer, al qual gens li preocupa l'ètica periodística i només s'afanya en guanyar diners i tenir beneficis.

EL PAPER DE LES EMPRESES

Aquesta prioritat dels negocis en el periodisme és una realitat que s'ha imposat arreu del món democràtic i lliure en el que els comptes de resultats són una absoluta prioritat. És el món del capitalisme sense fre que, quan entra en el camp de la informació, pot arribar a ser èticament deplorable. Els diaris, les ràdios i les televisions han de ser rendibles. Naturalment que sí. Però no a costa de disminuir la seva qualitat o el seu objectiu fonamental, que ha de ser el de servir a la veritat per poder formar una opinió pública contrastada.

El que fou director del *The New York Times*, Leonard Downie, explica en un lúcid llibre, *American Journalism in Peril*, que en el moment en què molts directors de diaris americans van ser contractats amb la condició de millorar el compte d'exploració participant directament en els beneficis es va donar un salt molt perillós per la llibertat de premsa als Estats Units. Per obtenir més beneficis, el més adient hauria estat oferir un producte millor i guanyar més lectors.

Contràriament, molts van recórrer a l'opció més fàcil, que consisteix en retallar despeses i així millorar els resultats. I allí on es podia reduir més és en els sous dels periodistes i en l'acomiadament d'aquells que més cobraven per tenir una experiència més sòlida i, per tant, eren més apreciats pels lectors. El resultat ha estat que molts productes s'han anat aprimant, ja no es viatja tant, ja no cal contractar els millors i es pot reclutar becaris a baix preu que poden fer la feina pensant que l'audiència no ho notarà. I tant que ho nota.

Les grans cadenes de la comunicació als Estats Units són propietàries del vuitanta per cent dels diaris. Són cadenes que tracten la massa crítica de la informació i de la opinió com un gran negoci, no com una empresa periodística clàssica. Els editors que fins fa molt poc es reunien amb els periodistes encoratjant-los per fer un millor diari, ara dediquen la major part del seu temps a reunions amb els executius de les empreses per tal d'organitzar campanyes de màrqueting i per veure com poden retallar els costos. És ben curiós que aquests directors de grans diaris americans són

a la vegada presidents o vicepresidents de les companyies i, com a grans milionaris que són, les seves compensacions ja no són el prestigi del seu producte sinó les retribucions personals que depenen directament dels beneficis que dóna el producte.

Això passa a Amèrica, però també a Europa. En nom de la globalització, s'han anat amuntgant mitjans de comunicació que nodreixen les diferents unitats d'un negoci general i més ampli. No parlaré de la situació concreta al nostre país per una raó molt senzilla. Porto gairebé quaranta anys en la professió, i sempre he treballat pel mateix amo, que naturalment no és propietari només de *La Vanguardia* sinó que, seguint el corrent establert, també és editor de diversos productes periodístics en format paper, ràdio, televisió i Internet, que és on ara treballo.

LA SITUACIÓ AL NOSTRE PAÍS

Però sí que els hi diré que la situació dels mitjans a Catalunya i a Espanya passa per l'aglomeració de centres d'informació i d'opinió que estan dirigits i són propietat de molts pocs grups que vostès coneixen perfectament. Són les grans fàbriques de l'opinió pública del país, els que poden decantar en un moment determinat el que hem de creure i pensar.

Constato que hi ha un bon nivell professional en el periodisme català i espanyol. Però no deixa de ser una evidència que, segons quin diari es llegeixi o quina ràdio s'escolti, és fàcil deduir una flaire partidista, per no dir sectària, en el tractament de les informacions. És molt saludable que hi hagi diverses maneres de contemplar la realitat i la pluralitat d'una societat així ho aconsella. Tothom escolta la ràdio que vol i veu la televisió que més l'interessa. També tothom té els seus diaris preferits llevat dels que, per ofici i per curiositat, els llegim tots i escoltem i veiem tot el que s'emet per les ones si disposem del temps necessari.

Però convé que sapiguem que, en el periodisme d'avui, no hi ha mans innocents. La societat ha de saber que darrere, per exemple, dels anomenats programes de 'tele-escombraries', hi ha un afany de negoci, d'augmentar

les audiències, de contraprogramacions que porten a tenir més anuncis i, per tant, més beneficis. Quan el món de la comunicació es limitava només als diaris petits o grans, la gent anava triant les capçaleres que més responien a les seves opcions ideològiques, econòmiques o polítiques. Els diaris servien als seus públics, tan diferents i plurals com és la mateixa societat.

Però ens trobem que el món capitalista, en la seva versió més ferotge, ha socialitzat la informació. No ho han fet els comunistes o els socialistes. Ho han fet els capitalistes en nom de la llibertat d'expressió i del servei a la societat. Són molt pocs els que decideixen el que es diu o no es diu, el que s'emet o no, els que fixen els criteris del políticament correcte en cada moment i circumstància.

Però aquest monopoli de la informació i de l'opinió no pot tenir una llarga vida. Per una raó molt concreta i és que, en un món de les comunicacions cada vegada més socialitzat, ja no són els periodistes els únics que tenen el privilegi de decidir el que cal dir o el que cal callar-se. Hi ha milions de ciutadans a tot el món que fan de periodistes perquè tenen les eines per difondre informació i perquè tenen coses a dir. I les diuen.

INTERNET

Internet és una eina de comunicació que ha penetrat amb força a la societat global. És l'altra cara de la moneda de l'empresari segur, amb èxit, que domina les fonts de les notícies, la seva elaboració i la seva transmissió al gran públic. Hi ha qui diu que Internet és perillós perquè no té fronteres ètiques ni codis jurídics que ordenin i garanteixin la veracitat del que circula per la xarxa en totes les direccions sense cap mena de regulació. És cert però fins a cert punt.

S'haurà de regularitzar encara que ningú sap com regularitzar tota la porqueria que conté la xarxa. No només els continguts escabrosos que poden arribar a ser delictes. S'ha de protegir l'honorabilitat de les persones que impunement poden ser acusades amb mentides i amb distorsions

manifestes. El món de la comunicació té un repte de gran magnitud per destriar el gra de la palla i perquè la societat global pugui navegar amb tranquil·litat per la xarxa sense avergonyir-se.

Però Internet és un instrument que garanteix la llibertat d'informació en uns moments en què la massa crítica de continguts està controlada, dirigida i en alguns casos manipulada per uns quants grups empresarials que no tenen com a prioritat servir la veritat i millorar la vida dels ciutadans sinó que abusen de la seva posició per transmetre allò que els hi reporta més beneficis i no allò que pot servir més per al benestar general de la societat. Només cal veure com recentment alguns grans empresaris de mitjans poderosos han atacat durament el fenomen dels confidencials que circulen per la xarxa que, sense cap impediment, diuen allò que els diaris, ràdios o televisions de les grans concentracions mediàtiques volen amagar.

Les grans fàbriques d'informació estan molt ben preparades. Es trien els programes, es contracten els tertulians habituals, sempre i quan responguin a les directrius que vénen de molt amunt, també s'inclou algun heterodox si cal, es dibuixen línies editorials que serveixin als interessos globals dels grups mediàtics, es fa periodisme en nom de les empreses i no periodisme com un servei a la veritat. Torno a citar una reflexió d'Indro Montanelli que, en les seves memòries, diu que “vaig aprendre que l'únic amo del periodista és el lector i que quan el tens de la teva banda, no hi ha poder que pugui posar-te un morrió”.

Montanelli es va enfrontar amb el poder de les empreses exercitat en contra del que considerava la dignitat del periodista. Quan es barallava amb algun editor abandonava el diari i en fundava un de nou. Així ho va fer dues vegades en la seva carrera per acabar finalment escrivint cada dia al *Corriere della Sera*, del que havia estat foragitat feia molts anys per les diferències que havia mantingut amb els antics propietaris. El periodista honest, treballador i lliure, subsistia mentre que els amos anaven canviant. Avui ningú es recorda de qui era la propietat dels mitjans en què va treballar sinó que el que queda és la seva personalitat, les seves contradiccions, les seves lluites per poder fer de periodista enmig d'aquesta selva de periodistes, empreses, mitjans i grups de pressió de tota mena.

El cas d'Itàlia és paradigmàtic. Es dona la circumstància que Silvio Berlusconi és el president del govern i, a la vegada, controla la gran majoria de mitjans privats i públics italians. I, com a últim detall, cal dir que és l'home més ric d'Itàlia. Ha aconseguit franquejar la complexa i espessa paret de la política i, per primera vegada en la història recent, l'oposició ja no és entre la dreta i l'esquerra sinó entre els mitjans i la política. L'equilibri ja no es troba entre els poders executiu, judicial i legislatiu sinó entre els qui tenen més opcions per manipular la informació i, per tant, per adulterar la veritat.

Això és una perversió que afecta les arrels més profundes dels sistemes democràtics. El president Lincoln, que fou sacsejat fortament per la premsa del seu país en els temps de la guerra civil americana i que caigué assassinat en un teatre de Washington, és recordat entre altres coses per unes reflexions sobre el periodisme. Deia que “preferia un país amb diaris sense govern que un govern sense diaris.”

LA LLIBERTAT, EL MILLOR NEGOCI

Entrem així al moll de l'os d'aquesta ponència que porta el pompós i poc modest títol d'*Opinió pública i veritat*. No és possible aquesta relació entre dos conceptes tan genèrics i tan importants sense que la llibertat es converteixi en el lubricant imprescindible. Sense llibertat no hi ha política ni justícia ni democràcia. Tampoc es pot arribar a tenir una visió aproximada de la realitat.

Ser lliure no és escollir una marca de sabates o el lloc de les vacances. Ser lliure és assumir la llibertat de prendre decisions després de tenir a la mà el màxim d'elements possibles per decidir. Ser lliure és ser transparent. Això també val per a la publicitat. Recordo un anunci que penjava a les voreres de les autopistes americanes fa uns quants anys i que deia d'un determinat producte que possiblement no era el més barat però sí el millor.

Vull dir que la veritat exercitada des de la llibertat és també un gran negoci. El millor negoci en l'àmbit de la comunicació de masses. En la

recerca de la veritat, les empreses periodístiques han d'estar preparades a fer els sacrificis que calguin per tal de servir els seus lectors i les seves audiències. Si s'aparten d'aquests principis bàsics, no els hi auguro llarga vida.

El periodista ha de posar les informacions en el seu context. Tenim el risc de perdre el passat i el futur convertint en present tot el que passa sense saber d'on venim i on anem. La memòria no és per arxivar-la sinó per posar-la al servei del present per projectar millor el futur. S'ha dit que el periodisme és el primer esborrany de la història. Un esborrany que es va modificant a mesura que els historiadors van refent el que ha passat a la llum d'aportacions desconegudes pels periodistes del moment. En la seva acreditada *Crònica de Roma*, escrita l'any 100, Tàcit només fa una referència de passada als cristians com un grup d'agitadors dintre de l'imperi romà durant el mandat de Neró.

És clar que Tàcit era un gran periodista de l'època però no es va entretenir a obtenir dades d'un fenomen social que s'havia estès per la majoria dels dominis de Roma. El periodista ha de saber que no té l'última paraula en gairebé res, simplement perquè no disposa de totes les claus. Recordo uns moments molt trepidants en una guerra al'Orient Mitjà, la que causà tants centenars de milers de morts entre Iran i Iraq. Ens trobàvem en una gran extensió sembrada de centenars de cadàvers en descomposició. Li vaig dir al meu company Manu Leguineche, un periodista de reconegut prestigi i amb moltes guerres a les seves espatlles, que no sabia com descriure aquella situació. Em contestà que expliqués el que veia i que la història ja diria el que estava passant.

Per arribar a convertir-se en aquesta necessària corretja de transmissió entre el que un veu o sap i el que transmet, caldria tenir en compte aquelles recomanacions de l'escriptor i periodista George Orwell, que segueix sent una de les referències més sòlides del periodisme modern. Deia Orwell que mai s'usi una metàfora de la qual el periodista desconeix el sentit malgrat que sigui un recurs literari de moda. Que mai s'utilitzi una paraula llarga quan amb una de més curta es pot dir el mateix. Que mai es faci servir el passiu quan amb l'actiu es pot dir el mateix. Que mai s'usi una frase

estrangera o una paraula científica si es pot expressar la mateixa idea amb una paraula equivalent en anglès, que era la seva llengua. Finalment, diu Orwell, el periodista ha de trencar qualsevol d'aquestes regles abans de dir una barbaritat.

S'ha d'evitar situacions com les que descrivia Orwell quan deia que algunes idees i opinions són tan absurdes que s'ha de ser un intel·lectual per entendre-les.

L'EINA DEL LLENGUATGE

El llenguatge és l'eina del periodista. De poc serviria una prosa rica que no respongués al contingut que se li volen donar a les paraules. Fa més de dos mil anys varen preguntar a un savi xinès, Confuci, què faria si fos emperador. I va respondre que començaria per fer un diccionari perquè les paraules tinguessin el seu sentit. El periodista que no sap el valor de la paraula pot fer un mal molt gran a l'opinió pública. Es comença per introduir una paraula per passar a ser de domini públic. Els polítics se la fan seva i és molt probable que entri al circuit del pensament públic. D'aquí es pot derivar una llei que legisli d'acord amb la nova expressió i que sigui molt perjudicial per la majoria de la societat. Tot va iniciar-se en l'ús d'una paraula impròpia.

Deia que la llibertat és imprescindible per arribar a servir la veritat i ajudar a conformar una opinió pública madura. Però sabem que és molt difícil exercir-la quan no es disposen de totes les dades bàsiques. A més, la llibertat està sotmesa a les pressions de les empreses, dels polítics, dels grups socials, ideològics i econòmics que intenten per tots els mitjans que només se sàpiga la seva veritat, especialment quan els seus interessos poden quedar perjudicats.

Estem molt influenciats pel que es considera políticament correcte i que afecta tots els àmbits de la comunicació. Hi ha una estranya complicitat per silenciar qüestions que no convé dir per la raó que sigui, per respectes humans, per no semblar prou arrenclerat amb els que manen o amb els que

estan a l'oposició. Deia Charles Péguy l'any 1910 que no se sabrà mai quins actes de covardia han estat motivats per la por a no semblar suficientment progressista.

A vegades no calen trucades dels representants del poders públics o privats per practicar l'autocensura. Sabem que una línia de pensament o una expressió determinada pot no agradar a qui té capacitat d'influenciar en les empreses periodístiques en què un treballa. I modifiquem el nostre discurs convenientment si més no per no molestar els que poden prendre decisions que acabaran afectant la nostra llibertat. Els convido, per exemple, a repassar les col·leccions dels diaris dels últims anys. No trobaran cap crítica al Corte Inglés, ni a Telefónica, ni a la Caixa.

No estic en condicions de posar cap entrebanc a aquestes tres empreses emblemàtiques que serveixen de moltes maneres a una gran majoria de ciutadans. El que els hi vull dir és que és tan gran la publicitat que faciliten a tots els mitjans que no és políticament correcte ni tan sols pensar en la possibilitat d'una crítica de fons a aquests grups empresarials ni molt menys als seus directius. No vull dir que hi hagi motius. El que vull posar de relleu és que encara que hi fossin difícilment sortirien als diaris que en bona part viuen dels anuncis, dels crèdits o dels patrocinis que han estat decidits entre aquestes empreses i pràcticament tots els grups periodístics.

COMPLICITAT ENTRE PODERS PÚBLICS I PRIVATS

Aquesta complicitat entre els poders públics i privats i els mitjans de comunicació no la teixeixen els periodistes sinó les empreses. I aquí és quan la capacitat d'autocensura i de supervivència dels periodistes es posa a prova.

A Catalunya hem viscut aquests dies el desenllaç d'uns episodis lamentables que revelen els compromisos entre la classe política, l'empresarial i la judicial. Hem sabut que funcionava una trama de corrupció entre un bufet d'advocats i un jutge amb el coneixement explícit

d'un conseller del govern de la Generalitat. El jutge i l'advocat es posaven d'acord en enviar a la presó qui no pagués fortes quantitats de diners per evitar-ho. El poder polític ho sabia fins al punt que el conseller reunia els empresaris imputats, el jutge i l'advocat de Dret Penal a casa seva per fer de pont a fi i efecte que la classe econòmica catalana no en sortís perjudicada. Això sí, el conseller en qüestió va tenir la precaució de passar la factura dels canapés als comptes del seu departament. Tot sigui per Catalunya.

Aquesta pràctica menyspreable de corrupció era coneguda per tothom fins al punt que una frase que ha sortit en el judici parlava del fet que "tot Barcelona ho sabia". Ho sabia tothom però els diaris no en parlaven. Es demostra una vegada més que, quan un diari no parla de les coses que passen, s'allunya del seu lector. Eren els temps en què estàvem molt satisfets de viure a l'oasi català quan, en realitat, el que estàvem tots era empastifats en la fossa sèptica catalana, com molt bé es va atrevir a dir el periodista Rafael Jorba a les pàgines de *La Vanguardia*.

Penso que a Catalunya s'han malmès moltes energies per no caure en el políticament incorrecte. En nom de la pàtria, de les seves carències i de les seves limitacions, s'han passat per alt situacions que en una societat democràtica haurien estat objecte de severes crítiques. En nom del país s'han oblidat principis bàsics del repartiment de poders de les democràcies.

No només no s'ha informat de fets importants sobre el mal funcionament de les institucions sinó que s'ha volgut presentar aquesta modalitat d'amagar una certa realitat per beneficiar el país. Això ha estat molt perjudicial. Entre altres coses perquè no s'ha exercit la llibertat per fer arribar a la gent el que passava. S'ha defugit del debat perquè no convenia.

El pensament nacionalment correcte ha inundat el discurs polític del país. Si convenia a Catalunya, no hi havia cap qüestió més important. Els drets dels ciutadans, les preocupacions quotidianes de la gent, han estat en alguns casos menys decisius que els drets del país. Aquest discurs s'ha instal·lat a l'opinió pública que ha rebut tots els impactes necessaris perquè no hagués de pensar d'altra manera. Catalunya ha millorat molt. Hi ha hagut pau política i pau social. I el país ha progressat. Però una mica més

de dosis de llibertats dels ciutadans que pensen altrament hauria estat encara més beneficiosa.

I els principals responsables d'aquestes mancances som els mitjans de comunicació en el seu conjunt. Tots hi hem contribuït amb els nostres silencis, amb les nostres mitges veritats, amb les nostres complicitats amb els poders més inversemblants. Hem amagat el debat a què tota societat lliure té dret de tal manera que pugui prendre les decisions més apropiades.

Un últim mosaic de falta de debat com a conseqüència de la deficient informació que arriba a l'opinió pública és la cascada de decisions, lleis i decrets que han sortit dels nous governs, tant a Catalunya com a Espanya. Moltes d'aquestes mesures són apropiades als canvis que ha experimentat la societat catalana i l'espanyola en els darrers anys. Altres són fruit de la voluntat de molt pocs. El cas és que no hi ha debat perquè no tothom diu el que pensa. I això és greu per la salvaguarda dels valors de qualsevol societat.

Però vull acabar amb una nota optimista malgrat les mancances que entre tots hem creat. La història ens diu que ja hem conegut situacions semblants i sempre les hem superat encara que donant algun pas enrere. Bàsicament, perquè la consciència occidental ha estat formada amb l'element imprescindible de la llibertat que, en paraules de Sant Joan, és la que ens farà lliures. Sense llibertat no hi haurà progrés.

COL·LECCIÓ "LLIÇÓ INAUGURAL"

Títols publicats:

1. *Accés a Déu i societat d'avui*. J. M. Rovira Beloso
2. *Món intern i transcendència*. Jordi Font i Rodon
3. *Pensament cristià i ètica*. Gaspar Mora i Bartrés
4. *Cultura cristiana i compromís polític*.
Fernando Álvarez de Miranda
5. *La missió de l'Església en el món*. Salvador Pié
6. *L'Església i la ciència: de Galileu als nostres dies*.
Joan Busquets Dalmau
7. *Experiència estètica, experiència ètica i experiència religiosa*. Pere Lluís Font
8. *Els grans reptes del segle XXI*. Joan Esquerda Bifet
9. *El progrés: de la ciència a la teologia*. David Jou
10. *Evangelis i sentit de la vida*. Josep Oriol Tuñí
11. *La Bíblia i les ciències humanes*. Armand Puig i Tàrrach
12. *Per què crec?* Jordi Porta i Ribalta
13. *Opinió pública i veritat*. Lluís Foix



INSTITUT
D'ESTUDIS
ILERDENCS

Fundació Pública de la Diputació de Lleida



Diputació de Lleida