

Del periodisme de qualitat al periodisme especulatiu

Josep Lluís Gómez Mompарт

Entre el gener de 2007 i el maig de 2008 van morir per vells o per malaltia, entre altres, uns quants periodistes representatius d'allò que al llarg de l'últim segle s'ha considerat el periodisme de qualitat: aquell que no només ha honorat una professió necessària per a l'esdeveniment i consolidació de la democràcia i les llibertats, sinó que ha contribuït –com creu que ha de fer el brillant periodista Jean Daniel– a revelar tot allò que els poders intenten quasi sempre amagar o, si més no, desviar-ne l'atenció. Probablement per això, aquesta professió és «la millor del món», en paraules de Gabriel García Márquez, o «la més interessant», després de la literatura, segons Mario Vargas Llosa.

Voldríem recordar mitja dotzena de periodistes, d'alguna manera paradigmàtics, d'entre tots els que ens van deixar en aquell any i mig. Comencem per Ryszard Kapuscinski, el reporter polonès mort a Varsòvia el 23 de gener de 2007 a l'edat de 75 anys, comunicador exemplar que ha llegat tota una *filosofia de ser* per a un gremi de vegades un xic descregut i a voltes cínic: «per ser periodista cal ser bona persona» o «els

cínics no serveixen per a aquesta professió», va dir reiteradament. Potser per això, el nou alcalde de Londres, Boris Johnson –que va ser un periodista roí (trampós)–,¹ pot convertir-se en un polític espavilat, com també Berlusconi, que ha perseguit els bons periodistes italians que han gosat denunciar les seves contínues corrupteles i prevaricacions.

Kapuscinski estava fascinat pel periodisme i per les seves possibilitats d'apropar-se al món, particularment el dels desposseïts. Ell, que havia començat a treballar en l'Agència Nacional de Notícies d'una Polònia amb la censura fèrria d'un règim totalitari, va saber esquivar-la com altres bons professionals ho han de fer amb l'autocensura i/o les fortes pressions dels estats democràtics. Després d'una primera estada a l'Índia i a la Xina, al principi dels anys cinquanta, el 1959 es va instal·lar a l'Àfrica com a corresponsal de l'esmentada agència, fins a l'any 1981, tot fent contínues escapades a Àsia i Amèrica Llatina. Fins a la seva mort es va dedicar a escriure grans reportatges i extraordinaris treballs periodístics en format de llibre, com ara *L'emperador*, *El Sha*, *L'imperi* o *Eben*.

El 4 de febrer de 2007, quan tenia 61 anys, moria d'un infart a Viena un dels periodistes més incòmodes per als polítics austríacs: Alfred Worm. En un país governat

Josep Lluís Gómez Mompарт és catedràtic d'Història del periodisme a la Universitat de València i coeditor de *Historia del periodismo universal* (Madrid, Síntesis, 1999).

per aliances espúries, Worm va investigar els escàndols de corrupció i d'hipocresia, com per exemple, el descobriment l'any 1980 del gran frau financer en la construcció del principal hospital AKH de Viena. La lluita contra la corrupció economicopolítica li va merèixer un reconeixement com el millor periodista de 2006.

La neozelandesa Kate Webb, pionera de les corresponsals de guerra en Vietnam, va morir el 14 de maig de 2007, a Sidney, a l'edat de 64 anys, a conseqüència d'un càncer. Va ser molt valenta com a reportera de conflictes bèl·lics i tenia un especial talent per a les paraules, com va recordar el periodista Peter Arnett, guanyador d'un Pulitzer per les seves cròniques sobre Vietnam. L'any 1967 viatjà pel seu compte a Saigon i als pocs mesos va ser contractada per l'agència UPI com a corresponsal fixa per la qualitat dels seus treballs, com ara els que revelaven la implicació dels oficials sudvietnamites en el mercat negre.

Kate Webb va ser segrestada a Cambotja per tropes nordvietnamites durant 23 dies i inicialment fou donada per morta. Malgrat la set, la fam, les infeccions i els duríssims interrogatoris, en ser alliberada va declarar que havia estat tractada amb cortesia; va contraure la malària i va arriscar la vida en moltes ocasions. El 2001 es va jubilar com a directora adjunta de l'AFP en Djakarta, càrrec que ocupava des de 1985, perquè ella mateixa es considerava «massa gran per informar des de la primera línia» –l'únic periodisme que li agradava fer. No es veia pas com una persona dura, sinó més aviat vulnerable, i contràriament a allò que es pensa –deia–, ser dèbil havia estat la clau de supervivència en circumstàncies tan difícils.

El fundador de la revista alternativa *Actuel* i de l'emissora lliure Ràdio Nova,

Jean-François Bizot, nascut a París en una família de l'alta burgesia, moria el 8 d'octubre del 2007, als 63 anys, d'un càncer. L'any 1970, després d'haver treballat al setmanari *L'Express*, va fundar amb uns amics –entre ells, el destacat polític francès Bernard Kouchner, cofundador de Metges sense fronteres i Metges del món– el mensual *underground Actuel*, de llargs i excel·lents reportatges. Aquesta revista, icona de la contracultura a França, que va arribar a tirar 400.000 exemplars, volia –en paraules de Bizot– «sorprendre, comprendre i sobretot no donar lliçons» en relació amb els nous moviments socials i els grups alternatius (de gènere, d'orientació sexual, musicals...), les formes de vida a les comunes, la cultura negra als EUA o l'ecologia.

Una de les veus crítiques més destacades del periodisme italià, Enzo Biagi, que quan va ser expulsat el 2002 de la RAI es va convertir en el símbol de la repressió de Berlusconi en els mitjans de comunicació, moria el 6 de novembre de 2007 a Milà, a l'edat de 87 anys. La seva actitud professionalment honesta li va ocasionar problemes amb diferents mitjans. Després d'haver militat en la Resistència Partisana de la Segona Guerra Mundial va començar a treballar en el diari de Bolonya *Il Resto del Carlino* i va perdre la feina el 1951 per subscriure un manifest contrari a la bomba atòmica. El 1960 va ser acomiadat del setmanari *Época*, per criticar durament el govern de l'ultradretà Tambroni, i tres anys després el futur president de la República italiana, Saragat, el va expulsar de la direcció del *telegiornale* de la RAI, acusant-lo de «comunista», encara que ell sempre es va definir com «un socialista sense partit». Després va treballar als periòdics *La Stampa*, *La Repubblica*, *Il Corriere della Sera* i al setmanari *Panorama*,

però va ser durant els anys noranta quan alguns memorables programes de la RAI, com ara *Il Fatto*, el van fer molt popular entre la ciutadania.

Finalment, el 2 d'abril de 2008 moria als 92 anys Sir Geoffrey Cox, un reconegut periodista –reporter a la Guerra Civil espanyola per al periòdic liberal antifrancuista *News Chronicle*– que va renovar la informació televisiva amb el programa «News at ten» en el canal ITN britànic. Cox, que havia estat corresponsal a diferents països europeus, es va convertir en un dels pioners dels telenotícies en introduir el 1967 el primer informatiu de mitja hora per a una audiència massiva, a les deu de la nit, programa que va esdevenir quasi una institució nacional durant 32 anys. En destacar les imatges en directe des del lloc dels fets, en comptes dels butlletins insulso que es feien fins aleshores, aquest periodista, nascut a Nova Zelanda i format acadèmicament a Oxford, va ser el precursor de la televisió moderna.

LA FI DE REFERENTS I LA PRIMACIA DELS TAURONS

La mort de tots aquests grans periodistes, i de molts altres tal vegada menys coneguts, és un símptoma del final d'època del periodisme més brillant i socialment més útil? Podrà reproduir-se el periodisme de qualitat que tants bons fruits ha aportat a la democràcia i al progrés si van desapareixent els mestres de la (bona) professió? Tot i que les noves generacions de periodistes acostumen a tenir més i millor formació –perquè no només han fet uns estudis universitaris específics, sinó que sovint han estudiat un postgrau i parlen un parell de

llengües estrangeres–, cada vegada troben a les redaccions dels mitjans menys veterans d'aquells que, a més d'ensinistrar-los en les bones pràctiques periodístiques, els puguin orientar en el periodisme crític, rigorós i rellevant, tot mostrant-se com a model de comportament, amb uns valors deontològics i unes actituds independents i no servils amb els poders públics i privats.

Sense dubte, la manca de referents vius prop dels joves periodistes és una qüestió preocupant, en un gremi cada cop més mimètic, menys interessat per la història –sovint ni tan sols la pròpia– i més «immediatista» i espectacular per culpa de la influència d'uns relats més propers a l'entreteniment o al *groganisme* (el periodisme sensacionalista o no, que inventa i menteix sense escrúpols). Més encara, quan domina l'oligopolització del sector mediàtic i una continuada substitució dels tradicionals patrons de premsa per gestors i executius de grans grups multimèdia: la propietat de les empreses periodístiques cada cop menys pertany a famílies o emprenedors amants del negoci de les notícies, sinó que ha passat a mans de societats sobretot de capital especulatiu, procedent d'indústries força alienes a la informació que necessiten controlar la informació en benefici dels seus negocis globals, ja siguin armes, energies, immobiliàries, transgènics o blanqueig de diner negre o brut.

Un parell de casos, a banda i banda de l'Atlàntic, exemplifiquen les repercussions d'aquest nou ecosistema mediàtic.

La plantilla del prestigiós setmanari alemany *Der Spiegel* va forçar el novembre de 2007 la sortida de Stefan Aust, el seu director des de feia 13 anys. Tot i que sota la seva direcció la revista havia mantingut uns bons resultats, s'havia reforçat encara més el

seu prestigi i la seva presència en reportatges a la televisió i Internet s'havia consolidat, els periodistes del *Der Spiegel*, amos del 50,5 % de les accions, van destituir-lo al·legant que volien recuperar un lector més jove, a través de bones idees fresques que consideraven que Aust no podia aportar. *Der Spiegel*, nascut el 4 de gener de 1947 i que de vegades ha superat una tirada d'un milió d'exemplars, ha estat un referent del periodisme de qualitat i d'investigació en alemany, amb la revelació de corrupcions polítiques i de diferents escàndols, com va ser el cas del finançament il·legal dels partits conegut com «l'afer Flick».

D'altra banda, Marcus Brauchli, director de l'important rotatiu econòmic *The Wall Street Journal*, va haver de dimitir l'abril de 2008, quatre mesos després que aquest periòdic passés a mans del magnat Rupert Murdoch. El gegant de mitjans News Corporation (175 capçaleres de premsa) de Murdoch es va fer amb el control de Dow Jones –empresa editora del diari financer– per una suma de 5.200 milions de dòlars. La dimissió de Brauchli, persona molt influent en el món de la premsa nord-americana, atès que el *Wall* és el segon diari més venut als EUA després de *USA Today*, es va produir quan encara no havia complert un any en el càrrec, en substitució de l'anterior director Paul Steiger. Tots dos havien mantingut la qualitat i independència periodística, però Rupert Murdoch ja havia advertit que volia transformar *The Wall Street Journal* en un diari més lleuger i amb més informació política per competir, entre d'altres, amb *The New York Times*. Un quants mesos enrere, el potent grup Tribune –que publica entre molts altres periòdics el *Chicago Tribune* i *Los Angeles Times*– va ser venut al magnat immobiliari Sam Zell.

El tarannà d'alguns nous *taurons* de la premsa d'aquest segle recorda el de fa un segle, com ara l'artífex del model de *periodisme groc* William Randolph Hearst, extraordinàriament dibuixat en la superba pel·lícula d'Orson Welles *Ciutadà Kane* (1941). Aquella llegenda ara podria equivaler al cas de Conrad Black, el magnat canadenc que durant les dues darreres dècades del segle passat fou admirat per controlar a través del grup Hollinger mig miler de capçaleres de periòdics des de Toronto fins a Jerusalem. Lord Black, que idolatrava l'exprimera ministra britànica Margaret Thatcher, va ser acusat i declarat culpable el juliol de 2007 de tres greus delictes de frau que implicaven 35 anys de presó i una multa d'un milió de dòlars, en descobrir-se que havia creat una trama financera per apropiarse il·legalment de diner dels accionistes quan es desfeia de capçaleres del grup.

LA INFORMACIÓ, MERCADERIA ESPECULATIVA

Aquestes, com tantes altres transaccions en el sector dels mitjans de comunicació, permeten pensar que per a alguns magnats –als quals ja no els queda res de l'honorable qualificatiu de «barons de la premsa», com se'ls descrivia a l'Anglaterra del segle XIX– la informació, en plena societat de la informació, és simplement una primera matèria dels negocis especulatius a l'engròs. Si la informació ha esdevingut una mercaderia especulativa per a bona part dels emperadors mediàtics, això explicaria l'orientació que ha agafat bona part del periodisme, fins i tot de mitjans emblemàtics. Si es confirma aquesta hipòtesi, prou plausible, hom podria parlar de *periodisme especulatiu*,

semblantment com en altres moments de la història del periodisme s'han encunyat expressions com «periodisme interpretatiu», «periodisme sensacionalista», «periodisme de qualitat» o «periodisme groc».

En aquest cas que ens ocupa, el «periodisme especulatiu» seria la fase superior i sibil·lina del «periodisme groc» de nova aparença, però lligat a mitjans de cert prestigi, paradoxalment no populista sinó d'un relatiu elitisme, la naturalesa del qual és sobretot la pròpia d'una mateixa matriu economicofinancera basada en l'especulació; és a dir, moure *actius* (notícies) d'un costat a un altre sense parar massa atenció en el nucli significant del sentit de la notícia, sinó entenent aquesta com un intangible en tant que valor de canvi un cop anul·lat el seu valor d'ús.

Es fa difícil pensar que a alguns d'aquests *taurons* mediàtics els preocupi la informació en el sentit profund que legitima la tasca periodística. Ans al contrari, allò que sembla emergir del seus procediments i de les seves estratègies de compra i venda –i, conseqüentment, de les repercussions que aquest remolí implica sobre el periodisme i els periodistes– és que l'intangible és el prestigi simbòlic o el renom de la capçalera, allò que permet intercanviar. La desnaturalització progressiva del tipus de periodisme és la manera d'anar buidant de sentit i de contingut el periodisme que fins aleshores s'havia practicat, sovint justificat en els nous lectors, les noves modes i els nous temes. Tot plegat, quasi sempre més lleuger, més vistós, més divertit, més sorprenent, més acolorit, més àgil... en definitiva, més trivial.

Després d'anys d'un cert èxit –encara que amb diverses crisis– del diari radical esquerrós francès *Libération* –nascut el 1973 i fundat, entre altres, per Jean-Paul Sartre

i Michael Foucault–, l'històric director Serge July va deixar la direcció el 2006 en mans d'un antic redactor del mateix rotatiu, Laurent Joffrin. La recapitalització amb 15 milions d'euros destinats a fer-lo sortir de la darrera crisi financera va suposar paradoxalment l'entrada –en el diari hereu del Maig del 68 parisenc– del magnat Edmond de Rothschild. Tot i que aquest multimilionari va assenyalar que no modificaria la línia editorial, va exigir el següent: l'esmentat canvi del director, que havia estat l'ànima del periòdic i responsable d'un enorme creixement durant l'època de Mitterrand, i un canvi de disseny a tot color i més dinàmic. La nova maqueta –que pretenia convertir *Libération* en un diari «més seductor, més clar, més optimista, més obert i més humil»– inclou novetats com ara l'anomenat «Contre-journal», que recull opinions dels internautes, o bé un apartat de «Making of» que explica els secrets de l'edició del dia, com també la imposició d'articles més curts i de més imatges.

EL SECTARISME S'IMPOSA D'UNA MANERA O UNA ALTRA

L'altra estratègia que s'imposa com a fórmula de màrqueting és hereva de la lògica de les audiències de la televisió: donar al *públic* allò que vol certa majoria, escassament exigent i crítica, que sembla voler divertir-se fins a morir (en paraules de Neil Postman) o que palesa l'hedonisme de masses (que deia Pier Paolo Passolini) i que, de vegades, tant li fa un diari com un altre, gratuït o de pagament, sempre que no sigui massa pesat, massa complex, massa polític o massa cultural. Aquesta translació d'unes modes audiovisuals a la premsa escrita (en

paper o digital) es fonamenta sobre la fal·làcia que cal orientar la informació en funció d'allò que el lector vol llegir, tot adaptant la realitat social a una de mediàtica que no grinyoli amb les creences (fortes o tòpiques) d'un lector tipus d'una determinada ideologia o sensibilitat. El model de la cadena Fox nord-americana, caracteritzada per un periodisme sectari, seria el millor exemple a l'altra banda de l'Atlàntic, com una emissora de ràdio i un diari de Madrid prou coneguts serien també prou representatius, a l'Estat espanyol.

En sintonia amb aquesta tendència, un parell de religions monoteistes malden esforços i molts diners per tenir o reforçar mitjans d'observança espiritual ortodoxa. Això passa amb la nova cadena de televisió Mohamed VI del Sant Alcorà, creada el juny de 2006 al Marroc amb l'objectiu de formar imams a les mesquites, com ho havia fet la ràdio alcorànica. També amb el projecte de crear una xarxa mundial de televisions catòliques, arran del I Congrés de Televisions Catòliques celebrat a Madrid l'octubre de 2006. Mig any després es va saber que l'església catòlica preparava una mena de CNN del Papa, multicanal (TV, Internet, telefonia mòbil) en sis llengües i adreçada a una audiència potencial d'una vintena de milions d'usuaris. Es va batejar amb el nom H2O per simbolitzar la «purificació, salvació i vitalitat», es presentava com a independent del Vaticà, però amb «les exigències dels catòlics sobre la informació de l'Església al món».

Cent anys després de les reaccionàries campanyes de la «bona premsa» catòlica que, a més de perseguir per tots els sistemes (assemblees, conferències, opuscles, predicació, manifestacions, consignes en els confessionaris, amenaces d'excomunió, etc.) la

premsa plural i democràtica europea, van crear una potent xarxa de mitjans de comunicació per contrarestar-la, ara la jerarquia eclesiàstica catòlica no només està infiltrada i és posseïdora de molts mitjans arreu del món (semblantment als lobbies jueus), sinó que a més vol tenir la seva megacadena de televisió *orbi et orbe* com la tenen algunes de les esglésies evangèliques.

Evidentment, en l'àmbit musulmà, les possibilitats d'un bon periodisme són extremadament limitades, especialment en els mitjans audiovisuals. I la gran esperança d'un canvi en el panorama mediàtic des de la fi de 1996, quan es va posar en marxa el canal qatari Al-Jazira, ha rebut pressions de tota mena, d'Orient a Occident, precisament per informar de forma rigorosa.² El seu caràcter independent i plural (el lema de la cadena és «l'opinió... i el seu oponent» i entre els seus periodistes àrabs hi ha una quinzena de diferents nacionalitats i orientacions) ha estat reconegut per cinquanta milions d'espectadors dels països àrabs i, des del 15 de novembre de 2006, per mil milions d'espectadors d'arreu del món gràcies al seu canal internacional (AJI) en llengua anglesa.

Periòdicament hi ha hagut atacs a Al-Jazira per tal d'impedir el seu periodisme. Pressions a l'emir de Qatar per part dels EUA i dels règims àrabs; bombardeigs a les seves seus de Kabul i Iraq, censura a Tunís, Algèria i el Marroc, o expulsió dels seus corresponents en diferents capitals àrabs. També s'han creat cadenes per competir amb ella, com és el canal àrab de la BBC, de la nord-americana Al-Hurra o la saudita Al-Arabiyya.³ Des dels primers mesos de 2008, Al-Jazira ha anat suavitzant el seu llenguatge i retallant algunes informacions, a més dels dos habituals tabús informatius (Qatar i

Aràbia Saudita), probablement arran de l'acord dels 22 ministres de Comunicació de la Lliga Àrab, que el febrer de 2008, reunits al Caire, van adoptar una posició ferma davant «d'alguns canals via satèl·lit que s'han apartat del camí correcte».

En aquest estat de coses sembla que el poder ja no està tant en la informació sinó en la desinformació, com explicava molt bé fa uns pocs anys José Vidal-Beneyto:

La comunicació s'ha convertit en publicitat; i la comunicació política, en propaganda. Per operar aquesta conversió ha estat necessari que la informació es transformés en desinformació, és a dir, que el coneixement i transmissió de l'esdevenir real no fossin possibles, perquè les dades disponibles es referien a una altra realitat, produïda per falsificació. Desinformar no és només informar malament o manipular la informació; és imposar una determinada informació tot fent impossible que pugui existir qualsevol altre que ofereixi continguts diferents als seus. Es tracta d'un procés de falsificació progressiva que desemboca en una falsedat radical.⁴

En l'esfera pública *mediada* i en la seva repercussió sobre l'opinió pública ha estat sovint acceptat que el poder requeia en la informació, però, com acabem d'assenyalar, ja fa un cert temps que no es pas així. Per tant, la funció del periodisme queda molt ferida, atès que com bé expliquen dos reconeguts periodistes i analistes nord-americans de la realitat actual, Bill Kovach i Tom Rosenstiel, «el propòsit principal del periodisme és proporcionar als ciutadans la informació que necessiten per a ser lliures i capaços de governar-se ells mateixos».⁵ Darrerament aquesta malaltia informativa

s'ha anat agreujant, perquè cada cop més es practica un «periodisme sense informació»,⁶ com demostra un excel·lent estudi dirigit pel sociòleg Félix Ortega. Tot i que la investigació està referida al cas espanyol, no hi ha dubte que bona part dels plantejaments i de les conclusions a què arriben aquests comunicòlegs són habituals en el periodisme mundial: un periodisme del qual la informació –en tant que descripció i explicació dels fets i dels esdeveniments– pràcticament desapareix, i és substituïda per tot tipus de rumors, especulacions, tergiversacions, invencions i ocultacions al servei de l'autoreproducció mediàtica per tal d'atrapar sempre els receptors i, en ocasions, amb finalitats inconfessables.

Tanmateix, la pèrdua de qualitat de la premsa és general, fins i tot de bona part de la que ha estat considerada de qualitat. I així ho ratificava Alan Rusbridger, director del destacat diari britànic *The Guardian*: «Els periòdics seriosos van a la baixa. Avui es tendeix a fer un tipus de periodisme que trivialitza la realitat».⁷ Dos dies abans, aquest mateix periodista parlava de com ara es dissenyaven les portades per tal d'atraure els lectors, i posava dos exemples de la premsa de referència anglesa: la primera pàgina de *The Times* que dedicava –en l'edició del 27 de setembre de 2007– dues terceres parts a l'entrenador de futbol José Mourinho i assegurava que això hagués estat impensable fa vint anys, i la portada del prestigiós rotatiu *The Independent* que buscava atraure l'atenció amb una història en la portada que no tenia res a veure amb l'agenda informativa del dia.⁸

Tot això és conseqüència –en paraules de Vargas Llosa– del procés de *groguisme* i del sensacionalisme de la premsa actual, «el càncer de la premsa, principalment en

les societats obertes».⁹ Amb anterioritat, l'escriptor peruà ja havia apuntat que una de les amenaces del periodisme és que es converteixi en entreteniment, i encara afegeia: «Molts mitjans han alleugerit i frivoltitzat els seus continguts, com a únic mitjà de conquistar o retenir el públic. Això em sembla molt perillós. Si el periodisme es converteix únicament en entreteniment, és una abdicació».¹⁰ Aquest deteriorament, no obstant, també deriva de les condicions de treball dels professionals del periodisme, com apunta Ignacio Sotelo: «les redaccions cada cop més exigües i els baixos sous repercuteixen en la qualitat de la premsa, que, en perdre credibilitat i interès, perd lectors».¹¹

ELS DANYS COL·LATERALS D'UN PERIODISME DEVALUAT

Més enllà dels canvis tecnològics, derivats del desplegament de la premsa digital gràcies a Internet i de la proliferació de premsa gratuïta ben feta, la depreciació de la inversió en el periodisme en termes econòmics ja fa anys que està conformant una forta reestructuració del sector. I els patrons dels mitjans, com inspirats en aquella «Natural history of the newspaper» (1923) de Robert Park, segons la qual el periòdic més que una institució és un organisme viu que lluita per l'existència, l'adaptació i busca l'augment de vendes a través d'atreure l'atenció; fan tot allò que calgui per tal de subsistir. En aquest fer i desfer, però, deixen de banda que la premsa, la informació, no és una simple mercaderia: no és només una institució social sinó que és un bé públic necessari per al progrés social i per a la democràcia. En conseqüència, el mal ús de

la informació malmet el civisme i degenera la vida social.

El juny de 2007 el grup News Corporation, propietat del magnat australià Rupert Murdoch, va anunciar l'acomiadament de 90 periodistes dels seus quatre diaris britànics per tal de reduir costos. Això va afectar el 6,5 % de la plantilla de *The Times*, *The Sunday Times*, *News of the World* i *The Sun* que, en conjunt, sumen prop de 1.400 periodistes. El febrer de 2008 *The New York Times*, que ocupa 750 periodistes, va decidir retallar la seva plantilla en 100 redactors, tot i que l'editora del diari —que també és propietària del *Boston Globe* i del *International Herald Tribune*— va obtenir uns beneficis nets de 143 milions d'euros, malgrat la pèrdua de vendes d'un 4,7 % dels seus diaris. I l'abril de 2008, el grup *Le Monde* va anunciar la supressió de 85 llocs de la redacció, dels 320 periodistes que té aquest diari francès, que tres anys abans ja havia reduït la seva plantilla. Per lluitar en contra d'aquesta reestructuració, els professionals de *Le Monde* van fer alguns dies de vaga, la qual cosa va suposar que no s'edités el diari.

Tal vegada, la primera oposició professional destacada a aquestes reduccions del cos periodístic de mitjans de referència d'aquest segle, sense suficient justificació i emmascarant-se de crisi, la va protagonitzar Dean Baquet, director de *Los Angeles Times*. Aquest respectat i intel·ligent periodista, guanyador d'un premi Pulitzer en la seva joventut professional, va ser acomiadat el novembre de 2006 de la direcció del diari californià per oposar-se al retall d'un centenar de llocs de treball a temps complet i, a més, fer-ho públic. El director gerent, que va fer costat a Baquet, també va ser acomiadat dies després. El geni decidit de Baquet

es va expressar fins a l'últim moment; dalt del seu escriptori, va acomiadar-se dels seus companys amb aquestes paraules: «Vosaltres teniu la creativitat, la intel·ligència, el coratge i els desitjos d'assumir riscos per seguir fent el periòdic encara millor d'allò que és». ¹²

Els riscos de la davallada de la qualitat informativa, per algunes de les principals raons esmentades, com també d'una informació que de vegades no és tal informació, sinó desinformació o trivialitat, està implicant problemes seriosos que han fet reflexionar també el lingüista, crític literari, novel·lista i assagista italià Umberto Eco sobre l'actual societat anomenada «de la informació i del coneixement»:

L'abundància d'informació sobre el present no et permet reflexionar sobre el passat. [...] L'abundància d'informació sobre el present és una pèrdua i no un guany. [...] Un dels nostres problemes contemporanis és l'abundància d'informació irrellevant i la dificultat de seleccionar-la [...] Els periòdics tenen moltes pàgines, no molta informació. Sobre el mateix tema hi ha quatre articles que potser diuen el mateix... Existeix l'abundància d'informació, però també l'abundància de la mateixa informació. [...] Acudim a Internet per a conèixer les notícies més importants. La informació dels periòdics serà cada vegada més irrellevant, més diversió que informació. ¹³

En les societats avançades i obertes, el benestar informatiu-comunicatiu és imprescindible per al desenvolupament social i l'avanç de la democràcia deliberativa. De la mateixa manera que en la nova societat –d'economia globalitzada i de cultura mundialitzada– és absolutament

necessari optar per la innovació, en el camp del periodisme la innovació passa *ineludiblement* per la qualitat de la informació. Perquè aquesta pugui ser qualitativament interessant des d'un punt de mira social ha de ser útil, rellevant (no ho confongueu amb ensopida), és a dir, ha de contribuir a explicar el nostre món complex. Tanmateix, el periodisme que sembla imposar-se no s'inclina suficientment –llevat d'excepcions notables– per la qualitat informativa –per la selecció de pocs i decisius temes tractats *glocalment* (globalment i localment alhora) amb amenitat reveladora–, sinó per una saturació de trivialitats *glamouroses* o carrinclones, tot convidant-nos simpàticament a una participació quasi pueril: «comenti la notícia», «envii un sms», «voti per un tema», «expliqui el seu cas»... Tot plegat sembla que gaudim més del joc, participativament poc decisiu, que d'exigir una informació profitosa que afavoreix el coneixement individual i col·lectiu, sense adonar-nos massa que la qualitat de la informació és a hores d'ara un nou dret públic. □

1. Alexander Boris de Pfeffel Johnson (1964), tot i la seva exquisida educació a Eton i Oxford, el 1987 va ser acomiadat de *The Times* per falsificar unes cites del seu padrí quan era redactor en pràctiques. Després va entrar al periòdic dretà *The Telegraph* on va arribar a comentarista, i el 1999 va deixar aquest periòdic i se'n va anar a dirigir el magazine de centre-dreta *The Spectator*, d'on va plegar el 2005 per dedicar-se a la política, i a participar en programes d'humor a la televisió gràcies a la seva esmolada llengua.
2. Mohammed El-Nawawy i Adel Iskandar (2003): *Al-Jazeera. The Story of the Network that is Rattling Governments and Redefining Modern Journalism*, Cambridge, MA, Westview Press.
3. Olfa Lamloom (2006): *Al-Jazira, espejo rebelde y ambiguo del mundo árabe*, Barcelona, Hacer.

4. José Vidal-Beneyto (2004): «Las armas de falsedad masiva (I)», *El País*, 03/04/2004, p. 4.
5. Bill Kovach i Tom Rosenstiel (2003): *Los elementos del periodismo*, Madrid, Santillana, p. 24.
6. Félix Ortega (coord.) (2006): *Periodismo sin información*, Madrid, Tecnos.
7. Declaracions recollides per *El País*, en una crònica de M.R.S. des de Segovia, «Los periódicos miran hacia Internet», 30/09/2007, p. 43.
8. Entrevista del corresponsal Walter Oppenheimer d'*El País* a Londres a Alan Rusbridger, director de *The Guardian*: «Nunca querremos ser triviales», 28/09/2007, p. 50.
9. Mario Vargas Llosa (2008): «El cuarto poder», *El País*, 04/05/2008, p. 33.
10. Destacat a *El País*, amb el subtítol «Los retos de Vargas Llosa», dins de la crònica de Lali Cambra, des de Ciudad del Cabo, «La difusión de periódicos en el mundo creció un 2,3% en 2006», publicada en l'edició del 05/06/2007.
11. Ignacio Sotelo (2007): «El desplome del cuarto poder», *El País*, 02/11/2007, p. 10.
12. Crònica de Carlos Rajo, des de Los Angeles, a *El País*: «El director de *Los Angeles Times*, despedido por oponerse a un recorte de la plantilla», 09/11/2006, p. 40.
13. Entrevista de Juan Cruz, en *El País Semanal*, núm. 1644, amb fotografia de Jordi Socías, a Umberto Eco: «El que se sienta totalmente feliz es un cretino», 30/03/08, pp. 46 i 47.

subscriu-te a Mètode

i rebràs un regal exclusiu

Si et subscrius ara a la revista podràs escollir com a regal de benvinguda el llibre *Els nostres naturalistes*, de Josep M. Camarasa i Jesús I. Català, segon títol de la col·lecció MONOGRAFIES MÈTODE. Si ho prefereixes, podràs triar també entre el DVD amb els 50 primers números de MÈTODE, la samarreta dissenyada per Artur Heras amb el lema «Cultivar la ciència» o el llibre *Albert Einstein. El seu segle i la seua ciència*.



<http://www.revistametode.com>

SUBSCRIPCIONS:

Servei de Publicacions de la Universitat de València. Carrer Arts Gràfiques 13, València 46010. Tel.: 96 386 45 61.

Preu Subscripció anual 2008 (4 números l'any): 22€ per a Espanya, 35€ per a l'estranger

