

L'apoteosi del periodisme

Societat del coneixement? No encara. Accedim gratuïtament –o gairebé– a la deixalleria indiscriminada de missatges i rumors, al magatzem de totes les cridòries i exabruptes. Només paguem les pròtesis i les tarifes de connexió. A canvi d'uns reclams comercials hi ha, fins i tot, qui ens fa de guia per entre la ferralla i ens assenjala tresors amagats fins fa ben poc inabastables. És una conquesta? Sí, i tant. Venim del desert informatiu i de l'esforç per assabentar-nos d'alguna cosa exterior a la nostra experiència directa –per contrastar-la i qualificar-la-. I hem arribat al laberint de la informació amuntegada per pales mecàniques, a l'abundància de signes i missatges efímers que ens colga. És una conquesta. Però resulta exigua i, en bona mesura, frustrant; perquè no ens garanteix aquella saviesa intuïda que ens revelaria millor la realitat que vivim. La informació és condició necessària per al coneixement, però no és suficient. El repte és estar ben informats i estar en condicions de fer un ús competent (culte) de la informació disponible. El periodisme és la feina especialitzada que ens ho ha de permetre.

En l'arrencada de la modernitat, al periodisme se li demanava cada vegada més informació, més comprovada, més diversa, més ben presentada i en el mínim temps possible. Al periodisme massiu –textual i audiovisual– li hem demanat actualitat, excepcionalitat, conflicte i espectacle. Ara, en la complexitat postmoderna global, l'exigència s'ha sofisticat. Necessitem i volem orientar-nos, comprendre,

destriar, tenir criteri propi, disposar d'instruments per transformar la informació en coneixement. Per això la funció social del periodisme no només no ha perdut rellevància, sinó que n'ha guanyat. Actuem pensant i pensem actuant perquè no parem de processar informació. Qui hi renuncia, perd; es deshumanitza. Però, per no quedar enterrats en la banalitat i l'aleatori, ens cal suport especialitzat. Ens cal assegurar la bona selecció i qualitat dels materials informatius que processem. Una tasca que només podem encarregar a qui ens ofereixi solvència i confiança perquè, inevitablement, acabarà condicionant la construcció de la nostra subjectivitat.

No assistim, doncs, a la mort del periodisme sinó a la seva apoteosi, a l'evidència de la seva centralitat social, al seu desencarcamament. Però en un cicle de mutació tecnològica pro-



JOAN M. TRESSERRAS

COMUNICÒLEG, UAB

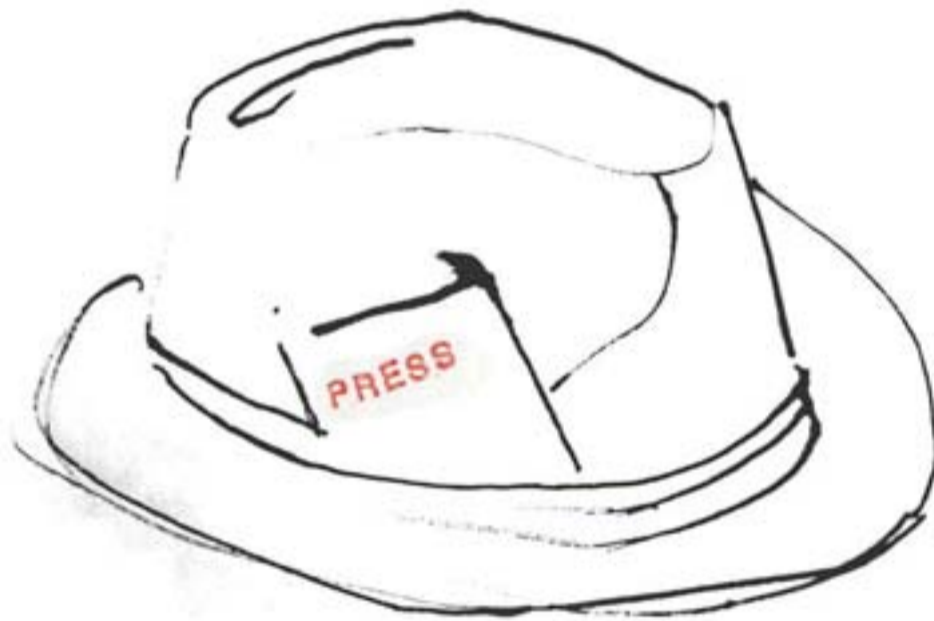
CONSULTEU
MÉS ARTICLES A
www.ara.cat

funda, l'abundància d'actors interessats a servir-se'n ha propiciat la crisi dels mitjans de comunicació convencionals, que s'han vist influïts i desplaçats per noves xarxes de distribució d'entreteniment succedani gratuït. Som en plena etapa de transformació dels mitjans tradicionals i del seu model productiu: canvi

de les formes corporatives d'obtenció, processament i difusió d'una informació que consideràvem una simple mercaderia més. No ho és. Percebem un periodisme en crisi per la degradació de les condicions laborals als mitjans; pel trencament dels paràmetres de remuneració de treball periodístic i intel·lectual; per l'al·luciació d'unes audiències enganxades al miratge de la gratuïtat; per unes lògiques empresarials més atentes a la reducció de costos que a la qualitat del producte, més pendents de la in-

fluència del grup que dels interessos del seu públic.

Però la mutació del periodisme, malgrat la duresa de la transició, ja ha començat. La clau legitimadora és la millora de la qualitat i el rigor dels continguts. El periodisme proporciona continguts. Indaga, relata, relaciona, explica, prescriu, proporciona marcs interpretatius. Aquests continguts requereixen una qualificació i especialització que exigeixen una remuneració proporcional. Qui vulgui disposar d'informació de qualitat l'ha de pagar. Hi haurà inversió pública i patrocinis comercials, esclar. Però quina inversió podria ser més rendible que la que fonamenta la pròpia llibertat? Els nous gèneres informatius ja combinen de manera flexible text, imatge i so; evolucionant, sobretot, des de la gasetilla (breu, sintètica, precisa) i el reportatge (profund, prolix, indagador). Les novetats provenen tant d'un reduït estol de mitjans poderosos que actuen com a referències globals, com de nous projectes locals, flexibles i lleugers, que es basen en el treball cooperatiu i s'organitzen en xarxa amb altres projectes similars. És al voltant d'aquest periodisme incipient que han emergit comunitats de subscriptors que hi interactuen, assagen noves formes d'intervenció social i se saben protagonistes decisius del gir democràtic. La nova etapa del periodisme tot just acaba de començar.



LAMARTARILE

La mutació del periodisme ja ha començat. La clau legitimadora és la millora de la qualitat i el rigor dels continguts

ara
3r aniversari

"Heu donat l'alternativa al periodisme català i heu sabut llegir el pols del carrer amb molta qualitat i tenint cura dels detalls"

XAVI MARESME (CALELLA)