

3.4.3.2.1. Contracultura, premsa underground i New Journalism

Totes les manifestacions nou-periodístiques que hem consignat varen néixer en consonància amb una època singular de la història dels Estats Units. La premsa *underground* va ser òrgan privilegiat d'expressió i comunicació dels diferents sectors que integraven el que Roszak anomenà *counterculture*¹⁸: els seixanta varen veure l'eclosió dels moviments d'estudiants contraris a l'*american way of life*; la rebel·lió dels negres contra la segregació racial; l'anomenada *revolució sexual*; el desenvolupament del moviment psicodèlic i de la cultura de la droga; el naixement en aquell país del moviment d'alliberament de la dona; la formidable protesta contra la intervenció estadounidenca a Vietnam; i, sobretot, el ferment i l'expansió de l'anomenat *escenari 'hippie'*, al voltant de les músiques *rock* i *folk*, de les drogues i de la influència del misticisme oriental sobre els joves cadells del *Welfare*

¹⁸ Theodore Roszak, The Making of a Counter Culture: Reflections on the Technocratic Society and Its Youthful Opposition, New York, Doubleday & Co, 1969. Per la seva part, Johnson, op. cit., p. 11, defineix la *counterculture* com

"an aggregate of persons, ideologies, and activities, politically left, technologically conservative, that constitutes an alternative culture opposed to the mainstream of technocratic progress and the dominance of the present educational-governmental-social system."

State sorgit de la Segona Guerra Mundial¹⁹.

Els moviments i *situacions* que acabem d'esbossar varen tenir una relació estreta amb la gènesi i el creixement de la tendència nou-periodística, especialment en la seva vessant *underground*. Hall considera que els *hippies* varen ser "hereders de la revolució de los mass-media", que tenien "un intrínseco conocimiento de la existencia de estos canales" i que eren "muy conscientes de la importancia de los medios de comunicación"²⁰. I Scanlon, antic director de la revista *Rolling Stone*, opina que la premsa *underground*

"nació con muy buenas intenciones como reacción ante la hipocresía y la represión originadas por una guerra injusta [la de Vietnam]. Durante un tiempo, se convirtió en una importante fuerza social para los jóvenes de este país, que penetró en sectores que la prensa "tradicional", por inercia o por compromiso, ignoraba en términos generales."²¹

¹⁹ Luis Racionero fa un bon resum d'aquesta situació a Filosofías del underground (Barcelona, Anagrama, 1977, pp. 12-17). Tal vegada, però, el més complet estudi sobre el tema és el de Mario Maffi, La cultura underground (Barcelona, Anagrama, 1975, 2 vols). Alguns protagonistes o testimonis directes dels diferents escenaris contraculturals dels seixanta varen escriure llibres testimonials molt propers alhora a l'assaig i al reportatge nou-periodístic. Així, per exemple, Jerry Rubin (Do It!, New York, Simon & Schuster, 1970) i Abbie Hoffman (Revolution for the Hell of It, New York, Dial Press, 1968).

²⁰ Stuart Hall, Los hippies: una contra-cultura, Barcelona, Anagrama, 1970, p. 31.

²¹ Paul Scanlon, El Nuevo Periodismo en Rolling Stone, Barcelona, Anagrama, 1979, p. 6.

Per a Johnson, la raó principal que explica l'existència de la premsa *underground* i, menys directament, del *New Journalism* fou

"The growth of the activities of the counterculture and of its need for an educative and informative voice, one born of its own view of the world, for both its own people and those beyond its community who would understand and sympathize with its goals."²²

Tanmateix, la tesi més suggerent sobre els motius de l'aparició del *New Journalism* la proporciona Schudson, per a qui els canvis que experimentà el periodisme estadunidenc durant els seixanta formaven part d'una crítica força extesa contra al *conventional journalism*²³. Tant el *New Journalism* com, entre d'altres, el *New Muckraking* i la premsa *underground* atacaren en primer lloc la noció d'*objectivitat*, convertida des dels anys 20 en mite i dogma central del discurs hegemònic dins del periodisme estadunidenc. Per a Schudson, els nous periodistes dels anys seixanta qüestionaren la retòrica de l'*objectivitat*, en la qual veien un parany "hypocritical or deceitful, or in Vietnam,

²² Johnson, op. cit., p. 11.

²³ Michael Schudson, *Discovering the News*, op. cit., 1978, pp. 183-194.

criminal"²⁴.

Aquest qüestionament de la noció d'objectivitat va ser dut a terme, en primer lloc, pels *new muckrakers*, un grup no cohesionat de periodistes contemporanis que recuperaren l'esperit d'investigació i de denúncia dels *muckrakers* de principis de segle. Els *new muckrakers*, segons Johnson,

"represent the renewal and redevelopment of an old tradition in journalism, because there are now a large number of such journalists [...] and because they have various new means for implementing the discovery and verification of their information (which amounts in part to the fact of widespread and obvious corruption, injustice, exploitation, and so forth, in the extant political and technological systems."²⁵

²⁴ Schudson, op. cit., pp. 183 i 184. L'al·ludit qüestionament de la retòrica de l'objectivitat se centrà, segons aquest autor, en tres crítiques essencials: de primer, que "the content of a news story rests on a set of substantive political assumptions" (p. 184); en segon lloc, que "the form of the news story incorporates its own bias" (p. 184); per últim, que "the process of news gathering itself constructs an image of reality which reinforces official viewpoints" (p. 185). El plantejament de Schudson és molt semblant al que coetàniament han fet sociòlegs de la comunicació com ara Gaye Tuchman (Making News. A Study in the Construction of Reality, New York, The Free Press, 1978) i Mark Fishman (Manufacturing the News, Austin, University of Texas Press, 1980), tots ells deutors de la sociologia del coneixement i, en especial, de l'obra ja clàssica de Peter L. Berger i Thomas Luckmann The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge (New York, Doubleday & Company, 1966).

²⁵ Johnson, op. cit., p. 144.

Les característiques d'aquest corrent periodístic -paral·lel i fins de vegades coincident amb el *New Journalism*- es posen de manifest tot repassant els seus treballs més significatius. A Unsafe at Any Speed (1965)²⁶, Ralph Nader revelava després d'una investigació exhaustiva com la indústria de l'automòbil obté beneficis amb la construcció de vehicles insegurs i de baixa qualitat; a The Population Bomb (1968)²⁷, Paul Ehrlich denunciava la inevitabilitat de la degradació ecològica tot atribuint-la al consumisme exacerbant, l'especulació capitalista, el malbaratament dels recursos agraris i la perillosa proliferació nuclear; i a The Closed Corporation (1968)²⁸, James Ridgeway demostrava la connivència entre les universitats estatounidenques i l'anomenat *military-industrial complex*.

Caldria citar encara Rebellion and Repression (1969)²⁹, de Tom Hayden, una denúncia de les irregularitats de l'aparell de justícia dels Estats Units; i, sobretot, el cèlebre All the President's Men (1974)³⁰, escrit per Carl

²⁶ Ralph Nader, Unsafe at Any Speed, New York, Grossman Publishers, 1965.

²⁷ Paul Ehrlich, The Population Bomb, New York, Ballantine Books, 1968.

²⁸ James Ridgeway, The Closed Corporation, New York, Random House, 1968.

²⁹ Tom Hayden, Rebellion and Repression, New York, World Publishing, 1969.

³⁰ Carl Bernstein i Robert Woodward, Todos los hombres del presidente: el escándalo Watergate, Barcelona, Argos Vergara, 1977.

Bernstein i Robert Woodward després d'una llarga i detectivesca investigació sobre l'escàndol Watergate.

Amb tot, però, malgrat que el *new muckraking* i el *new journalism* tenien en comú l'al·ludit qüestionament de la noció d'objectivitat i un bon grapat de tècniques d'investigació i de contrast de la informació, és important no confrondre'ls. Com diu Johnson, "after all, muckraking, even at its best, is primarily a political act rather than an artistic one, although much journalism transcends any literary form it may happen to take"³¹; altrament, el *New Journalism* combinà des dels seus inicis aquesta acufitat documental amb l'ambició de conferir als textos informatius una qualitat estètica semblant a la de la narrativa de ficció, mitjançant l'ús de procediments d'escriptura manllevats a la tradició literària i, en especial, a la novel·la realista.

3.4.3.2.2. Una tendència heterogènia

L'etiqueta *new journalism* no és pas nova en la història del periodisme anglo-americà. Ja va ser utilitzada a finals de la dècada de 1880 pel crític i poeta anglès Matthew Arnold per a designar les espectaculars transformacions que estava experimentant la premsa escrita

³¹ Johnson, op. cit., p. 88.

anglesa i estadounidenca durant aquells anys³². De llavors ençà, l'apel·latiu ha estat usat amb freqüència per a designar els successius canvis experimentats per la premsa de masses anglosaxona.

L'etiqueta *New Journalism* començà a fer-se familiar en el *milieu* periodístic estadounidenc a partir del 1965, en part gràcies a l'esclatant èxit obtingut per In Cold Blood³³, però sobretot a causa la creixent proliferació als diaris i *magazines* estadounidencs de treballs periodístics escrits mitjançant tècniques manllevades a la literatura de ficció. Segons Wolfe, sens dubte la figura més coneguda de la nova tendència,

"[...] the New Journalism was the term that caught on eventually. It was no "movement". There were no manifestos, clubs, salons, cliques; not even a saloon where the faithful gathered, since there was no

³² Anthony Smith, a The Newspaper. An International History, London, Thames and Hudson, 1979, p. 152, observa que

"The phrase 'new journalism' was first used by the poet Matthew Arnold of the lively work of the *Pall Mall Gazette* and its competitors in the late 1880s. This was indeed the seedbed of the twentieth-century commercial popular press. However, improved machinery and a diversifying market of readers have produced wave upon wave of 'new journalism' in the last hundred years."

Per la seva part, Jesús Timoteo Alvarez afirma que l'expressió *new journalism* designà, per als seus contemporanis, "la segunda o gran generación dela prensa de masas" desenvolupada durant la dècada de 1880 a Estats Units, Gran Bretanya i França (Historia y modelos de la comunicaci3n..., op. cit., 1987, pp. 52 i ss.).

³³ Tom Wolfe, op. cit., 1973, p. 26, reconeix així l'impuls que la novel·la reportatge de Capote donà al *New Journalism*:

"People of all sorts read *In Cold Blood*, people at every level of taste. Everybody was absorbed in it. Capote himself didn't call it journalism; far from it; he said he had invented a new literary genre, "the nonfiction novel". Nevertheless, his success gave the New Journalism, as it would soon be called, an overwhelming momentum."

faith and no creed. At the time, the mid-Sixties, one was aware only that all of a sudden there was some sort of artistic excitement in journalism, and that was a new thing in itself."³⁴

Des de mitjans de la dècada dels seixanta, una part important del *New Journalism* va ser publicada per la premsa convencional, tant pels més importants diaris d'informació general com, principalment, per les revistes i *magazines*.

Magazines de gran circulació com ara *Esquire*, *New York*, *Ramparts*, *The New Yorker*, *The Village Voice*, *Playboy*, *Harper's Magazine* o *Rolling Stone* començaren a publicar textos nou-periodístics i a alentar els seus autors. La novel·la reportatge de Truman Capote aparegué en quatre lliuraments successius a les planes de la prestigiosa *The New Yorker*; *The Black Panthers*, de Gene Marine, a *Ramparts*; *Slouching Towards Bethlehem*, de Joan Didion, a *The Saturday Evening Post*; i *Trip to Hanoi*, de l'assagista Susan Sontag, a *Esquire*.

Per la seva part, els grans diaris d'informació general tampoc no foren aliens a la tendència, i durant aquest anys iniciaren la publicació d'aquesta mena de peces, tant a les seves pàgines ordinàries com als seus suplementos dominicals o seccions especials. Així, per exemple, molts textos de Jimmy Breslin varen aparèixer a *The New York Herald Tribune*, i alguns de Norman Mailer, al suplement *The New York Times Magazine*.

Nelson assenyala que

³⁴ Wolfe, op. cit., 1973, p. 23.

"Although it confined itself mostly to magazines like *Esquire* and *New York* and the underground and alternative press, the "new journalism" undoubtedly influenced the content of more traditional publications, including daily newspapers. In the 1970s, articles in general-circulation magazines and features in newspapers, especially in special sections and locally edited magazine sections, carried many of the trappings of the "new journalism"."³⁵

Els diaris i revistes que hem citat varen encabir els treballs nou-periodístics a les seccions, subseccions i suplementes tradicionalment dedicats a la publicació de *features* i *soft news*: suplementes especials sobre cultura, llibres, arts, societat o espectacles; seccions dirigides a la dona, l'oci, el consum, l'entreteniment, la moda, el disseny, els viatges, la televisió, el cinema, la decoració o l'interès humà; i, especialment, als *magazines dominicals*, convertits en territori idoni per a aquesta mena de textos.

Pel que fa als diaris es pot dir, emprant els termes encunyats per Imbert, que les peces nou-periodístiques foren reservades, per disseny editorial, a les seves seccions *perifèriques*, no pas a les *centrals*³⁶. Aquesta marginació va permetre els diaris d'absorbir les innovacions nou-periodístiques sense modificar substancialment ni les seves rutines productives, ni les seccions d'opinió *centrals* -política, economia, internacional, opinió,

³⁵ Roy Paul Nelson, Articles and Features, op. cit., 1978, p. 16.
³⁶ Gérard Imbert proposa aquesta terminologia al seu article "La presse d'influence dominante et la production du réel: à propos de "El País"", dins Papers. Revista de Sociologia, núm 18, 1982, pp. 139-159.

societat-, ni tampoc la tradicional distinció entre gèneres informatius (*stories, news*) i d'opinió (*comments, views*). El sagrat paradigma periodístic resumit en el famós adagi *facts are sacred, comments are free* va resistir així l'embranchada d'una tendència periodística virtualment capaç de subvertir-lo.

El cas de les revistes va ser força diferent: el *New Journalism* hi trobà un cau acollidor. Bona part de les peces nou-periodístiques varen ser publicades per *magazines* de prestigi com ara *The New Yorker, The Village Voice* o *Esquire*, o bé per revistes nascudes del si de la contracultura, com *Rolling Stone*. Per raons de disseny editorial i fins de mercat, els *magazines* eren terreny abonat per a un tipus de periodisme que produïa textos més aviat llargs, acusadament personals, escrits amb estil força o del tot *novel·lesc*, centrats en aspectes palpitants de l'actualitat immediata i, en sintonia amb la tradició *muckraker*, elaborats per mitjà d'una investigació minuciosa.

3.4.3.2.3. Exercicis de voluntat radical

El primer que feia original i fins innovadora la tasca dels *new journalists* era la seva preferència per tractar fets, situacions i temes candents, en uns anys caracteritzats precisament pels trasbalsament, les convulsions i les ràpides transformacions que experimentaren la societat, la cultura, la política i els mitjans de comunicació de masses als Estats Units. Ni els *mass-media* establerts ni, segons Wolfe, els *novel·listes* de ficció

estaven en condicions de tractar o de recrear satisfactòriament els canvis descrits.

La incapacitat dels mitjans de comunicació per a retre compte de les noves situacions cal atribuir-la al fet que el caràcter conflictiu, rebel o fins revolucionari dels diversos moviments i *escenaris* de contestació i canvi social qüestionava el mateix discurs en què recolzaven; desbordats pels nous processos socials, els diaris i les revistes de l'*establishment*, al capdavant defensors de l'*american way of life*, tendien a construir un discurs informatiu basat en la tergiversació, la deformació o simplement en l'omissió de les qüestions conflictives del moment.

De més a més, la proliferació i la creixent influència social de les diverses manifestacions de la *counterculture* generà una radical desconfiança -sovint traduïda en denúncia explícita- envers la col·lusió entre les èlites de poder i la indústria de la informació. Els nous moviments crítics qüestionaren els pressupostos bàsics dels mitjans de comunicació estatunidencs, i fins atacaren frontalment el sagrat mite de l'*objectivitat* informativa, vista ara com un parany cognoscitiu i ja no com una garantia de veritat.

La nova *cultura crítica* va afectar profundament els periodistes més joves, pertanyents a la generació que impulsava la contestació política, cultural i social en les seves diverses formes. Aquests periodistes novells aviat varen prendre consciència que l'exercici ortodox de la seva professió, basat en el dogma de l'*objectivitat*, els feia particeps actius de l'elaboració d'un *discurs periodístic de masses* que jutjaven mistificador. En

paraules de Schudson, l'efecte falsejador de l'exercici acritic del periodisme es basava

"not in what they openly advocated but in the unexamined assumptions on which they based their professional practice and, most of all, in their conformity to the conventions of objective reporting. In this view, objectivity was not an ideal but a mystification. The slant of journalism lay not in explicit bias but in the social structure of news gathering which reinforced official viewpoints of social reality."³⁷

La major part dels *new journalists* i dels *new muckrakers* varen sorgir de les files d'aquesta generació. Però, el rebuig d'uns i d'altres envers la premsa establerta s'expressà de maneres diferents. Mentre que els nous periodistes ho varen fer per mitjà de la reivindicació de la subjectivitat, de l'acufat documental i de l'ús de procediments d'escriptura literaris, entesos com a vies necessàries per l'assoliment d'una veritat sempre relativa, els segons, en paraules de Johnson, es limitaren a fer èmfasi en "the facts, the data, and the form they can be given to make an argument, a scientific knowlegde, an objective picture"³⁸.

Un exemple destacat i alhora extrem de l'actitud critica característica dels *new journalists* era i és encara el periodisme *gonzo* de Hunter S. Thompson. Per comptes d'obtenir la informació des d'una prudent distància professional, Thompson s'insereix dins les situacions que tracta, fins al punt de fer-se'n coparticep. El fet de viure-les directament li permet de copsar-les com no podria

³⁷ Schudson, op. cit., pp. 162 i 163.

³⁸ Johnson, op. cit., p. 88.

fer-ho un reporter convencional. Al seu treball més important, Hell's Angels. A Strange and Terrible Saga (1966)³⁹, Thompson emprà aquest procediment per tal de conèixer des de dins, de manera semblant a la de James Agee, els protagonistes del seu reportatge novel·lat.

Thompson inicia la seva investigació partint de la desconfiança envers el discurs mistificador que els mitjans de comunicació establerts varen teixir sobre els Angels de l'Infern:

"Si algo demostraba la "saga de los Angeles del Infierno", era el poder sobrecogedor de la prensa neoyorquina. Los Angeles del Infierno tal como existen hoy, fueron prácticamente creados por *Time*, *Newsweek* i *The New York Times*."⁴⁰

Segons Thompson, el principal responsable de la llegenda negra que envoltà en Angels de l'Infern fou l'influent *The New York Times*:

"El *Times* aceptó sin ningún reparo el informe Lynch y se limitó a reproducirlo en forma muy condensada. El titular decía: CALIFORNIA TOMA MEDIDAS PARA ACABAR CON EL TERRORISMO DE LOS RUFIANES DE LAS MOTOS. El conjunto del artículo era bastante correcto, pero el titular era pura ficción: "La taberna de un pueblo apartado invadida por un grupo de motoristas indeseables, que se apoderaron de una cliente y la violaron. Al irse, esgrimieron armas y amenazaron a los presentes con terribles represalias si contaban lo que habían visto. Las autoridades tienen graves problemas para encontrar testigos dispuestos a declarar, y no digamos ya para detener y juzgar a los delincuentes".

Jamás ocurrió tal incidente. Fue creado, como una especie de montaje periodístico, por el corresponsal que destiló el informe. Pero el *Times* no lo escriben ni dirigen imbéciles, y cualquiera que haya trabajado más de dos meses en un periódico sabe cómo pueden introducirse salvaguardias técnicas hasta

³⁹ Hunter S. Thompson, Los Angeles del Infierno. Una extraña y terrible saga, Barcelona, Anagrama, 1980.

⁴⁰ Hunter S. Thompson, op. cit., p. 44.

en el artículo más disparatado, sin miedo a que pierda la capacidad de impresionar al lector. Todo consiste básicamente en tener la suficiente habilidad para publicar un artículo por el que no puedan exigirte responsabilidades legales. La clave de este arte es la palabra "supuesto". Otras claves son "según dijeron" (o "se afirma"), "se informó" y "de acuerdo con". En catorce breves párrafos periodísticos, el reportaje del *Times* incluía nuevas matizaciones de este género. [...] El resultado era una muestra de periodismo desvaído y emotivamente tendencioso, un trabajo de infima categoría que no habría hecho alzar una ceja ni inquietarse lo más mínimo a nadie si hubiese aparecido en cualquier otro periódico norteamericano... pero el *Times*, incluso cuando se equivoca, es un peso pesado, y el efecto de este artículo fue dar un sello de respetabilidad a unas noticias que eran, de hecho, un accidente fruto de la histeria y lleno de motivaciones políticas."⁴¹

Per a escriure el seu reportatge novel·lat sobre els Angels, Thompson va viure durant divuit mesos entre ells -amb esporàdiques absències. No va participar, evidentment, en les accions violentes dels motoristes, però els acompanyà assiduament i en compartí els ritus tribals, les cerimònies d'iniciació i la transhumància permanent d'un lloc a altre de la Costa Oest. El reporter no va escriure sobre aquesta experiència com un simple notari, ans com un participant crític que entestat a defugir tant l'apologia sistemàtica com la condemna fàcil.

Malgrat que el *New Journalism* va ser una tendència essencialment heterogènia, caracteritzada per l'acusada singularitat de cadascun dels seus cultivadors, l'actitud deontològica de H. S. Thompson és anàloga a la dels nous periodistes en conjunt. Per comptes d'elaborar relats informatius d'epidermis aparentment asèptica, neutral i objectiva, aquests periodistes reivindicaven i feien

⁴¹ Thompson, op. cit., pp. 44 i 45.

explicita la inevitable naturalesa *subjectiva* de la tasca del reporter.

Naturalment, aquest radical canvi d'actitud deontològica qüestionà no només els pressupostos ètics i ideològics del periodisme establert, sinó també, com més endavant examinarem, els mateixos procediments d'elaboració i d'escriptura de la informació. Tant l'estructura productiva dels mitjans de comunicació com les pautes i les rutines d'elaboració informativa aplicades pels professionals, intimament lligades a l'al·ludida *filosofia* periodística dominant, estan encaminades a suscitar en el lector la il·lusió de contemplar un mirall de la realitat social. Els nous periodistes, altrament, s'entossudiren a mostrar amb els seus treballs que els mitjans de comunicació establerts no emmirallen la realitat, sinó que més aviat l'afaiçonen o fins la construeixen.

3.4.3.2.4. Tot escoltant les palpitations del temps

En consonància amb el canvi d'actitud descrit, els nous periodistes tractaren sovint fets i situacions socials que la premsa hegemònica marginava, deformava o simplement silenciava. Els temes que els nous periodistes abordaren foren múltiples: Joe McGinnis s'ocupà de les campanyes publicitàries de promoció de Nixon a The Selling of the President (1969); John Gregory Dunne, de l'entrellat del negoci cinematogràfic a The Studio (1968); Robert Christgau, dels estralls de les dietes macrobiòtiques a Beth Ann and the Macrobioticism (1966); Tom Wolfe, dels costums i