

Els mèdia

UNA REFLEXIÓ SOBRE
EL PERIODISME CIUTADÀ

Santi Nolla



Periodista

Notícia falsa

El conseller delegat d'Apple, Steve Jobs, va ser el protagonista d'una informació que va encetar el debat sobre el rigor informatiu als Estats Units. La notícia falsa sobre un atac cardíac sofert per Jobs es va propagar per internet i va provocar pànic en el sector. La notícia l'havia recollit, en la seva pàgina web, la cadena de televisió CNN a través de Reporter, un lloc d'internet de la seva propietat en què els usuaris contribueixen amb els seus articles. La CNN va haver de retirar la notícia immediatament quan Apple va confirmar que el seu cap, que pateix un càncer de pàncrees, seguia viu.

EL DEBAT SOBRE EL PERIODISME CIUTADÀ es va fer ràpid a Estats Units. Els mitjans de comunicació tradicionals han recorregut a la participació ciutadana per mantenir la seva audiència davant la pressió dels blogs i publicacions independents. En el món de la premsa nord-americana hi ha bloguers molt influents, i molt sovint les grans cadenes de televisió o diaris es nodreixen de xarxes socials d'internet per cobrir informacions puntuals i oferir testimonis als quals cap reporter pot arribar.

EL PERIODISME CIUTADÀ CONVERTEIX qualsevol persona amb accés a internet i alguna cosa per explicar en potencial periodista. Però el rigor no és una de les principals virtuts d'aquest nou estil periodístic, sensacional per la participació, però qüestionable en la credibilitat.

L'ARRIBADA DELS ÚLTIMS HURACANS va fer que moltes televisions nord-americanes comptessin amb els comentaris i la informació compartida per membres de MySpace o Facebook, dues de les grans xarxes socials que estan traient protagonisme a YouTube, fins ara el portal més mediàtic del món.

FACEBOOK ÉS UNA COMUNITAT BASADA en una web que permet a les persones contactar amb els seus amics i altres persones per compartir gustos i sentiments. El 2007 va tenir més de 19 milions de membres en tot el món. El 2008 va llançar les versions en francès, alemany i espanyol. La cadena de televisió CNB va firmar recentment un acord amb la xarxa social LinkedIn per difondre continguts generats per als 27 milions d'usuaris d'aquest lloc d'internet especialitzat en contactes professionals. El periodis-



MONTESOL

“Per Rory Cellan-Jones, reporter expert en tecnologia de la BBC, els grans mitjans de comunicació són els que més hi poden perdre si descuiden el control sobre les contribucions de les seves audiències”

me ciutadà té cada vegada més espai i compleix un paper important “en l'ecosistema dels mitjans de comunicació”, com va dir Dan Gilmor, de la Universitat d'Arizona. Però en el cas del fals atac de cor de Steve Jobs hi va haver també altres conseqüències: va provocar el pànic dels inversors i va afectar les accions en borsa fins que Apple va sortir a desmentir la informació.

ÉS PRIORITARI SER CURÓS A LA XARXA. Per Rory Cellan-Jones, periodista especialitzat en tecnologia de la BBC, els grans mitjans de comunicació són els que més hi poden perdre si descuiden el control sobre les contribucions de les seves audiències. “La frontera entre el periodisme professional i l'aficionat s'està tornant més borrosa”, va publicar Cellan-Jones en el seu blog, després del fals atac sofert per Jobs. “Però si un mitjà professional publica una informació falsa d'un periodista aficionat, quina reputació és la que pateix?”, es va preguntar.

RESULTA EVIDENT QUE LES XARXES SOCIALS estan de moda i que molts diaris dels Estats Units estan incorporant a les seves edicions electròniques funcions comunes en les xarxes socials *online* per atreure més lectors. El diari *The New York Times* està provant un servei anomenat TimesPeople, que permet als usuaris veure quins articles han llegit o han recomanat als seus contactes. *The Wall Street Journal* inclourà en el seu format elements comuns de les xarxes socials d'internet. D'aquesta forma, els subscriptors del diari podran crear pàgines amb perfils personals i informació sobre la seva activitat professional, interessos personals, crear fòrums de discussió o comentar articles.

AQUESTES XARXES SOCIALS FORMEN part del menú de les eleccions nord-americanes. Quan va començar la campanya, de tots els candidats, el demòcrata Barack Obama era qui tenia més seguidors a la xarxa. Amb més de 160.000 amics a Facebook, uns 200.000 a MySpace i més de 4.500.000 vídeos vistos a YouTube a final de l'any 2007, pràcticament duplicava la seva immediata seguidora, la també demòcrata Hillary Clinton i el favorit de la xarxa entre els republicans, Ron Paul, que no va traduir la seva popularitat a internet amb bons números a les enquestes.

En defensa del lector



David Caminada

Cap d'Opinió dcaminada@avui.cat

La selecció de les cartes al director (I)

La gestió de les cartes al director, publicades diàriament a la pàgina 4 de l'AVUI sota l'epígraf *El racó dels lectors*, no és una tasca fàcil. Gràcies a Internet, són moltíssimes les cartes que cada dia els lectors envien a l'e-mail de Bústia. Lectors més antics o més joves, subscriptors de tota la vida o acabats d'apuntar-

s'hi, seguidors incondicionals o espontanis, partidaris d'una visió política o d'una altra... Tots ells expliquen experiències viscudes, manifesten pensaments i opinions sobre política, economia, valors, denuncien fets que han vist, o expressen, simplement i de forma pública, un agraïment. Moltes històries

que al diari li agradaria recollir. No obstant això, el fet de rebre, cada dia, desenes de cartes (sobretot per e-mail, però també algunes per correu postal) i la limitació de l'espai per a les bústies obliga a fer-ne un complex procés de selecció que, a vegades, no deixa del tot satisfets alguns lectors. És el cas de Froilan Franco,

docent de professió, que es declara “una miqueta enrabiat” perquè l'AVUI no va publicar un escrit seu el 5 d'octubre passat, un dia que, a més del seu sant, era la Diada Mundial dels Docents. “L'AVUI ja no em fa cas i deu ésser perquè sóc un vell lector i subscriptor”, opina Froilan Franco. Començàvem l'article subrat-

llant la dificultat de triar les cartes. Així, més enllà dels criteris que el diari aplica en aquesta selecció (i que tractarem la setmana vinent), els lectors no hi han de buscar cap més misteri ni fantasma que l'exigència d'adaptar un espai (limitat) a un volum de cartes que moltes setmanes supera amb escreix el miler.

Els nostres clàssics

Josep Maria Casasús

Catedràtic de periodisme a la UPF



Recomano dos llibres novells per si voleu aprofundir en els clàssics del nostre periodisme. Pel juny va sortir el *Periodisme? Permetin!*, de Quim Torra i Pla, advocat i escriptor. Tracta de la vida i obra d'Eugeni Xammar, el periodista que amb Gaziel i Josep Pla foren els tres tenors de la modernització del periodisme català en els anys 20 i 30 del segle XX. Ara tenim *La nació és la llengua*, de Jaume Comesllas i Colldeforns, professor a la Pompeu Fabra. En aquesta obra descriu el Joan Maragall periodista i el seu pensament lingüístic. Els quatre clàssics esmentats, juntament amb altres, com Mañé i Flaquer, Eugeni d'Ors i Rovira i Virgili, encapçalen el primer canó periodístic català que vaig defensar el 1985 amb la meua tesi doctoral. Després s'han proposat canons millors. Per què són clàssics aquests quatre periodistes? Els articles de Maragall feren forat. Sobretot els de la trilogia de la Setmana Tràgica. Ell era, però, la fita cabdal del periodisme d'opinió, la mena d'articulisme que havia senyorejat a Catalunya durant el segle XIX. Era un periodisme de taula de despatx o de menjador, sovint de gran volada. Les cròniques de Xammar, Gaziel i Pla (la tríada, com hom l'anomena en el pròleg a l'obra de Quim Torra) aportaven a la premsa catalana l'aire fresc de les periodístiques més avançades: la passió pels fets, el trepitjar terrenys de guerra o en crisi. Eren testimonis directes dels grans esdeveniments d'uns anys decisius, molt més agitats que els nostres, tot i que no ho semblava si mengem el menú que diaris, ràdio i televisió ens donen cada dia. Si a vós, lector, no us agrada la feina que fem els periodistes d'ara, retorneu als clàssics, si us plau. *Periodisme?... perdonin.* jmccasasus@gisp.com