

lingüístic addicional per als qui volen canviar el món: vist que el capitalisme ja no existeix perquè ha esdevingut innominable, quasi ningú no s'enfadarà gaire quan els altres utòpics, els de baix, el capgirin ben capgirat. No passarà pas com al 17. Aquesta prudent línia d'actuació pot servir per a recuperar la bona pàtina de la paraula "utopia", el seu valor moral (no volem aquest món, volem un altre món), i posar de manifest, a més, la nostra simpatia a persones que no es van anomenar elles mateixes utopistes però que, en canvi, tenien el valor moral

dels utòpics i que han estat anomenades "utòpiques" pels historiadors de les idees. Per exemple, Girolamo Savonarola (que cal començar a enyorar). O Thomas Müntzer (que podria ser un dirigent de masses excel·lent en un final de segle per a ex-camperols exclosos de tot). O Bartolomé de las Casas (exemple, si cap n'hi ha a l'hora d'abordar el tema del nostre temps, del xoc entre cultures). O, per què no?, Karl Marx (que a força d'equivocar-se en totes les altres coses ha acabat encertant només allò que és fonamental). **Francisco Fernández Buey**



El lector opina

Preparats per al canvi?

Vull felicitar-vos pel "Debat" sobre premsa que va publicar el mes passat, al mateix temps que em faig aquesta reflexió: però estem preparats per al canvi? Ho faig tot recordant un article publicat en la pre-transició –en realitat, no se me n'ha anat del cap des de llavors; crec que era de José Aumente i li va costar una multa i el tancament del setmanari *Triunfo*.

Està disposat el corporativisme periodístic a acceptar la intervenció directa de la gent en la difusió de les idees? Estan disposats els polítics a permetre aquesta intervenció incontrolada, o prefereixen negociar amb les grans agències informatives? I, com diu l'article, on són els intel·lectuals o les persones d'idees amb esperit crític i dialèctic, disposades a fer quelcom més que nedar i guardar la roba? El canvi és un fet i podem conformar-nos amb una interactivitat modesta que ens defensa del dirigisme informatiu.

Pere Julian

(Correu Electrònic. A través de Sit-Edit Mediterrània)

Pensar no és moda

"Digues-me què llegeixes i et diré qui ets". Amb aquesta frase tan senzilla podríem resumir el paper de la premsa d'avui, colorista i partidista. Em sembla que hem arribat a un punt en el qual l'objectivitat no existeix i, per tant, les informacions han de llegir-se entre línies. Encara bo que tots sabem de quin peu calça tal diari o tal revista, i això ens facilita la tasca.

Aquest fet té alguns avantatges, però també inconvenients. Els punts positius són que ja saps a quin mitjà t'has d'adreçar segons les teves preferències polítiques, ideològiques, etc. L'inconvenient és que fomenta encara més la tendència a la unicitat, a enquadrar la nostra visió de món. Actualment, per tal de tenir diverses visions de la realitat que ens envolta, cal comprar-se diversos mitjans de comunicació diàriament, i tal com va l'economia, hi ha pocs privilegiats que es puguin permetre aquest luxe. Però, és clar, ja sabem que, com menys pensem millor, i amb un sol diari que ens digui allò que volem llegir ja n'hi ha prou.

*Iolanda Pàmies Rimbau
Reus (Baix Camp)*