

“Els mitjans dels EUA havien girat l'esquena al món”

Tom Goldstein és degà de l'Escola de Periodisme de la Columbia University de Nova York des de 1997, i abans ho era de la Universitat de Berkeley (Califòrnia). Publica articles d'opinió a 'The New York Times' i ha escrit també a 'The Wall Street Journal' i 'Rolling Stone'. Goldstein analitza com els atemptats de l'11 de setembre han afectat els mitjans de comunicació nord-americans.

Tom Goldstein, que ha estat degà de les dues facultats de periodisme de més renom als Estats Units –primer la de Berkeley i ara la de Columbia–, ha estat a Barcelona per lliurar els diplomes de la tercera edició del màster de periodisme que organitzen conjuntament la Fundació de Formació Continuada Les Hores, de la Universitat de Barcelona, i la Columbia University, de Nova York.

Goldstein és autor de *The news at any cost: How journalist compromise their ethics to shape the news* (1985) i *Killing the messenger: 100 years of Press Criticism* (1989) i va ser cap de premsa de l'alcalde de Nova York entre 1980 i 1982. A la Universitat de Columbia imparteix una assignatura sobre els canvis experimentats pel periodisme –i les empreses de comunicació– dels anys setanta ençà.

—Com han afectat els atemptats de l'11 de setembre els mitjans de comunicació nord-americans?

—Immediatament després de l'11 de setembre tots els mitjans de comunicació es van preparar i van fer una cobertura increïblement bona. El que veiem fora dels Estats Units són la CNN i algunes televisions, però no hem d'oblidar que els diaris, especialment els grans –*The New York Times*, *The Wall Street Journal*, *The Washington Post*, *Los Angeles Times*– van fer una cobertura molt completa i continuen fent-la. Una mi-

ca com en els temps d'or del periodisme nord-americà, quan els beneficis i els rendiments no eren l'objectiu principal i senzillament s'intentava fer el millor tipus de periodisme, independentment dels costos. Però, dit això, l'11 de setembre va ser un gran recordatori per als mitjans nord-americans, perquè, d'alguna manera, els mitjans havien girat l'esquena a la resta del món. Això és una ironia important en una època de major globalització. La major part dels mitjans, no tots però la major part, havien tallat la seva informació internacional i es van veure necessitats d'actualitzar-se en unes situacions més i més difícils.

—Han intentat també explicar el que passava a l'Afganistan i els països del seu entorn?

—Sí. Ho intentaven i van fer tot el que van poder, però moltes persones no tenien ni l'experiència ni la comprensió. I el que fa que sigui una història difícil d'explicar és que l'accés a la informació és limitat. Hi ha barreres lingüístiques, geogràfiques i barreres tecnològiques, i sota les circumstàncies que vam haver d'enfrontar, penso que els periodistes ho van fer molt i molt bé.

—Dèieu abans que els mitjans han reaccionat a aquesta crisi prioritant el periodisme per damunt dels costos?

—Si tornem a l'època de la Segona Guerra Mundial, quan alguns dels grans diaris tenien la possibilitat de

fer una cobertura completa de les notícies, quan hi havia poc paper i haurien pogut optar per estalviar, van triar com a prioritari l'interès del públic. Penso que és massa d'hora per avaluar què va passar des d'un punt de vista financer aquesta tardor passada, però, certament, els grans diaris van triar cobrir-ho tot més que no pas guanyar diners. *The New York Times*, durant uns quatre mesos, va tenir una secció especial dedicada al tema. I sense publicitat! I ha estat felicitat per això perquè era una cosa costosa de fer i el públic lector va augmentar.

—També hi va haver televisions que van reaccionar i van fer sortir els presentadors dels telenotícies amb banderes dels Estats Units. Treu objectivitat, això?

—No tots els mitjans ho van fer i el patriotisme que es va veure immediatament després d'aquests atacs aterridors va desaparèixer poc després. Només uns pocs periodistes van continuar portant banderes o pins, després dels primers dos dies. Penso que hi ha una comprensió generalitzada entre els periodistes seriosos, però el professionalisme requereix un distanciament de l'esdeveniment.

—Com creu que han tractat després la guerra de l'Afganistan. Han fet cròniques bèl·liques —descripcions de com avançaven les tropes nord-americanes— o s'ha aprofundit també en la situació de l'Afganistan?

—Es va intentar entendre la realitat del país, però parlem d'una cobertura nord-americana. Venien dels Estats Units i han fet una cobertura des d'una perspectiva nord-americana. Les persones independents i crítiques amb el Govern dels Estats Units hi eren, però, és clar, a l'hora de triar un bàndol, com en qualsevol cobertura d'una guerra, tens un biaix cap al teu país. I el que és molt interessant pel que passa ara —i espero que quan es publiqui aquesta entrevista, el periodista de *The Wall Street Journal*, Daniel Pearl, estigui lliure—, el que resta és que Pearl estava veritablement intentant arribar al cor de la situació. I el missatge que Paul Steiger,

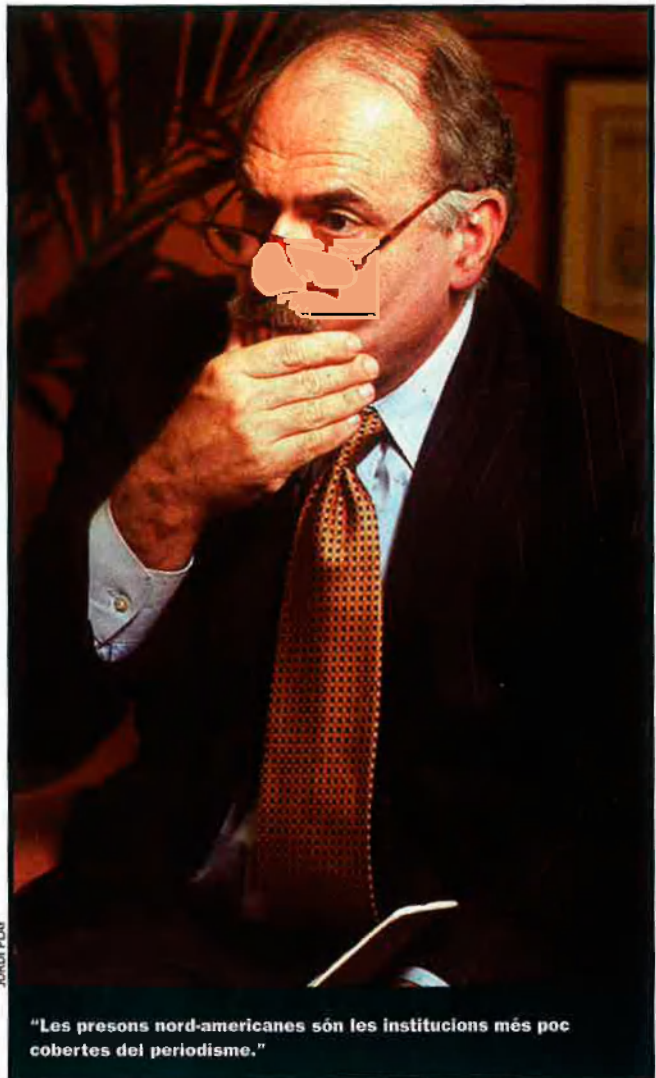
el director general del *The Wall Street Journal*, ha enviat als segrestadors és "no feu mal al periodista, sinó permeteu-li fer un informe sobre les queixes de la situació dels segrestadors". Això suggereix que el periodista és un misatger neutre que intenta arribar a la veritat. I, evidentment, el periodista no representa la visió del Govern nord-americà. Amb tot això es veu aquesta internacionalització de la perspectiva dels periodistes.

—En aquest seguiment de la guerra, els mitjans han continuat la prioritització del periodisme per sobre dels interessos econòmics?

—Fins a un cert punt, però no de manera tan clara com al començament. Però hi ha hagut una renovació del nostre sentit d'orgull professional.

—Davant del tractament que estan rebent els presos d'Al-Qaida a Guantánamo, com han reaccionat els mitjans i com creu que han de reaccionar?

—No està clar com se'ls està tractant. Part del problema és que no hi ha periodistes que siguin allà cobrint-ho. Perquè és difícil cobrir-ho. Espero que hi hagi una cobertura periodística forta i sòlida. Això ens porta al fet que un sociòleg, Erving Goffman, va anomenar les institucions tancaades o institucions totals. Són institucions que no estan obertes a l'escrutini periodístic. Penso que, per necessitat, en aquests moments, hem d'acceptar la versió governamental



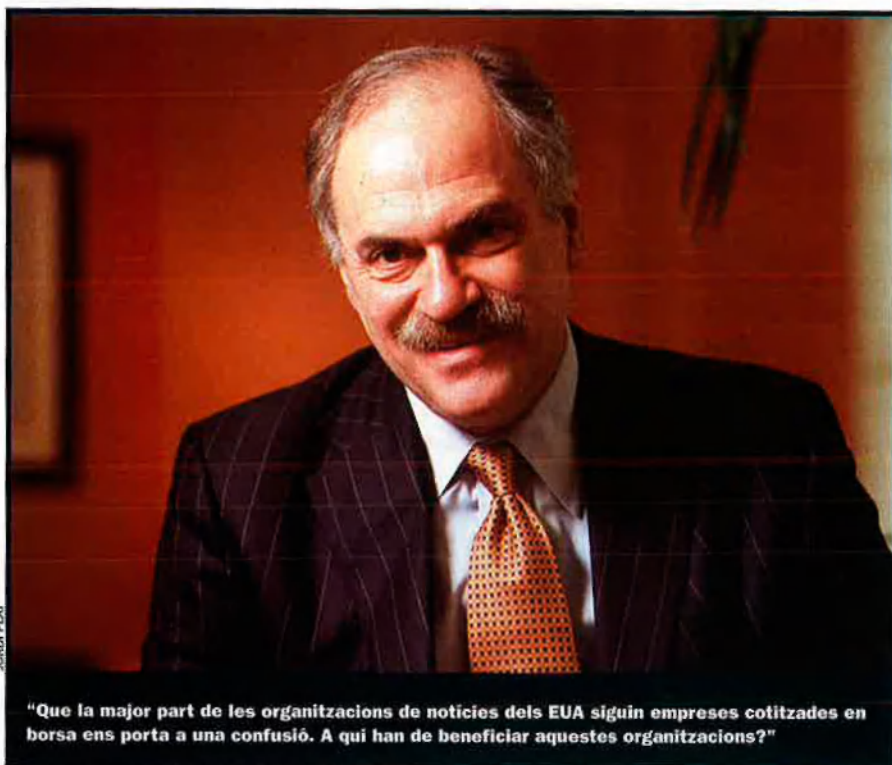
dels fets. Una bona cobertura periodística ens permetria arribar al centre de la història.

—Aquesta cobertura periodística, a més, és fonamental per a la democràcia.

—Clar que sí. Però no només en èpoques de guerra. I les presons dels Estats Units són, potser, les institucions més poc cobertes pel periodisme. Esperem que els periodistes segueixin aquests temes i no acceptin a ulls clucs les coses que diu el Govern.

—Un dels fenòmens que vostè ha analitzat en profunditat és la concentració dels mitjans de comunicació i la introducció d'empreses alienes a aquest àmbit dins o al capdavant dels mitjans. Quines conseqüències té aquesta concentració?

—Per donar perspectiva al tema: quan jo vaig començar en el món pe-



riodístic a la fi dels seixanta, la majoria dels diaris eren empreses familiars i les tres cadenes de televisió que hi havia aleshores estaven gestionades pels seus fundadors, individus molt forts. De manera que en una mica més d'una generació hem estat testimonis d'uns canvis estructurals enormes. Alguns canvis han estat per bé i altres potser no.

— Per exemple?

— Per exemple, l'ABC News, que actualment és propietat de la Disney Corporation. ABC News ha fet una feina excel·lent a l'hora de cobrir els esdeveniments de l'11 de setembre i posteriors. El president d'ABC News ha dit, i l'hem de creure, que els fons enormes de la Disney han permès a ABC fer aquesta cobertura extraordinària sense pensar en els costos que això implicava. De manera que potser els ha permès cobrir coses que no haguessin pogut fer sense la Disney. D'altra banda, el fet que la major part de les organitzacions de notícies siguin actualment empreses cotitzades en borsa ens porta a una confusió pel que fa a la seva missió. A qui han de beneficiar aquestes organitzacions?

— Als accionistes?

— Als accionistes o al públic? Pot haver-hi un conflicte d'interessos. I això s'ha de resoldre d'alguna manera. A més, hi ha un punt de compliació addicional. En l'època daurada del periodisme nord-americà, alguns diaris regentats per famílies eren molt bons però altres eren espantosos. De manera que és molt difícil establir una generalització concreta per aquest tema. És un paisatge periodístic molt diferent. I encara ha de canviar un altre cop per part d'Internet. Hem passat la primera fase en què molts empresaris han entrat i han sortit, però alguns s'hi han quedat. I hi ha moltes més persones que proporcionen més notícies que en el passat i moltes més veus independents.

— Creu que Internet afectarà negativament els mitjans de comunicació convencionals?

— Aquest tema està en constant evolució. Hi ha un periodisme a través d'Internet que és extraordinari, i un altre tipus de periodisme que no ho és. Hi ha diferents estàndards. Una de les coses que es va fer evident aquesta tardor, per a mi i per a molts dels meus col·legues, és la fortalesa de

la BBC. La plana de la web de la BBC supera en molt la qualitat de qualsevol plana a la xarxa dels Estats Units. El costat negatiu d'Internet és intentar saber què és veritat, què és verificable i que és autèntic. Encara no hem desenvolupat cap protocol que ens suggereixi com podem determinar i definir l'autenticitat. De manera que és un mitjà en constant evolució, però és una gran promesa.

— Com a degà de la Facultat de Periodisme de la Universitat de Columbia, creu que s'ha de preparar els periodistes d'una manera concreta o només amb les particularitats del nou mitjà?

— Sí i no. Hi ha persones que s'especialitzen en l'ensenyament d'aquests nous mitjans i hi ha estudiants que s'especialitzen en aquest àmbit, però les pedres angulars, els maons que construeixen Internet són justament les variables tradicionals: bona escriptura, bona recerca, bones entrevistes i fer-ho amb un ventall de mitjans. Penso que escriure bé és el fonament de totes les diferents formes de mitjans, incloent-hi Internet.

— I quin efecte tindrà sobre la premsa, la ràdio i la televisió?

— Ara vivim un període de reflexió. Si haguéssim mantingut aquesta conversa fa dos anys, la promesa d'Internet potser hagués estat exagerada. La gent va córrer massa i als Estats Units hi ha hagut moltes víctimes: moltes organitzacions de notícies van córrer cap a la xarxa i el que ara es troben els diaris i les emissores és que no pots donar una cosa gratuïtament de manera indefinida. Al final, cal una base econòmica que ho sustenti.

— Suposo que qualsevol mitjà acabarà finançant-se amb la publicitat.

— No necessàriament. Pot haver-hi algun tipus de subscripció, però el fet és que encara no tenim un model d'èxit. Als Estats Units, el model més reeixit és el de *The Wall Street Journal* en línia, que té 600.000 subscriptors i, malgrat això, encara perd diners.

— Déu n'hi do.

— Però aquest mitjà està a les beceroles. És només el començament, això.

Alex Milian