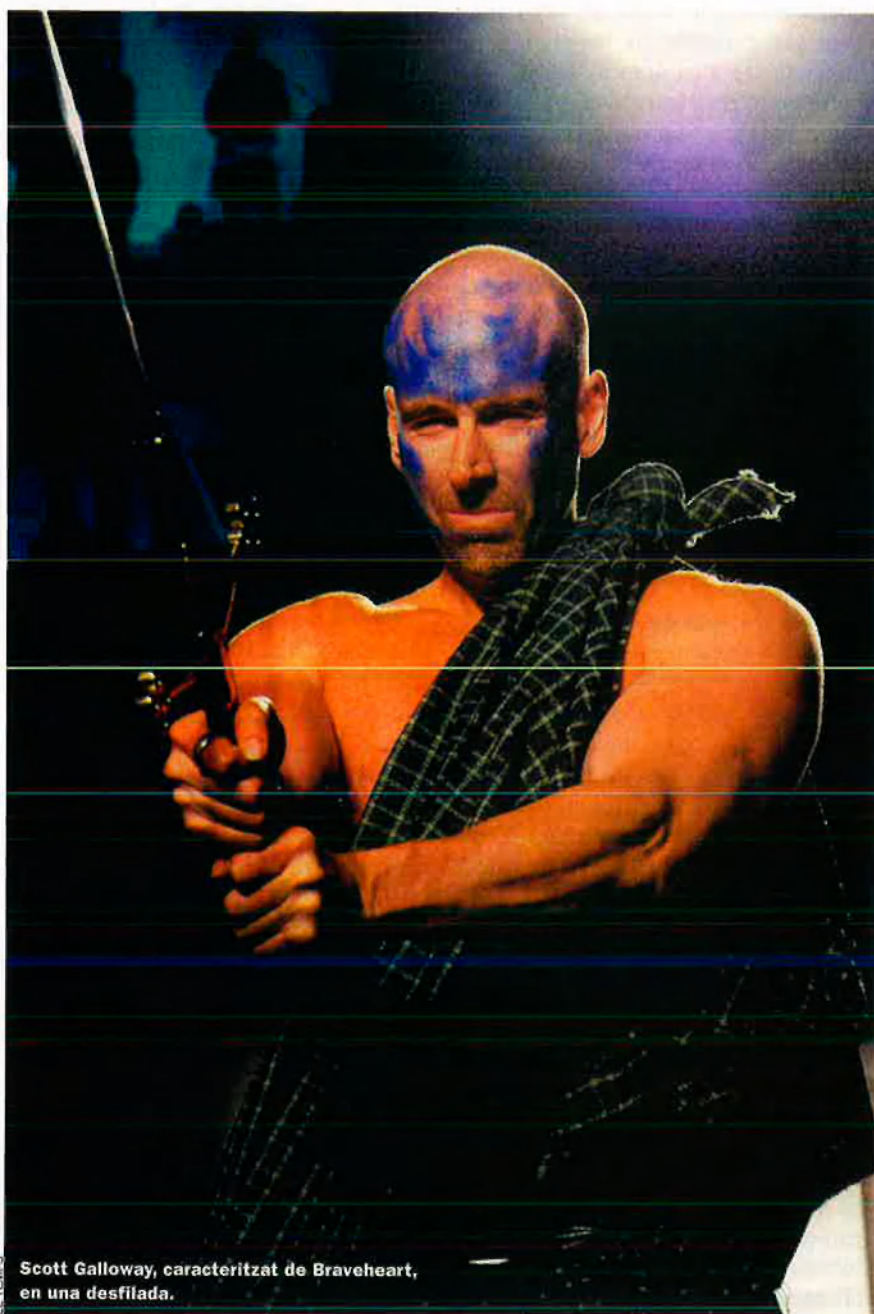


Una lluita aferrissada s'ha desfermat al voltant del diari més famós del món: un grup de gestors financers ha comprat el 20% del 'New York Times' i hi vol forçar un cop de timó. D'ara endavant comptarà tan sols el benefici, en detriment del periodisme de qualitat?

## Bàrbars a les portes



EL TEMPS Scott Galloway, caracteritzat de Braveheart, en una desfilada.

**D**illuns de vesprada de la setmana passada, poc abans de les 18 hores, Universitat de Nova York: un home de gran estatura, amb gorra i camisa de barres grises i blanques entra a l'aula 1-70 i es planta a la tarima.

És Scott Galloway, professor de màrqueting, gestor de fons de cobertura i, des de fa poc, misteriós accionista majoritari del *New York Times* amb una missió incerta: gairebé no se sap res d'ell, no concedeix entrevistes, les compareixences en públic són escasses, fins i tot el seu curs a la Universitat es fa a porta tancada.

A l'horari hi consta un curs de tres hores sobre direcció moderna de marca. Però la primera lliçó és sobre puntualitat: els estudiants que apareixen a les 18:01 són invitats a tornar a sortir. Alguns altres reben un bonegó pel fet de parlar amb inseguretat.

Galloway interromp sense miraments qualsevulla que comence una frase amb l'expressió "A mi em sembla que...". "Qui limita i relativitza ell sol el seu missatge, no té res a dir", brama a cada intervenció. Un aperitiu de les futures reunions del consell de redacció?

L'inversor financer amb títol de professor s'ha guanyat una fama d'àguila, i la classe és plena. Cinquanta estudiants segueixen l'aventura per internet. Ara parla de reserves de vols. Galloway projecta a la paret la web d'Air France: cel blau, ambient mediterrani amb posta de sol inclosa, un home assegut còmodament en una terrassa.

"Oh, com m'agradaria ser al seu lloc", s'exclama. Aleshores obre la web d'American Airlines, farcit de textos, xifres i tota mena d'informacions –"detestable", exclama el docent. Segueix la web d'una cadena d'hotels que usa el reclam d'una dona despullada a la dutxa: "El sexe mai no és cap mala opció", diu. En aquest moment, un comença a intuir com deu imaginar-se un diari d'èxit.

**Des del gener s'ordeix una lluita de poder al voltant del 'New York Times'.** D'una banda, hi ha Galloway, 43 anys, un cerca-raons que va sortir en una desfilada de models com Mel Gibson, amb el tors musculós i mig nu, el cap afaitat i la cara untada de color



Arthur Ochs Sulzberger

fosc. Amb les dues mans brandava una espasa, disposat a usar-la.

I, d'una altra, Arthur Ochs Sulzberger Jr, l'editor perepunyetes del *Times*, hereu d'una centenària dinastia d'editors, del tipus clàssic i sofisticat, amb vestit blau marí i corbata.

El repartiment de papers és clar: els bàrbars volen esberlar el darrer bastió de la premsa seriosa dels EUA —almenys, ho sembla des d'un punt de vista òptic. Setmana rere setmana, escala el conflicte arran del diari més famós del món.

5%, 10%, 15%: Galloway i els seus companys d'armes tallen conseqüentment a la borsa les seues participacions de l'editorial —cada vegada més feble— del *NY Times*. Els fons de cobertura Harbinger Capital Partners i Firebrands Partners, fins ara desconeguts, ja hi han invertit 500 milions de dòlars. Des de la setmana passada, amb el 19%, es troben igualats a la fa-

mília Sulzberger, que la gent del diari a Manhattan anomena amb veneració "la família".

Abans de la propera junta general el 22 d'abril —normalment un acte amistós i familiar— es juga el futur del *NY Times*, un dels darrers alcàssers de la potència mediàtica nord-americana que havien restat incòlumes als malabarismes financers.

Els fons de cobertura i les societats d'inversió privades intenten d'un temps ençà desballestar la premsa del país. Cadenes de diaris de renom com Knight Ridder (*Miami Herald*) han sucumbit a la seua pressió: han estat comprades i desmembrades. Entretant, a *Los Angeles Times* hi dimiteix cada any un redactor en cap, en protesta per les successives rondes d'acomiadaments a l'editorial.

I al *Wall Street Journal*, l'entrada del famós magnat mediàtic australo-americà Rupert Murdoch, famós per la seua

tossuderia, va desfermar una onada de protesta: lectors i redactors malden per conservar-hi la independència de la prestigiosa secció d'economia.

**Diaris a la borsa.** Gairebé totes les editorials dels EUA cotitzen avui dia a la borsa. Si, com passa, les tirades, la venda de publicitat i el curs de les accions cauen dràsticament, molt pocs diaris seran immunes a les adquisicions hostils. Els programes d'estalvi i els acomiadaments dictats per les borses fan l'escàs periodisme de qualitat encara més rar.

Tan sols el *New York Times* semblava esquivar fins ara aqueixos atacs. Mentre uns altres ratllaven i esborraven, la família Sulzberger construïa tranquil·lament un gratacel de 52 pisos al cor de Manhattan —des de l'any passat, 26 pisos acullen la seu de l'editorial i de l'enorme redacció. Tan sols per a produir informes de l'Iraq, el periòdic

## Els grans diaris als EUA

Mitjana de vendes diàries entre l'1 d'abril i el 30 de setembre del 2007.



destina una partida de tres milions de dòlars l'any. S'acabaran aviat, aquestes extravagàncies?

Galloway i els seus socis no lluiten tan sols per seients al comitè de supervisió de la societat. També hi volen forçar un cop de timó radical, vendre's les empreses filials de l'editorial i invertir molt més en internet que no ho feia fins ara *la família*.

"La màxima amenaça" per al diari, escriu Galloway en una carta a Sulzberger, consisteix en "l'afebliment continuat del model empresarial i la destrucció del valor de les accions". Ras i curt: els accionistes reben, en opinió

seua, massa pocs beneficis.

En el combat entre antics accionistes i nous es juga el futur del periodisme de qualitat i la recerca de l'estratègia adequada: durant quant de temps més es podrà finançar l'onerós aparell d'investigació del Times? Creixen prou de pressa els ingressos derivats de la publicitat a internet?

I què pretèn Galloway exactament? Vol passar a la història com un lluitador pels drets dels accionistes o, senzillament, fer caixa?

El seu balanç econòmic és ambivalent: el 1997 fundà sota el boom del comerç electrònic l'empresa de lliurament d'obsequis RedEnvelope. una societat que actualment presenta nombres ben vermells. La seua inversió en el fabricant d'ordinadors Gateway, però, va portar esplèndids beneficis.

"Fracassar no és cap estigma", afirma Galloway en el seu seminari a la universitat, "és la força més gran del nostre sistema econòmic".

Galloway adora la provocació. Balla sobre la tarima com un boxador, a cada instant desafia els seus estudiants. Adés i ara provoca amb al-Qaida com a marca, que va assolir notorietat global de zero a cent amb una velocitat rècord, i que "fou genial". Acte seguit la mamprèn contra els grans directius, amb edats compreses entre els 50 i els 65: "No subestimeu mai el poder de l'ego, fins i tot tractant-se d'inversions multimilionàries", afirma. En aquest grup d'edat s'inclouen, per exemple,

Arthur Sulzberger i el redactor en cap del *NY Times*, Bill Keller.

Sovint s'entusiasma pel valor de les marques conegudes. Cada set anys es duplica el nombre d'anuncis destinats a martellejar els consumidors. "Mercats afegits signifiquen valor per als accionistes". Aquesta és una cara del front.

Arthur Gelb és l'altra cara. Al cosmos del *New York Times* és l'eminència grisa. El 1944 va començar com a xic de fer encàrrecs. Com a crític teatral va conèixer Barbra Streisand i Woody Allen, i més tard es convertí en membre del consell de redacció. Representa una tradició orgullosa, una època en què el *Times* era una autoritat indiscutida i dictava l'agenda del país.

"Hem marcat l'estàndard per a tots els periòdics i canals de televisió", afirma. "Cap moderador no hauria gosat posar-se davant de les càmeres sense saber la nostra opinió". Ara té 84 anys. Els temps han canviat, molts americans obtenen la informació, sovint, a partir de blogs o *telecroats* incendiàries, com Bill O'Reilly.

I també el *Times* ha canviat. Cada volta més sovint, escàndols i negligències han entelat el diari i la seua credibilitat. La llista abasta des del suport inicial a la guerra de l'Iraq fins als falsos informes del reporter Jayson Blair, passant per l'afer Judith Miller, una periodista que fou aclamada per Sulzberger com a heroïna de la llibertat d'expressió perquè es va negar a traïr les seues fonts, ni tan sols a la presó -i que després va haver de plegar, perquè era massa pròxima al govern de George W. Bush.

Recentment, un informe pobrament documentat sobre un suposat afer, fa anys, entre el candidat a la presidència pels republicans, John McCain, amb una *lobbista* va desfermar una virulenta onada de protestes entre els lectors.

Gelb, tanmateix, fulleja cada matí ple de goig el seu vell diari. "La nostra democràcia el necessita com l'aire", postula. I la millor garantia per a la seua permanència és, es clar, *la família*.

"El diari és sacrosant per a ells, no el retrans mai", diu Gelb, que coneix cada Sulzberger, des de l'avi fins al nét. El seu món i el de Galloway són incompa-

tibles. Les constriccions econòmiques, però, podrien fer-los indissociables, puix que en matèria empresarial els Sulzberger no sempre han demostrat tenir bona mà.

Heus ací la compra del "Boston Globe" per una cabassada de milions: la inversió totalment sobrevalorada dels anys 90 encara no s'ha acabat de pagar. O la participació en l'equip de beisbol de Boston, els Red Sox –trionfadors esportivament, però completament irrelevants per a la promoció del hòlding mediàtic. O l'ampli programa de recompra d'accions: no ha alterat el curs del mercat, malgrat que ha costat molts diners, necessaris per a més menesters.

Amb la seua nova torre *Times*, els Sulzberger han tornat a crear un símbol: el gratacel, dissenyat per Renzo Piano, és el tercer més alt de la ciutat. Els burletes consideren l'editorial des de llavors com una societat immobiliària, amb l'apèndix d'un diari.

En temps econòmicament saludables, tot això es veia com un passatemps car.

Però els temps han canviat. Els ingressos per publicitat fa anys que minven, els rèdits van caure del 18% d'antany al 8% de l'any passat. El curs de les accions es va arribar a desplomar de 52 dòlars fins a 15. A mitjan febrer es van suprimir 100 llocs de redacció de més de 1.300.

Això fins ara només passava a la competència. Al *Times* es considerava que una certa prodigalitat era el pre-requisit del bon periodisme. De fet, la disposició de desembutxacar diners en primer lloc per a investigacions cares precedia cada història important.

Keller, el redactor en cap, parla obertament de la pèrdua de qualitat. "Per a assolir els nostres objectius pressupostaris, hem de renunciar a segons quines coses", es lamenta. "I si ho fem, cedim una parcel·la de competitivitat."

Fa a penes dos anys, inversors estrangers ja van atacar l'editorial. El banc d'inversions Morgan Stanley va qüestionar aleshores el paper privilegiat de *la família*. Però aquesta s'hi va mostrar impassible. De fet, els Sulzberger

conserven ben aferrada la majoria dels drets de vot –amb l'ajuda d'una espècie de dret categòric dins de l'estructura accionarial, que atorga als inversors estrangers un dret de vot força limitat.

Sulzberger Jr també feia el sord al principi amb Galloway. Però mentrestant, tots dos adversaris tenen converses. Damunt la taula hi ha els quatre candidats dels fons de cobertura al consell d'administració i els plans d'adquisicions de Galloway a internet.

El *NY Times* es una institució grandiosa, controlada per la família, va tranquil·litzar-los Galloway per escrit: "No tenim la intenció de canviar-ho."

En el seu curs de màrqueting dilluns passat, es va mostrar menys condescendent amb els seus estudiants. A la natura, el destí d'una bèstia que coixeja es determina ràpidament: "l'empaites, l'envoltes", féu Galloway, "i llavors te la menges".

**Frank Hornig**

© *Des Spiegel* — *EL TEMPS*

Traducció: Guillem Soler



# El romànic

Catalunya, Toulouse i Pisa. 1120-1180

## i la Mediterrània

- Recreació en 3D de la portalada de Santa Maria de Ripoll
- Espectacle teatral de la companyia francesa *L'Arche de Noé* a l'entorn del Mestre de Cabestany
- Conferències, música i activitats infantils
- Audioguia i visites comentades gratuïtes

29 febrer - 18 maig 2008

Museu Nacional d'Art de Catalunya | Parc de Montjuïc | Barcelona | [www.mnac.cat](http://www.mnac.cat)



MUSEU  
NACIONAL  
D'ART DE  
CATALUNYA

En cooperació amb

Generalitat de Catalunya  
Departament de Cultura  
i Mitjans de Comunicació

