

Punt de Vista

EL PUNT AVUI+

El Punt Avui expressa la seva opinió únicament en els editorials. Els articles firmats exposen les opinions dels seus autors.

LES NOVES TECNOLOGIES ESTAN CANVIANT LA PREMSA PERÒ NO HAN DE FACILITAR LA IMPUNITAT

Joaquim Coello



Enginyer

Els diaris d'ara

El 1833 es crea un nou diari a Nova York, *The Sun*, que incorpora publicitat a les seves pàgines. El complement d'ingressos que això suposa permet millorar la qualitat del diari i reduir-ne el preu. En dos anys se'n arriben a vendre 15.000 exemplars, quan del diari més venut a l'època no en circulaven més de 5.000 còpies. Al llarg del segle XIX la difusió dels diaris augmenta imparablement. A partir del 1900 les notícies radiofòniques, que apareixen el 1920, la televisió, el 1950, els noticiaris de 24 hores per cable, el 1980, i les notícies per internet a partir del 1990 redueixen el creixement i la difusió dels diaris de paper, que actualment tenen una circulació per habitant, als EUA, que és només el 40% de la que era el 1900.

La premsa mundial escrita creix del 2005 al 2009 un 6%, però a Europa decreix un 8% i als EUA, un 11%, mentre que creix un 13% a l'Àsia i un 30% a l'Àfrica. La circulació mundial de diaris és ara de 500 milions d'exemplars. Els diaris en paper no són, certament, una cosa del passat...

LA REDUCCIÓ DE LA DIFUSIÓ DE LA PREMSA escrita en els darrers anys a Europa i als EUA està lligada a l'aparició de Facebook i Twitter, en què la penetració és superior al 50% de la població, mentre que a la Xina i a l'Índia no arriba al 5%. En teoria la informació que circula per les xarxes hauria de facilitar i enriquir el contingut dels diaris escrits si se sap com estructurar-la i processar-la. És una oportunitat fins ara desaproveitada.

És encara avui la televisió el mitjà més comú per rebre informació i notícies per a la població dels EUA i la UE, però internet ha passat del quart lloc al segon com a proveïdor d'informació, superant clarament els diaris i la ràdio en els darrers anys. Possiblement la premsa escrita ja és a Occident més d'opinió que d'informació.

L'INVENT DEL 'SUN', ÉS A DIR, LA PUBLICITAT com a font essencial de finançament de la premsa escrita, és encara el que la manté. Als EUA suposa el 80% dels ingressos, i a Europa és del 50%, però internet està portant els diaris a una autocompetència destructiva perquè molts publiquen en format electrònic gratuïtament les mateixes notícies que publiquen en format paper, i això porta a la reducció d'ingressos per la disminució del nombre de diaris venuts i per tant a la reducció de la publicitat. Els anunciants volen arribar al gran públic, i quan la difusió baixa paguen menys pels seus anuncis... És un cercle viciós que podria no tenir fi.



SOMEKAWA

ELS GRAN DIARIS: 'FINANCIAL TIMES', *New York Times* i *Wall Street Journal*, comencen a fer pagar per entrar a la seva edició electrònica. Alguns ho fan limitant l'accés a les notícies especialitzades però no les generals, i d'altres limitant el nombre de visites. Més del 50% de les entrades a l'edició d'un diari electrònic provenen de lectors

que només en fan una, i menys del 10% dels lectors hi fan més de 10 visites al mes; per tant, la mecànica és limitar el nombre d'entrades que un lector pot fer a un diari electrònic a partir de les quals ha de pagar. Això tindrà dues conseqüències: crearà ingressos complementaris al diari i li donarà una més gran difusió, i per tant millorarà l'atractiu per als anunciants. Als EUA, on els diaris es venen majoritàriament per subscripció, la inclusió de la visita sense pagament a l'edició electrònica per als subscriptors pot ser una bona manera d'acostumar-los a pagar per aquest servei.

LA GRAN CONCENTRACIÓ DE DIARIS el segle XX, pels avantatges de la massa crítica i darrerament la possibilitat de fer edicions múltiples a diferents indrets de la geografia, ha portat els diaris a una recerca de neutralitat i no partidisme perquè els llegeixen persones de diferents orígens i ideologies. Això era radicalment diferent el segle XIX, quan opinió i notícies se

superposaven i els diaris i les gasetilles es confonien. A partir de l'any 2000 l'aparició d'un neoconservadorisme incisiu i l'ús d'internet, en què tothom pot expressar el que vulgui, han introduït novament amb èxit a les televisions i diaris el partidisme com una característica que és apreciada pel gran públic. La Fox, cadena de Rupert Murdoch, radicalment conservadora, ha quadruplicat la seva audiència del 2000 al 2010, mentre que una de més neutra com la CNN només l'ha mantinguda.

La possibilitat de tenir televisions i diaris locals que permeten les noves tecnologies ens retorna al particularisme i localisme del segle XIX, "tornem al cafè" diu *The Economist*. Abans les notícies circulaven a través del boca-orella; ara, a través de les xarxes nascudes des d'internet. Això fomenta l'aparició de diaris més sectaris, la dependència dels quals respecte de grups econòmics o polítics ja no s'amaga ni es dissimula.

És cert que avui la neutralitat dels mitjans de comunicació està sent substituïda per la transparència com a atribut més valuós; és a dir, es pot dir el que es vulgui i se'n revela l'origen, encara que no es reveli la manera com s'ha obtingut la notícia. Wikileaks n'és l'exemple paradigmàtic.

LES PRÀCTIQUES D'UN CERT TIPUS de premsa com la violació de la intimitat de les persones per aconseguir la notícia que l'escàndol Murdoch ha tret a la llum, o la manipulació de la informació i la notícia del grup de comunicació de Berlusconi, Mediaset, si mai s'evidencia més clarament, poden suposar un trencament en aquesta espiral informativa a què darrerament hem estat exposats i en què sembla que tot està permès per la mai prou ponderada *llibertat d'informació*.

És cert que la premsa del segle XXI serà diferent de la dels dos segles anteriors tant per la tecnologia com per la difusió, però el que és important és que no hi hagi impunitat respecte del que es publica i s'opina. La veritat, la defensa de l'honor i la intimitat de les persones han de ser preservades si volem mantenir les llibertats. Si parlem de llibertats, sempre hi ha d'haver límits i equilibris, les tecnologies modernes no ho fan certament més fàcil.

Avui la neutralitat dels mitjans de comunicació està sent substituïda per la transparència com a atribut més valuós