

L'ètica

Toni Aira Foix

PID_00176424



Universitat Oberta
de Catalunya

www.uoc.edu

Índex

1. Subjectivitat <i>versus</i> objectivitat com a debat superat.....	5
2. La no manipulació al centre del debat, conjurant la suplantació de l'opinió pública per part de l'opinió publicada.....	6

1. Subjectivitat *versus* objectivitat com a debat superat

En el seu llibre *Les trampes dels periodistes* (2004), el professor i periodista Francesc Burguet (URL) desenvolupa la seva teoria sobre l'objectivisme –en contraposició al concepte d'objectivitat–. La seva és una aportació que va més enllà –però que evidentment comprèn– el factor objectivitat en la professió periodística. De fet en matisa el concepte. El despulla tal i com es representa en la praxi dels mitjans. Però Burguet, a més, el relliga als suposats gèneres periodístics, així com a la responsabilitat i l'ètica dels periodistes.

Imprescindible, en aquest punt, les aportacions de Burguet, concentrades en aquest article acadèmic:

F. Burguet Ardiaca (2002). "La trampa de la informació. La classificació de gèneres periodístics com a coartada de l'objectivisme". *Anàlisi* (núm. 28, pp. 121-155).

2. La no manipulació al centre del debat, conjurant la suplantació de l'opinió pública per part de l'opinió publicada

Quan els pares de la teoria liberal van enllumenar la premsa, l'objectiu del nou actor social era el de control del poder. D'aquí que en poc temps la premsa esdevingués el quart dels principals poders, darrere dels tres tradicionals. Però els canvis socials també han comportat amb el pas dels anys, i dels segles, canvis en la distribució de forces entre els diferents "poders". Fins al punt que diferents autors apunten clarament com en la nostra actual "democràcia catòdica", els mitjans de comunicació han tingut la temptació d'erigir-se en el primer poder, amb un plus de representació que no és aquell que la democràcia tradicional els tenia reservada.

Però en el "joc" de les suplantacions, què pot passar quan els mitjans de comunicació assumeixen un rol que no els pertocar? ¿No pot ser que arribin o que emergeixin nous mitjans que a la vegada tinguin la temptació de suplantar el discurs dels mitjans tradicionals, i que hi hagi qui assumeixi aquesta opció? Ara, per exemple, també es genera opinió pública a la xarxa.

Bill Keller, director del *The New York Times*, reflexiona sobre aquesta cadena de suplantacions en l'entrevista següent:

"Yo no dejaría el destino de las noticias en manos de Google". Joseba Elola. (*El País*, 25.07.2010).