



La crisi en els mitjans

Sembla que la utilització d'internet en la campanya d'Obama ha estat una de les claus per entendre la victòria dels demòcrates; han aconseguit arribar als seus votants i a altres que no ho eren, i fer-los moure! La web és un mitjà que, almenys aparentment, s'escapa del control de polítics i d'altres poders fàctics que mantenen una lluita aferrissada per controlar diaris, emissores i televisions; només cal veure les entrevistes centrals, escoltar els convidats més habituals i mirar-se uns quants telenotícies. I és una lluita a mort; s'hi sacrifiquen seccions diàries consolidades, presentadors líders d'audiència i programes en *prime time*. La gent, que usa també la web, ho sap i això els fa cada vegada més escèptics. Que el miler d'ocupats catalans que diàriament s'afegeix a la llista d'aturats hagi de donar un cop de mà als bancs -per cert, mig d'amagatotis (a Espanya, no pas fora)- que, entre males pràctiques i desconfiança general, estan estrenyent els cargols a les empreses, no és una notícia més.

S'entén que les empreses hagin de reduir costos quan les vendes cauen en picat; no s'entén tant que el diner públic que les ha ajudat sigui una inversió a fons perdut quan arriben les vaques magres. La crisi no és cap invenció dels mitjans, perquè les empreses i les famílies la pateixen; però el tractament que en fan sembla adreçat a zombis que tot s'ho empassen. Els missatges oficials -però se'ls creuen els governants?- no treuen empresaris, directius, empleats i aturats de l'escepticisme; només cal navegar una mica per adonar-se'n. El risc és que, amb la bena als ulls, els controladors no vegin que, si tiben massa, els zombis podrien trencar la corda.