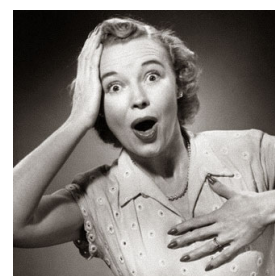




Més o menys fundat, tinc el pressentiment que la recessió vigent està posant de moda als mitjans de comunicació de masses una mena d'espectacle de la constatació, d'exhibicionisme de les evidències, de vedetisme probatori, amb una ansietat que sembla gairebé un trastorn d'ordre **obsessiu-compulsiu**. Les poques certeses que ja teníem, poques i lletges, alguns anys relaxades a l'ombra d'una presumpta prosperitat, se'ns revelen ara de nou, esvanit ja el miratge, com si ens les acabaren de demostrar i descobrir. Amb comptades excepcions, els cèlebres cables de **WikiLeaks**, si més no els propalats fins ara, poden ser interpretats com un paradigma d'aquesta veta de mercat comunicatiu que té com a finalitat afegir valor a una cosa que servidor anomenaria *l'obvietat insòlita*, per la qual el consumidor de premsa rep com a **sorprenent** la confirmació d'un fet que amb antelació existia ja en el seu repertori de conviccions. Per exemple, que el govern espanyol amagà els **vols** il·legals de la CIA. Quina sorpresa! **Aquesta notícia** de la SER, de l'any 2006!, entre moltíssimes **altres**, ja ens havien alertat dels enganys del Govern i ja formaven part dels nostre imaginari. Davant de l'obvietat insòlita, la resposta institucional ha estat el silenci, o el balbuceig. No cal que cap govern acredite la veracitat de les confidències ventilades, perquè ja s'encarrega de compulsar-les el periòdic que les divulga. Per descomptat, ben salpebrades d'astorament i morbositat: cal vendre. La millor prova de la dissolució imminent d'aquesta **veta** de mercat informatiu és, per un costat, la necessitat/ansietat diària i creixent que el mitjà de comunicació té d'erigir-se públicament en el gran revelador d'una cosa que sovint ha insinuat o callat en directe i ara difon en diferit: **les mentides dels governs**. Per un altre costat, la caducitat intrínseca de la notícia.



Aquest fenomen comunicatiu pot ser una moda, però no és nova en absolut. És com l'antic *hippysme*, avui dia assimilat pels *pijos*: el *pihippysme*. **Denis McQuail**, en la seua «*Introducció a la teoria de la comunicació de masses*», recorda que un dels pares fundadors de la sociologia de la informació, **Walter Lippman**, que era periodista, concebia la naturalesa de les notícies en aquest sentit: «*La notícia no és un espill de les condicions socials, sinó la constatació d'un aspecte que ha esdevingut*

*notori*». L'important no és el fet, sinó la notorietat d'algunes aspectes del fet, el valor ressenyable. Per això, la premsa, diu McQuail, passava i passa revista a llocs com les comissaries de policia, els tribunals de justícia, els hospitals i els parlaments, on hi ha més possibilitats, més ràpidament, de constatar esdeveniments. Doncs bé, a tots aquests espais físics, ara haurem d'afegir els virtuals i intangibles, és a dir, els *wikileaks*. Aquesta moda informativa s'emmarca perfectament en la teoria de la modelació de les pautes mentals dominants de [Gerbner](#) (1967), per la qual els mitjans de comunicació tenen propensió a oferir versions uniformes i relativament consensuades de la realitat social. Per això els cables esbombats són també una manera que tenen els mitjans de *tornar a la societat* i dir: *sí, això era així*.



No tot és blanc o negre, però. La propagació compulsiva d'evidències té precisament el valor de les asseveracions concloents. Tota pedra fa paret i les delacions conegudes palesen que les democràcies del nostre temps són pures màscares al servei d'interessos privats. Els famosos cables, però, són un exemple més d'aquest *espectacle de la constatació* que esmentava al principi. Us en donaré un altre. La setmana passada vaig tindre la sort de veure al web de TV3 un documental que connecta amb aquest fenomen mediàtic de la revelació de certes que, d'alguna manera, ja teníem assimilades. El [documental](#) és «*Comprar, llençar, comprar. La història secreta de l'obsolescència programada*». La seua gran aportació, més que la de desvelar un secret, és la d'[airejar](#) la velada història d'una activitat abusiva que les grans empreses han intentat ocultar a l'opinió pública al llarg de la història: [planned / built-in obsolescence](#). La diferència amb els *wikileaks* és que el documental fa un pas endavant, des de la revelació de la certesa a la reivindicació de la certesa. Qui no ha pensat mai: «*Les sabatilles de la marca SBT s'acaben trencant sempre pel mateix lloc!*» Doncs bé, el documental ens ensenya per què el forat que surt en la puntera de la sabatilla SBT està calculat, predissenyat, programat de fàbrica. És a dir, que el producte ve desfasat de sèrie. L'aplicació del concepte de caducitat planificada al *turnismo* polític, al mercat laboral, el cultural o el mediàtic, és altament inquietant. Demà hi ha [VAGA DE CONSUM](#). La revalidació pública de certes com aquesta, sincerament, em sembla immensament més profitosa per al ciutadà que el consum de grans [filtracions](#) insalubres. Però això, afortunadament, ja ho jutjareu vosaltres. Us deixo penjat ací el documental.