

## **Jurnaliști, manageri, patroni: “scandalurile” de la Evenimentul zilei, România liberă și Adevărul**

*Mihai COMAN, prof. univ. dr., F.J.S.C., Universitatea din București*

Anul 2004 a adus numeroase convulsii pe piața presei române post-comuniste. Convulsii de creștere legate de apariția a numeroase televiziuni și posturi de radio sau convulsii de stagnare a creșterii legate de integrarea în grupuri de presă mai mari a unor unități mai mici, lucru care a condus la numeroase operații de „re-branding”. Multe din aceste evenimente au trecut neobservate. În schimb așa-numitele „scandaluri” de la Evenimentul zilei, România liberă și un an mai târziu, Adevărul au fost larg mediatizate. Datorită contextului pre și post electoral, vinovatul „mitologic” a fost imediat identificat – Puterea politica. Importanța factorului economic a fost minimalizată prin asocierea conspirativa cu factorul politic: patronii urmăreau nu o agendă economică (rentabilizarea și profitul), ci una politică (sprijinirea partidului de guvernământ în schimbul unor avantaje precum scutiri și amânări de taxe sau contracte de publicitate guvernamentală). Să fi fost oare lucrurile chiar atât de simple? Studiul de față își propune să identifice mecanica acestor conflicte, să releve factorii interni structurali (jocul diferitelor grupuri de interese), care au condus la tensiuni și sfâșieri în interiorul redacțiilor și să dezvăluie ideologia și discursul ideologic în care a fost vândut publicului larg acest tip de conflict.

### **EVENIMENTUL ZILEI (EZ)**

Acest cotidian, creat de Ion Cristoiu în 1992, în cadrul grupului Express, a fost ani de zile port-drapelul stilului tabloid și imaginea vie a succesului financiar al acestui stil. În 1997, în urma unui conflict intern, Cristoiu părăsește publicația și Cornel Nistorescu devine directorul acesteia. Se pare că motivul demisiei era dat de situația financiară dificilă a ziarului, generată de stilul de conducere „feudal” specific lui Ion Cristoiu: un număr nefiresc de mare de angajați, rareori productivi; un număr mare de șefi intermediari, cu salarii consistente; prime enorme și ne-înregistrate date din mână de generosul director ziaristilor pe care îi considera meritorii; costuri mari de distribuție (cu avionul) și retururi foarte mari; etc. De-a lungul anilor, Nistorescu va ajunge să dețină pachete importante de acțiuni, nu numai la EZ, ci și la radio Total, la firma de publicitate TWBA, la firma de cercetare a mass media AlfaCont Media Watch etc. În 1998 grupul german WAZ a cumparat pachetul de acțiuni majoritare, iar în 2003 le-a vândut grupului elvețian Ringier. Imediat după aceasta operație, Nistorescu, prin diferite declarații voalate, a lăsat să se înțeleagă că între el și noul patron există conflicte latente. În replica, Thomas Landolt, directorul Ringier-Romania, declara că scopul grupului este „să consolideze poziția de ziar respectat ... A fi un ziar respectat înseamnă a avea un conținut echilibrat și un punct de vedere critic, dar constructiv” (Capital, nr. 15, 2004). Cu alte cuvinte, în condițiile în care grupul deținea tabloidul Libertatea, care beneficia de cote record de audiență, pentru a evita fenomenul de „canibalism” (doua produse identice pe aceeași piață), EZ nu mai putea rămâne un simplu tabloid, ci trebuia să devină un ziar de calitate, sau, în această terminologie care va face școală, un ziar „respectabil”

La începutul lunii septembrie 2004, un grup de 40 de jurnaliști publica un protest, tipărit de toata presa cotidiană, în care se susținea că: „sub umbrela unor schimbări de natură organizatorică, s-au înmulțit imixtiunile în politica editorială, de natură să pună în pericol independența EZ”. Nistorescu nu semnase acest protest. În răspunsul său, Th. Landolt neagă amestecul în politica editorială și reafirmă intenția de a transforma EZ într-un titlu „de referință”; el susține ca este vorba de ameliorarea managementului, creșterea responsabilității jurnaliștilor, îmbunătățirea calității grafice, îmbunătățirea fluxului muncii – spre exemplu la ședința editorială „nu întotdeauna a fost clar la ora 11 despre ce vor scrie jurnaliștii” (Cotidianul, 9.09.2004). În zilele următoare numeroase organizații non-guvernamentale au dat declarații în favoarea ziaristilor protestarii, iar presa a publicat reacții ale acestora, ale oamenilor politici, ale comentatorilor etc (sinteză în HYPERLINK "<http://www.hotnews.ro>" [www.hotnews.ro](http://www.hotnews.ro)). Semnificative pentru starea de spirit a jurnaliștilor și pentru cadrele lor de cultură profesională sunt reacțiile lui Andreea Pora, care afirma pentru Radio Free Europe: „S-a schimbat structura organizatorică fără să fim consultați” sau ale lui Cristian Tudor Popescu: „Noi, ziaristii, am trait multă vreme cu ideea ca Occidentul este un boier mai bun, că nu ne va călca în picioare așa cum e obiceiul pe la magnații români care cumpără un ziar sau își înjghebează o televiziune de uz propriu. Iată însă că nici finuții patroni europeni nu se sfiesc la o adică să intre cu pumnul și bocancul într-un ziar” (Adevarul, 14.09.2004). Nistorescu este acuzat, atât de Cristian Tudor Popescu, cât și de Ion Cristoiu (în Jurnalul Național, 19.09.2004) că are un comportament de mercenar care se vinde oricui pentru bani; în replică, Nistorescu îl acuză pe Cristian Tudor Popescu pentru afaceri în conivență cu primul ministru Adrian Năstase și afirmă că și-a dat demisia din Clubul Roman de Presa pentru că nu poate să fie coleg cu „jurnaliști care își fac o profesie din a linge Puterea”. Prin acest joc de declarații, bătălia internă din cadrul EZ este nu numai externalizată, dar și puternic politizată: grupul jurnaliștilor se prezintă ca apărătorul democrației și libertății de exprimare, iar grupul patronal este descris ca o expresie a corupției, ca o entitate care prigonește, pentru a obține avantaje materiale din partea Puterii, jurnaliștii incomozi. Această perspectivă simplistă și manicheistă este vândută publicului în mod insistent, repetat, obturând adevărata miză a confruntării: bătălia între liderii locali și patronatul străin pentru controlarea publicației.

Pe 28 septembrie Nistorescu anunță că a renunțat la funcția de director al EZ în schimbul unor compensații financiare (a căror valoare nu a fost dezvăluită) și a dreptului de a publica diferite comentarii pe pagina întâi a ziarului. Conducerea ziarului a fost preluată de redactorul-șef Dan Turturica; în 23 decembrie, însă, acesta își anunță demisia, în semn de protest față de decizia conducerii Ringier de a-l trimite în Bacău (un oraș considerat de patronat ca reprezentând o piață atractivă pentru un ziar echilibrat) pentru a studia posibilitatea lansării unei ediții locale a EZ. Într-un comunicat, 70 de angajați ai publicației își declară sprijinul pentru Turturică; în paralel au loc reacții ale oamenilor politici și auto-intitulaților reprezentanți ai societății civile, precum și o demonstrație în fața Ambasadei Elveției în favoarea protestatarilor (circa 150 persoane conform relatărilor din presa). Ringier îl numeste pe Răzvan Ionescu redactor-șef al EZ, iar acesta realizează edițiile cotidiene cu o echipă ad-hoc de jurnaliști (evident contestată de protestatari). În 5 ianuarie, 35 de ziaristi își dau demisia de la EZ (o parte aveau să se reangajeze ulterior). Într-un interviu acordat BBC (vezi HYPERLINK "<http://www.hotnews.ro>" [www.hotnews.ro](http://www.hotnews.ro)) Dan Turturica, aflat în imposibilitatea de a mai da vina pe ingerințe și interese politice

(deoarece partidul la putere în septembrie pierduse alegerile din noiembrie) își explică reacția sa astfel: „Cred că grupul Ringier pur și simplu nu suportă să aibă un ziar a cărui conducere nu ascultă de ordinele sale” (întrebarea de bun simț este care firmă, din orice domeniu, ar suporta așa ceva?). Proiectul de creare a unui alt cotidian anunțat atunci de echipa redacțională s-a materializat de abia la începutul anului 2006 prin cotidianul *Prezent*, al cărui debut a fost modest și a cărui audiență estimată este foarte scăzută. Ziarul *EZ*, redactat de echipa alcătuită de Razvan Ionescu, și-a păstrat o parte semnificativă din audiența de dinainte de scandal (media de 75.000 exemplare vândute pe ediție în anul 2005 a însemnat o scădere de 14,5% față de 2004). Ulterior (în martie 2005) grupul Ringier a mai fost confruntat cu o hemoragie redacțională – peste 30 de ziașiști de la cotidianul *ProSport* au demisionat, pentru a lansa un nou cotidian sportiv. Aceasta plecare venea însă pe fondul eșecului *ProSport* care, de la pierderea, în 2003, a fondatorului său, Ovidiu Ioanițoiaia și a jurnaliștilor din echipa inițială (care s-au angajat la cotidianul concurent, *Gazeta Sporturilor*) a reușit „performanța” de a scădea tirajul cu 20.000 de exemplare pe zi (în timp ce tirajul *Gazetei* a crescut cu 60.000).

## ROMANIA LIBERA (RL)

În dimineața zilei de 13 septembrie 2004, pe prima pagină a ziarului *România liberă*, cotidian de prestigiu, aflat însă în pierdere constantă de cititori, au apărut două comunicate. În primul comunicat, redacția îl acuza pe Klaus Overbeck, reprezentantul trustului german media *Westdeutsche Allgemeine Zeitung* (WAZ) din Germania, că s-a amestecat în politica editorială a ziarului. În cel de-al doilea comunicat, sindicatul jurnaliștilor de la *România liberă* informa că a cerut poliției din Essen aprobarea organizării unei demonstrații în fața sediului trustului WAZ. Asocierea dintre ziarul *România liberă* și trustul german WAZ a avut loc în anul 2000, după negocieri care au durat trei ani. Deși, din discuțiile din mass media, nu reiese că în contractul respectiv existau clauze referitoare la independența editorială a ziarului, se pare că Erick Schumann, unul dintre patronii trustului media german, a asigurat redacția că partea română se va ocupa de domeniul editorial, iar partea germană, de cel economic. După preluarea funcției de manager al WAZ de către Bodo Hombach, la București a fost trimis Klaus Overbeck. Acesta, sustineau jurnaliștii de la *România liberă*, a concediat funcționarii germani din București, după care a încercat să pună în aplicare un proiect de relansare a ziarului, considerat de ziașiștii de la *România liberă* drept o încercare de subminare a presei libere.

În legătură cu proiectul de relansare al ziarului, directorul ziarului, Mihai Băcanu declara că reprezentanții WAZ au propus ca prețul ziarului să fie mărit de patru ori (de la 5.000 lei la 20.000 lei) și că ei ar fi dat indicații despre genul de articole care ar face ca ziarul să fie mai distractiv și mai relaxant pentru cititori. În comunicatul lor, jurnaliștii sustineau ca li s-a reproșat că în ziar apăreau prea multe materiale critice la adresa puterii. Astfel, Overbeck "a încercat, insinuant la început, să îndepărteze ziarul de zona politicului, sugerând să fie publicate poze pozitive mari și să fie introduse cât mai multe mondenități în conținutul ziarului." (RL, 13.09.2004). Ziașiștii de la *România liberă* au declarat că presiunile făcute asupra lor au început în mai 2004 și că s-au intensificat după ce ei au protestat împotriva patronatului, în septembrie 2004. Redacția ar fi cerut atunci prezența la București a reprezentantului trustului german. Întâlnirea dintre Băcanu și Hombach a avut loc tot în luna mai 2004 și, conform jurnaliștilor fideli lui Băcanu, patronatul "a început să ne ceară să renunțăm la

suplimentele tematice, să mărim numărul paginilor de publicitate, să găsim subiecte pozitive de investigație și să punem accentul pe materialele mondene; de exemplu, sâmbăta voia să dăm opt pagini de mondenități » (idem).

În esență, din perspectiva jurnaliștilor, motivul conflictului la România liberă a fost: a) implicarea WAZ în activitatea editorială; b) modificarea structurii editoriale prin reducerea spațiului destinat politicii în favoarea paginilor de mondenități sau traduceri ale unor articole din tabloidele străine; c) împingerea ziarului către zona presei tabloide. Presiunile și schimbările pe care le-au invocat jurnaliștii nu au fost probate de documente. În plus, Băcanu a publicat declarații atribuite lui Overbeck sau Hombach, scoase din context, aparținând unor mail-uri private dintre Băcanu și Hombach: el a făcut apel la documente care ar fi aparținut reprezentanților patronatului, fără însă a fi dovedit autenticitatea acestora.

Klaus Overbeck a adresat o scrisoare redacției România liberă, care a fost publicată în 15 septembrie 2004, pe prima pagină, la rubrica Dreptul la replică. Overbeck susține ca grupul nu se amesteca în politica editorială, conform liniei generale a trustului WAZ, aplicată la toate ziarurile pe care le deține în Europa de Sud-Est. Argumentul de bază al trustului german era faptul că, timp de trei ani, redacția a avut libertatea de a publica orice fel de material, inclusiv protestul semnat de toată redacția și publicat pe prima pagină a numărului din 13 septembrie 2004. Reprezentantul acționarului german susținea că nu dorește tabloidizarea ziarului și că acesta trebuia să rămână un ziar de calitate, care să ofere informații relevante cititorilor săi, fiind în deplină concordanță cu principiile jurnalismului liber. Overbeck a recunoscut, totuși, că au existat unele indicații, însă numai în ceea ce privește „alinieră ziarului la standardele calitative unanim acceptate în presa din țările cu tradiție democratică.” Mai mult, scrisoarea deschisă menționează că trustul WAZ a investit sume mari de bani în dotarea tehnică a redacției și în modernizarea tipografiei. Ulterior, într-un interviu acordat ziarului Jurnalul Național (21.09.2005), Klaus Overbeck a precizat că, pe baza cifrelor Studiului Național de Audiență (SNA), se poate demonstra că România liberă a pierdut 32% din audiență în perioada octombrie 2002 și iulie 2004; pentru perioada de măsurare mai 2003 – mai 2004, România liberă a înregistrat 277.000 de cititori în medie pe ediție, ceea ce reprezintă scăderi cu 5,8% față de cifrele înregistrate în perioada februarie 2003 – februarie 2004 (294.000 de cititori în medie pe ediție) – vezi HYPERLINK "<http://www.brat.ro>" [www.brat.ro](http://www.brat.ro). Dealtfel, Overbeck afirma: „Eu nu am venit în România pentru a schimba linia ziarului sau pentru a face un ziar după standardele nemțești, ci pentru a avea zilnic pe piață un ziar care să țină piept concurenței.” Totodată el a încercat să dovedească faptul că Mihai Băcanu avea interese personale foarte mari în scandalul provocat, deoarece avea un salariu de peste o sută de milioane de lei și venituri din diferite comisioane de la firmele asociate RL. Cu alte cuvinte, Overbeck sugera că el nu are nici o legătură cu peisajul politic al țării și că atacurile protestatarilor sunt îndreptate nu numai împotriva WAZ, ci a tuturor patronatelor străine din România, ca un fel de complot plănuț chiar înainte alegerilor din noiembrie 2004.

Conflictul a continuat subteran, cu bătălii interne pentru controlarea, pe de o parte, a Consiliului de Administrație, și pe de alta, a politicii editoriale. La momentul începerii conflictului, trustul de presă WAZ avea 70% din acțiunile cotidianului România liberă, iar restul de 30% era deținut de alți acționari. Strategia de înăbușire a conflictului (închis la sfârșitul lunii decembrie 2004) a fost extrem de sinuoasă.

Astfel, într-o primă fază, grupul german a cedat poziția de acționar majoritar al Societății R, după ce a vândut o parte importantă din acțiuni lui Dan Adamescu, un om de afaceri situat în Top 300 al celor mai bogați români (conform revistei Capital); Klaus Overbeck a fost schimbat din funcția de președinte al Consiliului de Administrație al publicației, iar Mihai Băcanu și-a pierdut funcția de director al publicației, dar a rămas pe frontispiciul ziarului ca director fondator și a păstrat dreptul de a scrie comentarii. Cei doi redactori șefi, Eliade Bălan și Bogdan Ficeac, au rămas la conducerea ziarului. Noua structură a României libere a fost îndelung negociată pentru a fi obținute câteva clauze care să-i protejeze pe redactorii care au protestat: timp de patru ani, disponibilizările vor fi operate în redacție doar de către redactorii-șefi și numai pe criterii profesionale. Redactorii-șefi pot fi revocați numai dacă au adus prejudicii societății.

Intr-o a doua fază, la câteva luni după ce s-a încheiat conflictul de la România liberă, a avut loc o Adunare Generală a Acționarilor, în urma căreia Dan Adamescu, care este proprietar al Unirea Shopping Center și al mării uzine de utilaj greu Astra, a devenit președinte al Consiliului de Administrație al Societății R, deci editorul României libere.

Postul de radio.BBC."http://www.euractiv.ro/content/sectionreadStory" http://www.euractiv.ro/content/sectionreadStory) precizează că în conformitate cu ultimele informații, acțiunile se distribuiau astfel: WAZ Balkan 71,72%, Dan Adamescu 21,68%, alții 6,6%. Revenirea lui WAZ în poziție de acționar majoritar înseamnă că trustul fie și-a recuperat acțiunile de la Adamescu, fie a cumpărat acțiunile de la Băcanu: unele surse evocate de BBC susțin că de fapt WAZ a cumpărat de la Adamescu, iar Adamescu de la Băcanu ....

#### ADEVARUL (A)

În ziua de 20 martie 2005, la încheierea Adunării Generale a Acționarilor ziarului Adevărul, conducerea acestui ziar (Cristian Tudor Popescu, Adrian Ursu, Lelia Munteanu, Bogdan Chireac) și-a anunțat demisia. Cauza – faptul că acționarul majoritar, Ana Maria Tinu, împreună cu membrii Consiliului, a decis că nu este firesc ca responsabilii cu politica editorială să fie și responsabili cu politica economică a publicației. Demisionarii susțineau ca părăsesc Adevărul pentru că: „Nu este justificată de loc decizia de a ne înlocui ... Este firesc ca noi să avem un cuvânt de spus în Consiliul de Administrație. Ne-am făcut datoria în Consiliul de Administrație până la capăt și am fost înlocuiți și acum nu ne mai simțim în siguranță. Nu putem garanta pentru calitatea ziarului”, (Popescu în Cotidianul, 21-03-2005). Pe de altă parte, comentând decizia de a separa activitățile editoriale de cele comerciale, Andrei Postelnicu, jurnalist la Financial Times, scria în Evenimentul Zilei (28-03-2005): „Faptul că această măsură nu fusese încă luată pune sub semnul întrebării integritatea editorială a Adevărului de la apariția sa și până acum. Practica răspândită de a încuraja ziaristii să încheie contracte de publicitate, încasând un comision și suplimentându-și astfel salariile, discreditează reputația întregului ziar și a celor care l-au condus” (trebuie notat că această strategie este aplicată și de alte ziare, inclusiv România Liberă, lucru confirmat de o declarație a lui Băcanu la Realitatea TV)

Istoria ziarului Adevărul este lungă și complicată. Publicația s-a format prin metamorfoza spontană a cotidianului Scânteia, organ al Partidului Comunist Român, în primele zile după căderea comunismului, din decembrie 1989. Echipa Novăceanu,

a încercat o privatizare în formula MEBO, care i-ar fi permis să dețină controlul, dar lăsa și statului un pachet. Redactorii au răsturnat conducerea prin protest spontan și au decis să înființeze o societate pe acțiuni (SA), cu bani de la fiecare redactor. În zilele de degringoladă de după revolta redactorilor, Puterea s-a ferit să intervină. În timp ce noua echipă publica articole în ziarul de stat, editat de Editura Adevărul, firma Adevărul SA, deținută de redactori, s-a înregistrat, a luat credit de la bancă și a cumpărat hârtie, a încheiat propriile contracte și a depus la OSIM marca Adevărul. Statul a contestat, în justiție, după ce a înregistrat și el aceeași marcă, câteva zile mai târziu; procesul a fost pierdut de stat. Editura Adevărul a rămas o firmă de stat, cu activele societății - o hală industrială, o clădire pe str. Glucozei, mai târziu transformată în hotelul Caro, două blocuri - Gemenii de la Piața Operetei ș.a. Această firmă, în care nu erau ziarști, s-a privatizat MEBO, și a preluat patrimoniul Scânteii. SC Adevărul SA, societatea care scoate și azi ziarul, are în chirie sediul și nu a preluat nimic, nici măcar mobila sau mașinile de scris, iar cu tipografia, rămasă de stat, a contractat tipărirea, ca pentru orice alt jurnal. Pentru a nu repeta greșelile de la Tineretul Liber, unde fiecare redactor avea un număr egal de acțiuni și firma nu putea fi condusă, acțiunile s-au alocat în funcție de poziție în structura redacțională, pe o schemă păstrată la toate măririle de capital. În timp, prin măririi succesive de capital și prin achiziționarea de acțiuni de la jurnaliștii care nu puteau ține pasul, un grup limitat de lideri ai redacției au ajuns să dețină acțiuni majoritare și să controleze, simultan, pârghiile de conducere comercială și editorială. De asemenea, se pare că acești lideri controlau și alte firme care se ocupau de achiziția de reclame pentru redacție sau de alte operații economice legate de procesul de producție (vezi Academia Catavencu, nr. 11 și 12, 2005). Acest model de organizare și de centralizare a controlului nu este unic, deoarece același traseu organizațional a fost urmat și de celălalt mare cotidian al vremii, România Liberă. Din 1992 conducerea publicației a fost preluată de Dumitru Tinu, un jurnalist specializat în relații internaționale. Ziarul a renunțat la tonul militant pro-FSN și a adoptat poziția ziarului popular și justițiar, care apără pe cei nedreptățiți și demască neobosit corupția economică și politică. În interiorul redacției prin împărțirea puterii și în linia editorială s-a creat un echilibru între stilul agresiv, pamfletar, al unei părți a echipei având ca lider pe C.T. Popescu și stilul mai neutru și împăciuitoare promovată de Tinu. Timp de un deceniu ziarul a crescut în audiență, plasându-se între presa și stilul tabloid (EZ, Libertatea, National) și presa militantă politic de tip România Liberă, dând astfel impresia că privilegiază informația în fața opiniei și că adoptă o neutralitate politică (contrazisă însă de orice analiza de conținut a editorialelor și articolelor).

În ziua de 1 ianuarie 2001, Dumitru Tinu moare într-un accident suspect de mașină. Din revelațiile care au survenit după acest dramatic eveniment s-a aflat că, numai cu câteva săptămâni înainte, el achiziționase numeroase acțiuni de la ceilalți jurnaliști, ajungând să dețină un pachet majoritar de peste 75%. Procesul intentat de fiul nelegitim al lui Tinu (de a cărui existență colegii din presă și opinia publică au aflat numai după 1 ianuarie 2001) a întârziat clarificarea relațiilor din interiorul Consiliului de Administrație. Între timp, Popescu a devenit liderul autoritar al publicației, impunându-i un ton mai agresiv, pe măsura reacțiilor sale umorale și a amicitțiilor și inamicțiilor sale, aparent subiective. Cert este că în anii ce au urmat ziarul nu a atacat niciodată pe cel care era liderul partidului de guvernământ și primul ministru - Adrian Năstase (vezi declarațiile unor jurnaliști de la A. despre cenzurarea articolelor defavorabile Puterii cuprinse în raportul Freedom Forum despre libertatea presei în

Romania în anul 2004). Pe de altă parte ziarul a pierdut constant din cititori, iar publicul fidel se caracteriza prin vârsta înaintată și statutul social mediu (o încercare modestă de re-brandare din 2002 nu a dus la rezultate semnificative). Această pierdere de audiență nu s-a văzut în situația economică a cotidianului, deoarece ea a fost mascată de contracte importante de publicitate guvernamentală (Capital, nr. 33, 2004). Cu toate acestea, veniturile publicației nu s-au tradus în venituri ale investitorilor; comentând această situație Mircea Toma observa că este vorba de un „profit (22 de miliarde în 2004) destul de văduvit de salariile uriașe ale baroneților, cât și de firmele lor personale de publicitate, prin care se topea o bună parte din profitul acționarilor” (Academia Catavencu, nr. 11, 2005). Aceiași sursă susține că, în timp ce acționarii din Consiliul de Administrație primeau sume ne semnificative, Popescu avea un venit lunar de 10,000 euro.

Acesta este fondul pe care a intervenit decizia fiicei lui Tinu (care a moștenit acțiunile sale) de a pune în ordine raporturile de putere de la A., adică de a separa partea comercială de cea redacțională și de a identifica strategii de rentabilizare a ziarului. Conform diferitelor surse, diferendul dintre Ana Maria Tinu și conducerea ziarului ar fi apărut din cauza existenței unor contracte de consultanță încheiate de ziaristi cu agenții economice despre care se scria în ziar și a unor comisioane pe care membrii echipei editoriale le primeau din încasările din publicitate (Evenimentul Zilei, 20. 03. 2005). Inițial 81 de jurnaliști din cei 220 de salariați ai redacției (Jurnalul National, 23.03.2005; cifre relativ diferite în Cotidianul, 23.03.2005) și-ar fi dat demisia; ulterior se pare că o parte ar fi revenit asupra deciziei. Demisionarii, spre deosebire de liderii redacției, nu erau nemulțumiți de separarea editorialului de comercial, ci de decizia noii conduceri administrative de a îngheța, pentru un an, salariile; trebuie însă precizat că un salariu mediu era de 28 milioane lei, de 3-5 ori mai mare decât la alte publicații. La încheierea conflictului, la A. a rămas o parte din echipa, iar demisionarii au realizat un nou ziar, Gândul, ai carui acționari sunt C.T. Popescu (32%), poetul M. Dinescu (20%) și A. Ursu, B. Chireac, D. Munteanu, cu 16%, adică 500. 000 euro – bani despre care se spune că ar proveni de la controversatul om de afaceri, Sorin Vântu (Evenimentul zilei, 20.05.2005). Despre restul acțiunilor nu se știe nimic (Cotidianul, 8.04.2005).

## CONCLUZII

Evenimentele descrise mai sus au numeroase note comune. Primul lucru care trebuie remarcat este faptul că aceste evenimente au fost intens mediatizate. Mai mediatizate decât nenumărate alte conflicte de muncă sau diversele bătălii politice din acea perioadă. Jurnaliștii (contestari, demisionari, protestatari, etc) au profitat din plin de faptul că dețin controlul asupra sistemului de comunicare de masă și au impus versiunea lor asupra evenimentelor. Vocea altor actori ai conflictelor sau vocile neutre ale specialiștilor abia dacă s-au putut auzi. Presa străină a acoperit pe larg aceste confruntări, dar a preluat insistent numai discursul și interpretarea faptelor oferite de jurnaliștii contestatari. Ceea ce înseamnă că mediatizarea a fost “cadrată” (framed) de către discursul unui actor implicat în conflicte și că ea a privilegiat versiunea subiectivă și interesată a unui grup de actori. Succesul acestei versiuni vine din caracterul ei stereotip și ideologic: ea reia un vechi “mit” legitimator al jurnalismului, acela al luptei împotriva Puterii politice opresive. În toate cele trei cazuri, jurnaliștii contestatari au identificat patronatul cu Puterea politica. La RL și EZ ei au susținut că poziția lor critică față de guvernarea PSD a condus la un pact între Guvern și

patronatele de la Ringier și WAZ, pact conform căruia, în schimbul unor contracte de publicitate electorală sau a unor avantaje fiscale, acestea urmau să modifice linia editorială critică (obsesia pactului cu Puterea a mers atât de departe, încât în cazul RL s-a speculat asupra legăturii lui Bodo Hombach cu socialiștii germani și a misiunii acestuia de a media între cele două partide socialiste de guvernământ, iar în cazul EZ ziaristul și activistul Mircea Toma a afirmat că “averile demnitarilor români sunt vecine în Elveția cu averile Ringier” – Cotidianul, 9.09.2004). La Adevărul ei au susținut că în spatele Anei Maria Tinu se afla un lider de frunte al PSD (Viorel Hrebenciuc) și un om de afaceri veros (Fahti Taher), sprijinitor notoriu al PSD.

În al doilea rând mobilizarea masivă, atât a jurnaliștilor, cât și a organizațiilor non-guvernamentale. Nu este vorba aici numai de numărul mare de articole și declarații. Este vorba de luări de poziții publice ale reprezentanților unor organizații precum Fundația pentru o Societate Deschisă, Societatea Academică din România, Freedom House Romania, Centrul de Resurse Juridice, Agenția de Monitorizare a Presei „Academia Cațavencu“, Centrul pentru Jurnalism Independent, APADOR-CH, Forumul Academic Român și Fundația Concept. La care se adaugă declanșarea unei demonstrații de stradă, în fața Ambasadei Elveției și a unui mic pelerinaj de protest până în fața sediului WAZ din Germania. Plus protestele și confruntările violente dintre grupuri în interiorul redacțiilor – în forma lor maximă la RL, în noaptea în care grupul Overbeck și grupul Băcanu se luptau în tipografie pentru ocuparea utilajelor și pentru tipărirea versiunii proprii a ziarului. Toate acestea arată că presa rămâne un teritoriu de confruntări deschise între diferite grupuri de interese, că ea este, încă, profund politizată și că problemele presei și jurnalismului nu sunt discutate în cadrele lor economice sau profesionale, ci în cadre ale luptei politice, mobilizării sociale și ale mișcării de stradă.

O alta nota comună este dată de schimbarea vectorului bătăliei interne pentru putere: dacă până acum cele mai multe confruntări au opus lideri și grupuri de jurnaliști care se luptau pentru controlul asupra redacției (iar episoadele se terminau prin alungarea unui grup care migra în altă instituție de presă sau puneau bazele uneia noi), acum lupta s-a dus între grupul patronal și un lider (sau un mic grup de lideri) care controlau atât conținutul editorial, cât și strategia comercială a publicației. În toate cele trei cazuri, mai voalat sau mai direct, au fost evocate sumele uriașe (în raport cu veniturile uzuale ale jurnaliștilor “de rând” din mass media post-comuniste) de care beneficiau liderii istorici ai acestor ziare: este vorba de venituri din salarii (pe care și le fixau singuri), din dividende din profitul anual, din profitul de la firmele prestatoare de servicii care aveau contracte cu publicația (la care ei erau proprietari sau acționari majoritari), precum și din comisioanele primite de la firmele cu care aveau contracte de publicitate. Această axa de conflict este dublată și mascată de o alta: cea care separă marea masă de jurnaliști, relativ pauperizați, de liderii lor “spirituali”, infinit mai bogați. În felul acesta, în prim planul bătăliilor s-a aflat un grup de jurnaliști demisionari, care, de fapt, nu aveau nici un motiv real de plecare și care nici nu știau prea bine unde și pentru ce pleacă. Ei au înghițit fără să gândească critic sloganul legat de “independența editorială” – pe care nici nu aveau cum să o evalueze atât timp cât nu fuseseră niciodată implicați în negocierile dintre liderii lor și diverși reprezentanți ai diferitelor centre de putere economică și politică. Mulți dintre ei și-au pierdut locurile de muncă pentru un ideal fără ancorare în situația creată, în timp ce șefii lor, din umbră, și-au negociat interesele și au obținut avantaje materiale substanțiale.



De asemenea, în toate cazurile, a fost vorba de plafonarea sau chiar pierderea audiențelor. Altfel spus, formula editorială folosită de liderii istorici (Băcanu, Nistorescu, Popescu) nu mai avea succes la public, mai precis la noul tip de public care se dezvoltă în România odata cu explozia cantitativa a “gulerelor albe”; pe termen lung, în contextul intrării pe piață a altor actori, cu produse adecvate acestui tip de audiență, titlurile respective riscă să ajungă sub pragul de succes sau chiar de rentabilitate minim acceptabilă. Patronatul (străin sau autohton) era confruntat cu o spectrul pierderii audiențelor și a surselor de finanțare din publicitate. Problema aceasta era nerelevantă pentru liderii redacționali, care își rotunjeau veniturile din “piața gri” asociată titlului respectiv (comisioane și profit din firmele “căpușă” care parazitau publicația), piață la care patronatul nu avea acces. Altfel spus grupul patronal investea în pierdere, în timp ce liderii redacționali își multiplicau veniturile, din fondurile cuvenite Consiliilor de Administrare și din exercitarea controlului asupra contractelor cu firmele prestatoare sau cu cele de publicitate (Eyal et alii, 2001). Un alt aspect al preocupărilor patronale era legat de stilul managerial inadecvat unei producții moderne. Citind cu atenție declarațiile patronatului se mai poate observa că atmosfera de lucru era haotică, o boema de tip literar dominând viața redacțională. În plus, jurnaliștii păreau a fi fost convinși că redacția se conduce după mecanisme de tip plebiscitar și că orice decizie trebuie luată numai după consultarea și obținerea acordului popular al masei de redactori.

Bătălia pentru public a fost exprimată în termeni diferiți – pentru patronat era vorba de atragerea clasei de mijloc (formula “ziar respectabil” spune tot), ceea ce însemna implicit renunțarea la tonul agresiv și la militantismul politic; în schimb, jurnaliștii au exprimat acest proces în termenii presei de scandal. Identificand dorința patronatului de a crește audiența cu o intenție de tabloidizare, ei au putut, simultan, să “demonizeze” proiectele de restructurare și să se eroizeze în ipostaza de apărători ai jurnalismului de calitate. Discursul jurnalistic a jucat astfel pe ecourile simbolice ale unei duble victimizari/eroizari: jurnaliștii erau atacați de Putere, prin intermediul patronatului, pentru că ei ar fi promovat jurnalismul de calitate (non-tabloid) și o atitudine intransigentă față de puterea politica. De fapt, orice analiza de text dovedește că stilul jurnalistic dominant în cele trei tiluri era unul care amesteca elementele specifice presei tabloide și presei militant-partizane.

În sfârșit, un aspect interesant este legat de faptul că presa română a etichetat aceste evenimente drept “scandaluri”. Nu conflicte de muncă, nu bătălii politice, nu înfruntări profesionale sau etice. Pur și simplu “scandaluri”. După dictionarul Webster acest termen se refera la “disgraceful or discreditable actions or circumstances”. Din acest punct de vedere, titlurile respective nu au fost discreditate de aceste evenimente: audiențele lor nici nu au scăzut dramatic și nici cele ale titlurilor concurente nu au crescut șocant după aceste scandaluri ([www.brat.ro](http://www.brat.ro)). De asemenea, liderii lor nu și-au pierdut aureola de jurnaliști de frunte și de voci importante în mass media autohtone. Nici chiar imaginea presei nu a fost afectată, ea rămânând constant la un indice de încredere de aproximativ 60% (Barometrul de Opinie Publica). Faptul că problemele economice și profesionale ale presei române sunt tratate într-o perspectivă de “telenovela” spune foarte multe despre cei care au acoperit aceste evenimente – prin alegerea etichetei de scandal, pentru a prezenta etapele unei confruntări profesionale, ei dovedesc că nu au ieșit din paradigma presei de ... scandal.

La o privire superficială, aceste evenimente ar sugera refuzul profesiei de a accepta logica profesională și reglementările specifice sistemului de afaceri occidental (în special al celui de tip trust media); în consecință ele ar fi analogonul ieșirii în strada a muncitorilor din întreprinderile privatizate, care nu vor să accepte exigențele impuse de patronii occidentali. Desigur, unele elemente sau reminiscențe ale egalitarismului din discursul comunist răzbat din declarațiile jurnaliștilor - și ele au fost speculate de mulți comentatori (Popescu în *Adevărul*, 14.09.2004, Cartianu în *Evenimentul Zilei*, 22.03.2005, Postelnicu în *Evenimentul zilei*, 28.03.2005, Sorin Matei în *Cultura*, nr. 7, 2005). Dar aceasta este doar suprafața fenomenului. În adânc se află bătălia dintre capitalul local și cel străin pentru controlarea unei piețe acum, în preajma integrării României în UE, din nou în expansiune. Iar în această bătălie un rol major revine unor jurnaliști, care sunt simultan vedete ale mass media și oameni de afaceri prosperi în industria mass media. Cele trei “scandaluri” trebuie legate de mișcările mai discrete prin care alți jurnalisti-compradores au ajuns să controleze grupuri de presă importante – Sorin Rosca Stănescu la Alpha și Fulcrum sau Mircea Toma la Academia Cațavencu. Poziția de manageri le-a permis să: a) acumuleze un capital important, fără a se expune riscurilor (trecute pe umerii patronatului, statului sau acționarilor); b) construiască o piață “gri” în jurul acelor produse mass media, prin fabricarea unor firme care aveau contracte avantajoase și drenau sume importante (de obicei pentru plata unor servicii) din fondurile publicației; c) realizeze alianțe cu diferite cercuri economice și politice; d) controleze construcția imaginii publice a evenimentelor: astfel, ori de câte ori guvernării sau patronatele încearcă o reglementare economică, jurnaliștii-oameni de afaceri, contratacau, prin comentarii în presa scrisă sau apariții în televiziune și radio; pentru a-și asigura legitimitatea, ei se prezintă ca voci ale “societății civile”, ca expresii ale revoltei breslei (ascunzând astfel interesele economice proprii), ca apărători ai libertății care acuza patronatul de interese obscure, de obicei în sfera politică (ascunzând astfel, încă o dată, miza comercială și propriile agende). Fenomenul nu este nou și nu este specific numai României (vezi Coman, 2003, Gross, 2002, Sparks, Reading, 1998). Dar el este greu de descifrat, în spatele perdelei de fum pe care lupii îmbracați în piei de miei o desfășoară în numele luptei pentru “libertatea presei”.

## **Referințe bibliografice**

Coman, Mihai, Mass media în România post-comunistă, Iași, Polirom, 2003

Eyal, Gil, Szeleny, Ivan, Townsley, Eleanor, 2001, Capitalism fără capitaliști : noua elită conducătoare în Europa de Est, București, Omega

Gross, Peter (2002) Entangled Evolutions: Media and Democratization in Eastern Europe, Washington DC, Woodrow Wilson Center Press

Sparks, Collin, Reading, Anna (1998) Communism, Capitalism and the Mass Media, London: Sage Publ.

\* În strângerea datelor pentru această cercetare m-am sprijinit pe o parte din datele cuprinse în studiile efectuate de studenții mei Mădălina Iacob și Floriana Scânteie, cărora le mulțumesc pentru seriozitatea investigațiilor lor.