

MARGARITA LEDO ANDIÓN

O PERIÓDICO GRIS

O títido –incerto– desta entrega, *O periódico gris*, quizaves sexa só materia virtual coma calquera territorio de experimentación, pero de certo que aínda connota ao xornal como algo que pertence ao espacio público, coma un ben quase patromonial, fronte do xornal como produto do mercado e a rentes das modificacións habidas na súa función. No máis específico, no eido formal, a nosa defensa do periódico gris devén da consideración do visual –imaxe e deseño– como discurso, como parte da mensaxe na prensa e como parte das súas extratexias de senso, sen a redución ao criterio de espectacularidade.

O títido –incerto– desta entrega terá que ver, inexcusábelmente, co balance de dez anos de aplicación das NNTT ao diario e dos cambios que impuxo na propia cultura do diario.

Terá que ver, tamén, co xornalista como suxeito transindividual, como quen aplica a informática tanto á creación como á construción da "noticia", tanto aos modos de recolla, escolla e de edición de información como á súa transmisión, implicándose, el propio o xornalista, en toda a cadea de produción e no novo estilo das corporacións, con eficacia como único obxectivo.

Este feito amáis de significar, de modo substantivo, a relación de departamentos ate dagora isolados, tal o deseño ou a cartografía, con seccións convencionais da redacción, trouxo a un primeiro plano aspectos como *lexibilidade* e como identidade visual nomeadamente no intre no que

se está a falar en termos de "mercado único de imaxes".

O reforzo da razón financeira e mais o proceso de marketización do produto prensa xunto coas novas relacións innovación/práctica xornalística, ou versatilidade tecnolóxica/rutinización da profesión están no celme de análises recéns que nos confirman que as tecnoloxías arrecadaron meirande número de fontes, máis información, pero tamén menos aporte no acabado da mesma por parte dos profesionais, entremores esvaen as convencións e os códigos que tiñan definido o comportamento —os rituais— deste sector.

Por outra banda, e lonxe de se poderen considerar só como instrumentais, as Tecnoloxías influiron a nova estratexia empresarial e, canda ela, convertíronse nunha das mediacións máis singulares da produción simbólica.

Temos de comezar, pois, a considerar o tecnolóxico como parte dos actos de comunicación e a pensarmos os obxectivos de mercado como determinantes para a configuración, hoxe, do xornal.

"Cara a fin do século ficarán dez Corporacións que han nutrir con servizos as pequenas empresas". A sentenza é do desaparecido Robert Maxwell. Efs a ameaza como posibilidade. Anque *The European* non conseguira dar saída das salas de agarda no Aeroporto. E a pesares da entrada da variante "diferencia —or excepción— cultural" como constitutiva da pluralidade e, por extensión, como elemento anti-concentración.

Tócase xa un universo de diarios semellantes entre sí que se dirixen a audiencias específicas porque o diario comeza a funcionar como *marca*, como un identificador de grupo, e como un multi-usos: o diario—soporte literario, o diario—agasallo, o diario—consultas, o diario—opinión, o diario—participación nos pool e como substitución de mecánicas democráticas tradicionais.

Consonte este idearium, para os cartel mediáticos a antiga liberdade de prensa tenderá a se equiparar coa noción de "liberdade de empresa", postulado que nos leva por diferentes modalidades da deregulación público/privado e a situarmos a afirmación común *coas NNNT a prensa ten millorado* só no lugar das vantaxes de organización da produción ou, lisamente, nas cuestións que dicen respecto á rendabilidade comercial, e contra da Cultura do xornal, termo que abranxe o papel da prensa en tanto constitutivo da sociedade e en tanto soporte de comunicación.

Se tomarmos como referente a súa diferenciación das pautas que fixaran os audiovisuais concluíríamos que se ten pasado dun periodo de imitación do écran a un outro periodo de entrega ao écran, por exemplo dos xéneros dialogais e documentais, para que sexa a tele quen escenifique e dramatice os autora chamados contidos "serios" dos medios impresos.

Fixémonos, se non, nunha das pezas da cultura visual que se conformou como xénero na primeira metade do século XX e que corre perigo de desaparición. Falámoslles da Foto. Agás para manter na Un o uso da cor.

Porque tamén a tecnoloxía veu mudar o papel do Visual entendendo, no xeral, como un valor engadido e por iso nos queremos retomar a función do visual como discurso e as súas posibilidades no periódico gris.

Tocante ao Visual, as estrataxemas móvense por entre repertorios de pictos e pola estabilización de seccións de Info como parte da marca do diario e como garantía para a produción rápida de snapshots. Na práctica, aquilo que se tiña anunciado como un novo xénero, a infografía, nen chegou sequer a perfilar convencións de seu, a súa gramática máis aló de incorporar a preexistente dos servicios de cartografía e de engulir dun grolo sinais que se foran construindo ao longo da historia para lle comunicar, co sentido da ollada, algunha cousa a alguén.

Dende postulados críticos trátase de acollérmonos a diferenza entre práctica e técnica e a analizar o que significou a transmutación da práxe pola técnica nos obxectivos dos actos de comunicación. Quizaves radique acó o nó da tecnoloxía como contido, na relación entrambos conceptos como parte da produción simbólica.

¿Con que código ou con cais convencións da cultura do xornal facemos e recibemos o Visual?

¿Cómo intervén a representación, o símbolo, o signo na construción e na interpretación do Visual?

¿Crémos máis nunha imaxe se controlamos a súa orixe técnica ou é máis creíbel se admiramos esa orixe técnica?

Trataríase, en suma, de avaliar a traveso da pescuda e coa metodoloxía estandar dun laboratorio de lectura, qué se deixa pasar, como discurso, do Visual e o modo no que se deixará pasar para írmonos achegando á comprensión do que lémos (percebemos) cando lémos unha foto, do que lémos cando lémos un info, do que lémos cando lémos unha ilustración.

A hipótese que centra o noso albo como unha das vías para entrarmos no discurso visual parte da seguinte consideración: a Tecnoloxía, cando non se fai visíbel, varía a súa incidencia nos contidos; cando é visíbel empobrece os contidos e resta, sobremaneira, o "efecto especial".

A xeito de esquema para un programa de observación avanzamos os tres niveis (un grupo de gráficos, un outro grupo de recursos e un grupo de fotografía) por entre os que devalan diferentes elementos que xeran, tamén, experiencias perceptivas que influirán os comportamentos e mais os actos de comunicación.

Para a fotografía, establécense as seguintes variantes:

- Imaxe evenemencial ou de acontecemento/imaxe de persoas.
- Cor/branco e negro.
- Uso de reencadres—montaxes—recursos (fondos, marcos, sinais ...).
- Tratamento dixital (visíbel ou perceptíbel) da foto como mecánica de des-realidade.

Nos sub-grupos de Imaxe, establécense as seguintes dicotomías:

- Ilustración vs. Infografía ou imaxe quirográfica/imaxe tecnográfico-sintética.
- Fotografía vs. Infografía (tecnoloxía controlada/tecnoloxía "ademirada").
- Foto "efecto real" / foto "efectos especiais" e Foto-Pub.

Para a orixe, para a "línea de creto", co albo de avanzar na relación autores/credibilidade, establécese a seguinte observación:

- Axéncia/Fotógrafo autor (fotografía de rexistro directo).
- Video ou fotografía de segunda xeración, a partires da imaxe TV.

Verbo do soporte material quedaría aínda a clasificación pola existencia do clixé en celuloide ou non:

- Negativo vs. Toma magnética.

Quérese, en resumo, co enunciado *O periódico gris* a apertura dun campo de observación do feito tecnolóxico imbricado no proceso comunicativo xeral –escollendo como mostra o visual– e non como descripción puntual ou mesmo da aplicación das Tecnoloxías á produción de prensa, diante a alarma das implicacións que comporta o cámbio da súa función social, tendencialmente á marxe do interés colectivo en que se define como un outro produto de mercado e activa fórmulas alleas á cultura xornalística en cadanseu contexto. Lonxe, ben lonxe, das vellas expectativas de reciprocidade que modularan a comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Guerres et Television, *Actes du Colloque*, C.R.A.C. Valence, 1991.
 Habermas, J. - *Ciencia y técnica como ideología*, Tecnos, Madrid, 1992.
 Ledo, M. - *O diario Postelevisivo*, Lea, Santiago de Compostela, 1993.
 López, M. - *"La influència de les innovacions tecnològiques en l'evolució dels models de diari ..."* TD, Departament de Periodisme, UAB, maig 1992.
 Mattelart, A. - *La internacional publicitaria*, Fundesco, Madrid, 1989.
 Wolf, M. - *"Modelos periodísticos en transición"* in TELOS, 28, Madrid, dic-feb. 1991.