

LA RETÒRICA PERIODÍSTICA I LA FI DE LA HISTÒRIA

ALBERT SÁEZ I CASAS

(Resum de la tesi doctoral elaborada sota la direcció del Dr. Llorenç Gomís)

El periodisme és una activitat social indestruïble de la vida democràtica. L'exercici del periodisme és absolutament impossible en els règims polítics totalitaris, siguin de dretes o d'esquerres. Igualment, la democràcia és una simple paròdia quan no s'acompanya d'una informació lliure i plural. Alexis de Tocqueville va ser el primer en fer-ho notar quan va descriure als francesos com era la democràcia a Amèrica. El periodisme és en democràcia el sistema principal de representació del present col·lectiu, doncs, l'organitzador de la imatge que les societats tenen d'elles mateixes i que constitueixen en opinió pública o publicada.

Alguna cosa important va passar en la democràcia occidental la tardor de 1989 quan va caure el mur de Berlín. Tan important que alguns analistes l'han identificat com la fi de la història. Tan decisiva que d'altres asseguren que el segle xx va acabar onze anys abans del que tocava. Sembla que hi ha un abans i un després de la democràcia liberal en relació als fets de 1989. Cal pensar, en conseqüència, que alguna cosa va canviar també en l'exercici del periodisme si es va alterar el medi polític que l'acomboia. Si més no, l'any 1989 es va produir el primer d'un seguit d'esdeveniments que han fet visibles alguns canvis en les regles del joc que organitzen el periodisme occidental. La caiguda del mur de Berlín, la revolució txeca, la fi del règim romanès, la Guerra del Golf, la invasió humanitària de Somàlia, la guerra a l'antiga Iugoslàvia s'han constituït en una cadena d'esdeveniments que consagren el predomini del mitjà televisiu en la creació del discurs periodístic. Fins a tal punt que els esdeveniments són històrics abans de sotmetre's al judici dels científics. Són històrics des del punt i hora que la televisió els emet en directe.

L'era de la història en directe

Els professors Elihu Katz i Daniel Dayan fa més de trenta anys que estudien un fenomen comunicatiu que han definit amb el suggestiu nom d'*esdeveniments mediàtics*. Es tracta d'un seguit de fets que han assolit la categoria d'històrics a escala planetària gràcies a una determinada posada en escena compromesa amb les necessitats narratives de la televisió. Són cerimònies de tota mena, des de casaments fins a coronacions passant per funerals reials i inauguracions de campionats esportius, que s'organitzen i assoleixen transcendència pública gràcies a la col·laboració de la televisió, dels organitzadors i de l'estat. Han donat lloc a un nou gènere narratiu que Katz i Dayan designen com la *història en directe*, el moment en el qual la petita pantalla es converteix en un punt de trobada en directe entre els ciutadans i les institucions que els governen. Un espai de representació que gràcies a l'ús de la sofisticada tecnologia televisiva posa els ciutadans en els escenaris dels grans moments de la història com feia en la ficció cinematogràfica el protagonista de *Forrest Gump*.

La universalització de la història en directe té conseqüències en l'àmbit social, polític i comunicatiu. Des del punt de vista sociològic es crea una nova identificació entre els individus i les classes dominants en la qual l'espai és una tènue barrera que només s'aixeca a partir de les posicions asimètriques que ocupen en la representació compartida. En l'esfera política, la història en directe reformula simultàniament els conceptes de representació i de participació política dels ciutadans que s'han convertit en espectadors de les grans cerimònies de la vida col·lectiva. Pel que fa a l'àmbit comunicatiu, els esdeveniments mediàtics han consagrat la centralitat de la televisió en el sistema informatiu occidental, han transformat la disposició i expressió de la narració en els periòdics i han reformulat la representació de les institucions socials en els escenaris de l'actualitat.

El col·lapse de la invenció periodística

El periodisme és una activitat social que interpreta els fets com a notícies. Dit d'un altra manera, el periodisme organitza la representació de la societat en una convenció narrativa que denominem actualitat i que és una reconstrucció de la realitat social convertida en una successió de fets rellevants objecte de comentari públic. Durant dècades s'ha provat de trobar la fórmula exacta que permetés identificar les característiques dels fets susceptibles de ser notícia. La maduresa de la cultura de masses i la proliferació dels espais informatius han desvetllat que qualsevol fet pot convertir-se en notícia si supera la competència amb d'altres fets. El problema bàsic de

la invenció periodística és decidir què és més notícia en un temps i en un espai concrets. Al llarg de dos segles, la professió periodística ha acumulat un seguit de convencions que entren en joc quan els fets competeixen per convertir-se en notícia, és a dir, quan la realitat social lluita per esdevenir realitat pública i rellevant. En termes kantians diríem quan el noumen esdevé fenomen.

No citarem aquí les múltiples casuístiques que la teoria del periodisme ha organitzat fins ara. Direm simplement que davant dels esdeveniments mediàtics, davant la història retransmesa en directe a través de la televisió, el periodisme —sigui escrit o audiovisual— renuncia a tota convenció pròpia i s'entrega acríticament a la lògica catòdica, a l'espectacle televisiu com a criteri determinant de construcció del temari que conforma l'actualitat. Un estudi sistemàtic sobre el comportament de quatre diaris d'informació general durant les visites de Joan Pau II a l'Estat espanyol, mostra com l'esdeveniment mediàtic ocupa la màxima jerarquia en el relat periodístic malgrat el poc interès que els temes religiosos desperten habitualment entre la premsa diària. I malgrat això, el fet s'interpreta en clau religiosa i mai des del paradigma polític. Les visites del Papa són un espectacle de la televisió que sedueix la invenció periodística malgrat l'escàs valor informatiu que es dona habitualment a la religió o a les relacions diplomàtiques.

Sense dades objectives que ho sustentin, podem observar com un altre esdeveniment mediàtic recent com els funerals per la princesa de Gal·les van col·lapsar igualment la invenció periodística fins el punt d'aconseguir que alguns diaris d'informació general com *La Vanguardia* o *El Mundo* transgredissin la disposició habitual de la maqueta per traslladar la secció de societat a les primeres pàgines de l'exemplar. Igualment, altres diaris com *El País* es van arriscar a imprimir pàgines interiors en color dedicades al funeral de la princesa del poble malgrat alterar una convenció gairebé sagrada de preservar el blanc i negre com a signe d'identitat de la premsa seriosa. Un fet històric convertit en esdeveniment mediàtic resulta més notícia que qualsevol altra fet del dia, del mes, de l'any i gairebé del segle.

Una nova trama narrativa

L'esdeveniment mediàtic és un fet convertit en notícia que transgredeix bona part de les característiques clàssiques dels fets noticiables: no és nou, ni inesperat, ni insòlit, ni afecta milers de persones. Moltes vegades tampoc té cap mena de transcendència històrica ni està protagonitzat per personatges prominents, ni tan sols provoca *a priori* els comentaris del públic. Sempre, però, és espectacular en la mesura que la televisió el converteix en un

esdeveniment adequat per ser contemplat sense massa informació prèvia ni tan sols sense la complicitat de l'espectador.

En aital tessitura, la narració periodística no pot organitzar-se ni en forma de piràmide invertida ni tan sols en una estructura que arrenqui del desenllaç per explicar els antecedents i les conseqüències del fet. La trama narrativa periodística guanya llibertat creativa en el relat dels esdeveniments mediàtics. Pressuposa que explica al lector una història que ja coneix a través de la televisió tant pel que fa al desenllaç com en l'evolució cronològica. El relat periodístic es converteix aleshores en una mena de zoom que focalitza l'atenció del lector en un punt d'un quadre que li resulta familiar i conegut. La narració periodística —escrita o audiovisual— dels esdeveniments mediàtics s'organitza com una espiral que condueix el lector en la interpretació d'uns fets que ja coneix, que ja ha vist a la petita pantalla.

En aquest context, reneix la importància els gèneres informatius que permeten un grau més alt d'interpretació explícita, des de la crònica fins a la columna d'opinió són les convencions narratives predominants en el periodisme postelevisiu. La simple compilació dels fets novedosos és progressivament substituïda per l'anàlisi com a macroestructura narrativa. El periòdic postelevisiu interessa el lector quan abandona la mera descripció dels esdeveniments per convertir-se en intèrpret dels fets que la televisió ja ha transformat en notícia. No és estrany que simultàniament floreixi el periodisme d'exclusives més o menys autèntiques i els gèneres periodístics que s'ocupen d'explicar les dimensions de la realitat social que mai poden sortir a la pantalla. Retroba el sentit del periodisme de rumors, de declaracions *off the record* i d'insinuació. La tertúlia radiofònica n'és la conseqüència en l'àmbit hertzià. Curiosament, el comentari periodístic pren força quan vivim immersos en l'imperi del pensament dèbil en l'àmbit filosòfic. Evidentment que el comentari no té massa sentit quan imperen les ideologies fortes doncs tot està interpretat abans que passi.

La representació mediàtica de les institucions socials

Els *esdeveniments mediàtics* són impensables sense la col·laboració de les institucions socials que els protagonitzen. Els funerals de *lady Di* són una operació política de gran abast dirigida per Toni Blair en persona en un intent de convertir-se en el garant de la popularitat de la família real que ha quedat a expenses del primer ministre. Els viatges de Joan Pau II a l'Estat espanyol són una representació de la religió catòlica en els escenaris de la cultura de masses. La televisió els catapulta al bell mig de l'opinió publicada però no podria retransmetre'ls sense la prèvia complicitat de les institucions socials. Per què hi col·laboren?

Després de dos segles d'existència, el periodisme en particular i els mitjans de comunicació de massa en general s'han convertit en l'escenari principal del present col·lectiu en les societats occidentals avançades. Aital circumstància ha provocat que molt ciutadans coneguin la majoria d'institucions socials a través del relat mediàtic. D'aquesta manera s'ha accentuat la importància de la representació en la vida política, econòmica, cultural i religiosa. Tan important és allò que les institucions són quan els ciutadans s'hi relacionen personalment com allò que coneixen a través dels mitjans de comunicació. La publicitat ha organitzat durant dècades la representació mediàtica de les institucions socials. Finalment, tota institució s'ha vist obligada a organitzar la seva presència en els escenaris de la comunicació massiva. Els *esdeveniments mediàtics* han resultat un dels intents més reeixits. Proporcionen més notorietat que la publicitat, permeten un grau més alt de control de la pròpia imatge que no els relats informatius, asseguren que els ciutadans saben de les institucions allò que elles volen transmetre.

Així és com l'agenda de l'actualitat s'ha omplert d'esdeveniments mediàtics que són únicament una tipologia dels pseudoesdeveniments. Rodes de premsa, concerts solidaris, presentacions en llocs insòlits amb presència de famosos, viatges d'aventures per a periodistes, ... Fins i tot s'arriben a escenificar les filtracions com a escenari que excita la libido periodística. Les institucions socials han construït finalment una barrera que separa els periodistes de la realitat, que els impedeix accedir directament al noümen per quedar atrapats en els fenòmens que elles organitzen per servir-los. El periodisme com a relat de la realitat social rellevant ha mort a mans del fax, el telèfon i les rodes de premsa que condemna el periodista a reconstruir un relat d'uns esdeveniments que la televisió ja ha convertit en notícia pura i exclusivament atenent a la dimensió espectacular que tenen.

La melangia periodística

Una reacció habitual contra aquesta mena d'anàlisi és la melangia. Qualsevol temps passat no va ser necessàriament millor. Som en un moment de convulsió cultural i el periodisme afortunadament no n'ha quedat al marge. Cal però destriar els paradigmes que organitzen els sintagmes en què se'ns presenta l'exercici del periodisme. Després de la fi de la història ja no valen molts esquemes d'anàlisi de la professió i de la indústria periodística. D'altres simplement s'han confirmat:

- El periodisme ha perdut el poder absolut d'organització de l'opinió pública a mans de les institucions socials que dominen els nous escenaris de la vida col·lectiva. Ha de reconstruir doncs el seu rol social doncs ha deixat de ser actor i s'ha convertit en narrador i intèrpret.

- La televisió i les regles que la governen són el centre de la representació mediàtica, el periodisme ha passat a ser una part de l'engranatge catòdic que disseny la vida en forma d'espectacle.
- La història ha mort perquè ara ja es pot transmetre en directe i ha deixat de ser un relat del passat per esdevenir una experiència compartida del present.
- Els efectes de la comunicació mediada són indestruïbles de la reflexió sobre l'ús que les institucions socials i els individus fan de les experiències que tenen lloc en els escenaris mediàtics.
- El periodisme ha de tornar a connectar amb els interessos del lector i oblidar la pressió de les institucions socials, ha de tornar en definitiva a connectar amb la realitat que s'amaga darrera dels esdeveniments mediàtics

Bibliografia

- ARISTÒTIL. 1985. *Retòrica*. Barcelona: Laia, Textos filosòfics, 34.
- AUSTIN, J. L. 1990. *Cómo hacer cosas con palabras*. Barcelona-Buenos Aires-México: Paidós.
- BELL, A. 1991. *The language of news media*. Oxford: Blackwell.
- BENJAMIN, W. 1983. *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Edicions 62.
- BERGER, P. L.; LUCKMANN, T. 1988. *La construcció social de la realitat*. Barcelona: Herder.
- BORRAT, H. 1989. *El periódico, actor político*. Barcelona: Gustavo Gili.
- DE BEUAGRANDE, R. 1980. *Text, discourse and process*. Londres: Longman.
- GANS, H.J. 1980. *Deciding what's news*. Nova York: Vintage books.
- GOMIS, L. 1989. *Teoria dels gèneres periodístics*. Barcelona: Cedic.
- GOMIS, L. 1987 (2^a ed.). *El medio media*. Barcelona: Mitre.
- HESS, S.H. 1996. *News and newsmaking*. Washington: The Brookings Institution.
- KATZ, E.; DAYAN, D. 1995. *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- KEEBLE, R. 1994. *The newspapers handbook*. Londres: Routledge.
- LÓPEZ GARCÍA, A. 1996. *Escritura e información. La estructura del lenguaje periodístico*. Madrid: Cátedra.

- NIMMO, D. D.; SANDERS, K. R. 1981. *Handbook of political communication*. Londres: Sage.
- REARDON, K. K. 1991. *La persuasión en la comunicación. Teoría y contexto*. Barcelona: Paidós.
- SÁEZ, A. 1997. *El discurs periodístic a l'era de la història en directe*. Barcelona: Universitat Ramon Llull. Tesis doctoral.
- SEARLE, J. L. 1990. *Actos de habla*. Madrid: Cátedra.
- SPANG, K. 1991. *Fundamentos de retórica literaria y publicitaria*. Pamplona: Eunsa.
- TUCHMAN, G. 1983. *La producción de la noticia*. México: Gustavo Gili.
- VAN DIJK, T. A. 1985. *Discourse and communication. New approaches of the analysis of mass media discourse and communication*. Berlin: W de Gruyter.
- WITTGENSTEIN, L. 1989. *Tractatus logico-philosophicus*. Barcelona: Laia.