

TENDÈNCIES DE L'EVOLUCIÓ FUTURA EN MATÈRIA DE COMUNICACIÓ PERIODÍSTICA

JOSEP M. CASASÚS I GURÍ
(Sessió del 7 de maig de 1990)

El sistema general de les comunicacions socials dels primers anys del segle XXI estarà dominat, encara, pel creixement indeturable dels mitjans audiovisuals, recolzats en una tecnologia constantment renovada, les prestacions de la qual no coneixeran, pràcticament, límits de cap mena.

Estic convençut que una de les innovacions que produiran un impacte social més punyent en els propers anys serà la comercialització de l'holografia cinètica: és a dir, la reproducció d'imatges en tres dimensions i en moviment.

Aquesta és, des de fa anys, una de les meves referències predilectes quan cal jugar a fer profecies. L'actual influència pregonada de la televisió convencional, malgrat el seu darrer esforç per apropar-se als avantatges del cinema (l'avenç de l'anomenada *alta definició*), quedarà esmoreïda a causa de l'embranchada d'una tecnologia que reproduirà a les llars, en tres dimensions, personatges absents, configurats per les interferències produïdes en la superposició de feixos de raigs làser.

Hi ha, cada cop més, un terreny adobat perquè arrelin aquestes coses. A diversos països d'Europa es venen ara uns ninots de plàstic, fets a mida humana, que omplen la casa de persones fredes, buides, immobles i silencioses. En aquests ninots, moltes persones solitàries troben el conhort d'una companyia artificial. Res no podrà satisfer tant demà aquestes mancances casolanes com unes figures en tres dimensions que, sense ser presents en el sentit tradicional del concepte, es mouran i parlaran al costat de nosaltres.

L'eixam de mitjans audiovisuals a escala mundial, en aquest futur immediat, produirà una saturació tan densa d'impactes que desfermarà efectes automàtics d'entropia intel·lectual generalitzada. L'excés d'informacions simultànies provocarà reaccions de rebuig i de neutralització de la percepció humana pel que fa, concretament, a la capacitat receptiva racional dels consumidors de mitjans de comunicació de massa, és a dir, pel que fa a la capacitat per a copsar plenament l'abast dels esdeveniments i llur importància.

Calia fer d'antuvi aquestes reflexions sobre aspectes generals de la comunicació de massa de l'avenir, però allò que em pertoca més a mi, és assenyalar quines tendències predominen avui dins aquell tros d'aquest camp de les ciències socials que m'és més proper com a professor i com a investigador. Em refereixo al periodisme entès com a funció professional; als diaris, en concret; i a l'evolució de la prosa periodística, particularment en els nous mitjans informàtics de comunicació que utilitzen text.

Cap a la darrerria dels anys setanta del segle XX es va encetar una nova etapa en la història del periodisme modern. És l'etapa que alguns anomenem del «periodisme social», i que d'altres identifiquen com l'etapa del «periodisme de serveis», o del «periodisme del benestar social» o de «la qualitat de vida». És una etapa caracteritzada, entre d'altres, pels següents trets generals: consolidació de les idees professionals universalistes; increment de l'atenció professional vers qüestions d'interès humà, de lleure, de salut, de medi ambient i de vida quotidiana; aprofundiment en les tècniques professionals del periodisme de precisió i del periodisme d'avaluació; desplegament de gèneres periodístics de l'etapa anterior, tals com l'anàlisi i l'informe; aparició de nous gèneres, com són la notícia de situació, l'infogràfic o la informació visual; configuració d'un nou model de diari encara novençà: l'anomenat *diari de serveis*.

Hi ha una remarca important que cal fer respecte a aquest darrer tret del sentit de l'evolució del periodisme contemporani. El canvi de model hegemònic de diari —canvi que ara es produeix— és un dels més radicals dels darrers temps. Aquest model, representat, encara d'una manera incipient, per l'*USA Today*, s'allunya sensiblement tant de la concepció hemerogràfica materialitzada en models com *The Times* o *The New York Times* —dos models clàssics de diari informatiu interpretatiu— com de *The Sun*, *Bild Zeitung* o *The Daily Express*, models genuïns de diari popular sensacionalista.

La nova mena de diari que anuncia l'*USA Today* es configura, però, com totes les coses humanes, a partir de convergències i d'influències múltiples. Els diaris, amb llur presentació i amb llur contingut, i la conjuminació de tots aquests factors congriats amb la sensibilitat de l'època i amb les necessitats objectives i subjectives dels lectors, són el resultat d'una elaboració complexa. Per aquesta raó, en els primers temps de conformació d'un model s'hi palesen solucions híbrides. Posaré només un exemple significatiu: l'*USA Today* va contractar els més brillants redactors de *The Wall Street Journal* per a fornir la seva secció d'economia, mentre que els mateixos *The Wall Street Journal*, *The New York Times* o *The Washington Post* incorporaren ja infogràfics —el gènere més característic de la contemporaneïtat— a llurs seccions; i, fins i tot, a la primera plana de les edicions de molts dies.

La construcció del nou model de diari de serveis es recolza, principalment, en el profund canvi tecnològic que es produeix en aquests moments, i es resol

amb aportacions derivades de les noves idees en matèria de gèneres, tècniques i objectius periodístics.

Els canvis en el model hegemònic de diari i en la manera d'entendre el periodisme tenen sempre una base materialista i industrial. Des de feia un segle no s'havia observat una mutació tan radical en la tecnologia i en la infraestructura de la premsa com aquesta que ara albirem. A la segona meitat del segle XIX, el desenvolupament gairebé paral·lel de la telegrafia, el ferrocarril, la rotativa tipogràfica, la linotípia, el teletip i el fotogratat, va propiciar la germinació, del gran periodisme informatiu que ha predominat, de fet, fins ara.

Totes aquelles novetats tècniques afavoriren una concepció moderna del periodisme, una concepció que entenia aquesta activitat com un negoci de venda de notícies recents i d'anuncis de publicitat immediata, i no pas únicament com una eina ideològica, o com una arma política o religiosa, tal com s'havia entès fins aleshores a les diverses cultures lletrades.

La rapidesa, fins aleshores inèdita, en la transmissió d'informació i en la composició de textos, i la capacitat per a assolir grans tiratges, bastien una revolució sense precedents en la història de la cultura. Per a trobar un quadre pretèrit amb els mateixos trets, hauríem de recular fins a la mateixa invenció de la impremta.

Moltes de les vacil·lacions de la premsa catalana d'aquell tombant de segle, creditora d'una bona part dels èxits del nostre redreçament polític i cultural, però mancada d'esma per a emprendre sòlides operacions de modernització, són ben representatives d'aquell període decisiu de la història de la comunicació.

Cent anys després, som contemporanis d'un canvi de les mateixes magnituds. El tractament informatitzat de textos, les rotatives d'*offset-color* de la darrera generació, la transmissió i l'emmagatzematge electrònics de fotografies, i els gràfics realitzats amb ordinador, generen un capgirell en un sector que, com és el de la premsa, operava encara amb criteris de feia cent anys.

D'altra banda, el desplegament de noves tecnologies de la informació, com el teletext, el videoperiòdic i el periodisme electrònic interactiu, tenen també un valor propi de nous mitjans alternatius, alhora que influiran també en la configuració del nou model hegemònic de diari, tal com ho van fer, si més no a escala mundial, la ràdio i la televisió en els decennis dels anys trenta i dels anys quaranta del segle XX. La perspectiva analítica actual ens ha permès de concloure que la competència de la ràdio i de la televisió va decantar els diaris vers un tractament més interpretatiu dels esdeveniments d'actualitat, ablanint l'afilada duresa dels continguts purament informatius o purament ideològics dels diaris de les anteriors èpoques. Els nous mitjans telemàtics del nostre moment modificaran també el periodisme que s'ha fet fins ara.

La tècnica de la redacció periodística, per exemple, haurà d'adaptar-se a les prestacions i a les exigències de la nova tecnologia electrònica, tant pel que fa a

aquella que hom emprà en els mitjans convencionals (els diaris impresos damunt paper), com en el cas d'aquella que utilitza les línies telefòniques o els canals de televisió (els diaris difosos per telemàtica).

Arreu del món hi ha avui una estancació patològica dels índexs de lectura. Els estudiants no llegeixen ara en la mesura que ho feien els de generacions anteriors, i entre la gent gran es detecta també una enervació de l'exercici de la lectura. D'altra banda, els lectors de diari no són tampoc un conjunt de públic lector «pur». Aquells qui llegeixen diaris són alhora oients i espectadors de programes informatius de la ràdio i de la televisió. De la mateixa manera, els no-lectors de diari no s'interessen pas, massa sovint, pels programes informatius dels mitjans audiovisuals. Els no-lectors, quan veuen televisió, prefereixen, paradoxalment, en general, la programació de ficció o d'esplai.

L'adaptació del periodisme escrit al nou ecosistema comunicatiu imposat pel cinema, la ràdio i la televisió, ha assolit mantenir el segment de mercat de la premsa, però no ha pogut fer-lo créixer al mateix ritme que el dels altres mitjans. La consolidació del model de diari informatiu interpretatiu entre la Segona Guerra Mundial i els anys de la crisi econòmica del petroli (1973) ha estat insuficient. La tàctica utilitzada en aquell període fou la d'accentuar les tècniques del periodisme interpretatiu, la de la valoració, la de l'anàlisi, la dels textos llargs i elaborats, la del periodisme d'investigació, la del periodisme d'aparent profunditat. Ara esdevé necessari recórrer també a d'altres tàctiques o a un canvi d'estratègia. Sense bandejar del tot el periodisme d'explicació, les noves tendències en redacció periodística tracten de presentar productes nous, fàcils de pair, històries amenes ben escrites, gràfics informatius, atracció visual, continguts d'interès real per a la majoria de gent.

Els teòrics i els investigadors experimentals en periodística cerquem nous ressorts que augmentin la llegibilitat dels textos, els quals hauran d'excel·lir per la seva força semàntica inequívoca, atractiva i entenedora. Explicar bé una història, desplegar-la completament, i fer-ho amb períodes clars i breus, torna a ser un rept per als professionals del periodisme de la contemporaneïtat.

Una de les hipòtesis de futur amb la qual treballa actualment en el meu camp de recerca recolza en la convicció que la prosa periodística del segle XXI haurà de tenir el suport en la gràcia d'estil, en la serenitat del to i en la precisió de les dades. Els lectors, atabalats pel gavadal d'imatges que caurà damunt nostre, cada cop més, a mesura que avancin les properes anyades, cercaran en el text periodístic l'efecte sedant, el contrapunt abellidor, una lícita i noble cobejança. La prosa periodística del segle nou haurà d'acomplir les funcions d'un recer, d'un descans, d'un somni, d'un plaer que serà gairebé intrombable.

Al meu entendre, s'erren aquells qui creuen que el llenguatge escrit de la comunicació electrònica (llegit a les pantalles d'ordinador o de televisió emprades com a terminals telemàtiques) exigeix frases dures, afilades, directes, tallants, es-

cairades o violentes, ingredients d'un estil automàtic i irreflexiu que té la seva línia estètica equivalent en la música de la modernitat. Entenc, contràriament, que aquest estil pertany al segle que ara s'escola, el segle que aviat hauré d'anomenar «segle passat»; és l'estil del primer Paul Morand, de Gertrude Stein, de Jean Cocteau, d'alguns articles dels nostres Josep Maria Junoy o Francesc Trabal, lligat a la música del jazz i, després, del rock i de llurs derivats, del dodecatonisme, de Satie i de la pintura abstracta. Tot plegat formarà part de la història. Caldrà anar més endavant. L'evolució actual ens mena a satisfer exigències que s'hauran de resoldre amb una precisió i un rigor del llenguatge més grans, amb l'erudició sobria, i amb la concisió semàntica basada en condensadors carregats de significat. Hi haurà un predomini del gust i de la gràcia de l'adjectivació, de la saviesa dels mots. A partir d'aquests recursos —que requeriran un ensenyament periodístic nou, atent a la informació de servei i d'anticipació, més que no pas als esdeveniments del dia— es desplegarà un periodisme científic d'amena precisió, un periodisme social d'avaluació, i una prosa de consum diari que caldrà que sigui rica i imaginativa. El devesall d'imatges i els excessos del nostre segle convertiran la lectura quotidiana en un gaudi extraordinari, equivalent al que hom sent ara quan troba un llibre que interessa o quan contempla una peça valuosa, una rarsa artística, una obra d'art.

La llibertat d'experimentació en redacció narrativa i descriptiva que s'ha desenvolupat durant el segle XX va permetre que Raymond Queneau descobrís en el seu taller que aquella persona que escriu d'acord amb un cert nombre de regles que coneix molt bé és més lliure que aquella altra persona que escriu allò que li passa pel cap i que esdevé esclava d'unes regles que ignora. El retorn de la retòrica a l'ensenyament superior de les cultures romàniques —matèria que mai no ha estat absent dels plans d'estudi periodístics d'Alemanya i dels Estats Units— no és aliè a aquestes descobertes. Un segle després de foragitar aquesta disciplina amb més de dos mil anys d'història, disciplina que es considerava arcaica i clerical, la llibertat d'experimentació ha contribuït a concloure que és millor ser esclau dels preceptes que esclau de la ignorància.

En els anys decisius del tombant de segle que ara s'inicia hi haurà, doncs, una desclosa extraordinària de tota mena de mitjans de comunicació social. Es multiplicaran els que es basen en la infraestructura audiovisual, però el diari de paper ocuparà encara un lloc principal. Sorgiran iniciatives a petita escala territorial i humana, tant pel que fa a periòdics com als altres mitjans, però hi haurà una expansió desfrenada dels sistemes de comunicació transnacional a escala planetària. Tots aquests factors alteraran l'actual correlació de forces internacionals en un moment crític per a la nostra cultura i la nostra identitat nacionals.

Com fa front a aquests reptes l'actual recerca catalana especialitzada en aquestes matèries? Ho podrem explicar amb més detall en altres sessions acadèmiques com aquesta, sobretot quan s'incorpori el doctor Miquel de Moragas als

nostres treballs. Avui, però, us avançaré que predominen ara, al nostre país, dues grans línies de recerca: una en el camp de la teoria i la política comunicatives, i l'altra en el camp de l'expressió periodística i de la cultura professional.

La primera línia orienta els seus estudis i propostes en la mateixa direcció que ho fan altres països de la comunitat europea, particularment si són cultures minoritàries o nacions sense estat. Aquesta línia malda per oferir a les institucions catalanes un projecte estratègic de política nacional de comunicació que coadjuvi en la projecció exterior de la nostra identitat col·lectiva, i que compensi la manca d'un aparell d'estat. La participació eficaç en els circuits de la comunicació externa és l'única arma de les nacions sense serveis diplomàtics i sense serveis de seguretat.

L'altra línia, en certa manera complementària de l'anterior, és la dels estudis de periodística vinculats alhora a la història del periodisme i als progressos actuals en el camp de la redacció professional. La professió periodística catalana, òrfena com era de mestres, privada del relleu generacional normal, amb una tradició excel·lent que va estroncar la guerra, ha començat suara a recolzar-se en una tasca acadèmica que brega per recuperar el tarannà d'innovació i de rigor que va caracteritzar la periodística de la Catalunya dels anys trenta, tarannà que el periodisme compartia amb l'arquitectura, la música i la pedagogia catalanes d'aquell temps.

Pouar en la nostra pròpia història ens aporta, en aquest cas, valors tècnics de redacció que relliguen amb el sentit de les tendències actuals en matèria de comunicació periodística, als quals m'he referit al començament. El coneixement d'experiències positives del nostre passat, que eren certament avançades a la seva època, ens lleva la servitud d'anar a raure al manlleu dels exemples forans que encara enlluernen, però que esdevingueren aclaparadors en el llarg camí que férem en l'obscuritat.