

PROPOSTES DE TREBALL EN HISTÒRIA DE LA COMUNICACIÓ SOCIAL

FRANCESC ESPINET I BURUNAT
ENRIC MARÍN I OTTO
JOSEP LLUÍS GÓMEZ I MOMPART
JOAN MANUEL TRESSERRAS I GAJU

Aquest grup va començar a treballar conjuntament sobre història de la comunicació social a Catalunya el 1982. L'oportunitat fou un seminari que encetàrem sobre les característiques que havia tingut a Catalunya la construcció de la societat de comunicació de masses.

La preocupació general pels fenòmens de comunicació social, vinculada al projecte de recerca i docència que constituïen les noves matèries d'història de la comunicació social que s'impartien –i s'imparteixen– a la Facultat de Ciències de la Informació, tingué una doble conseqüència respecte a les nostres relacions amb la premsa i els mitjans de comunicació com a objecte d'estudi històric:

a) La premsa i els mitjans de comunicació no constituïren per a nosaltres un objecte d'estudi privilegiat fins que haguérem recorregut un considerable trajecte pel camp general de la història de la comunicació social;

b) L'opció investigadora d'orientar les nostres tesis doctorals i una part substancial de la nostra activitat vers la història de la premsa catalana fou presa des d'una perspectiva que no tenia filiació directa amb els pressupòsits de la història de la premsa tradicional (amb el seguit de virtuts i defectes que aquesta particular filiació –com qualsevol altra– comporta).

En un recent treball lliurat a la revista *Anàlisi*, del Departament de Periodisme de la UAB, hem repassat la producció bibliogràfica feta al país, d'ençà de 1939, en matèria d'història de la premsa i del periodisme. Una part important dels autors ressenyats són membres d'aquesta Societat Catalana de Comunicació. Ens sembla que, d'una banda, va manifestant-se una coincident insatisfacció amb els enfocaments preferentment descriptius, mentre que, de l'altra, es revaloren algunes anàlisis que, plegades, poden ser considerades

complementàriament. Volem, en conseqüència, aprofitar aquesta ocasió per invocar la necessitat de facilitar els contactes i els intercanvis d'informació entre la gent del sector. Ens hi comprometem.

Pensem que va perfilant-se una nova història de la premsa i del periodisme més integradora, amb perspectives i metodologies que vinculen més estretament i més orgànicament l'objecte premsa-periodisme amb el sistema global de comunicació social i de producció cultural. Entre els objectius explícits de la nova orientació destacaríem: la voluntat de *legir* la personalitat profunda de la premsa, més enllà dels seus continguts manifestos, per desvelar-ne la seva identitat complexa; apropar l'objectiu als *efectes* que la premsa provoca sobre els lectors, mesurar-ne la credibilitat, la recepció, per indagar com aquesta premsa esdevé una eina primordial en el remodelatge i la representació de la vida pròpia.

Ens sembla del màxim interès la reutilització de memòries i autobiografies. Tot i que s'havien emprat a bastament les de periodistes, l'objectiu s'havia limitat a conèixer les circumstàncies de l'*emissor* periodístic. Darrerament, però, el recurs a aquesta «literatura del jo» ha estat la seva acció com a font de primer ordre, especialment pel que fa a la *recepció* periodística.

Aquest dodecàleg que segueix podria ser una síntesi ordenada de temes que s'han de tenir en compte a l'hora d'abordar l'estudi d'objectes premsa:

1. Característiques de l'entorn social i cultural/comunicatiu.
2. Descripció del sistema informatiu/periodístic i situació del mitjà analitzat.
3. Estructura empresarial.
4. Identitat i característiques bàsiques de la publicació.
5. Establiment del model de periòdic i de les seves qualitats específiques.
6. Observacions sobre característiques tècniques.
7. Organització de la feina i les rutines professionals.
8. Anàlisi dels continguts i la cosmovisió trasmesa.
9. Anàlisi dels aspectes morfosintàctics i les estructures latents.
10. Estratègies de comercialització i difusió del producte.
11. Estudi de les característiques de l'audiència (lectorat). Possible establiment de perfils arquetípics.

12. Avaluació de la relació que es pot observar entre la intencionalitat de l'emissor i els efectes aconseguits sobre el lectorat.

Atesa l'actual situació de la investigació en aquest ram a Catalunya, som del parer que les línies principals que convé seguir a mitjà termini són aquestes:

A. Completar, ordenar i unificar (els criteris) el patrimoni documental i bibliogràfic.

B. Aprofundir en els treballs sobre metodologia d'anàlisi de la premsa i els mitjans com a processos socials de comunicació institucionalitzats i complets. També pel que fa al seu ús com a font documental per a la història i les diverses ciències socials.

C. Afinar, des d'una perspectiva teòrico-històrica, la nostra visió sobre l'evolució del paper de la premsa en relació amb el sistema de comunicació comunitari. En temes com ara, per exemple, la relació entre rutines professionals i construcció de la realitat s'han fet molts progressos en poc temps.

D. Potenciar la realització de monografies que incorporin els nous plantejaments a què ja hem al·ludit i s'ocupin d'alguns grans buits que tenim pendents, sobretot de diaris i revistes d'informació general.

E. Intentar abordar sistemàticament els períodes menys coneguts de la nostra tradició periodística (protoperiodisme, franquisme, etc.) i assajar la reinterpretació d'aquells altres que han estat objecte recent d'estudis innovadors (segle XIX, Mancomunitat, Segona República).

F. Impulsar noves obres d'infraestructura i de consulta, d'autoria fonamentalment col·lectiva que permetin una mena de nova gran síntesi de l'estat actual de la qüestió, ben diferent de fa cinquanta-cinc o vint-i-cinc anys, que és la data d'aparició dels «clàssics».

(Per acabar aquesta breu exposició, només volem assenyalar que celebrem que la Societat Catalana de Comunicació faciliti trobades d'intercanvi com aquesta, i que tinguin continuïtat.)