

MANUEL FERNÁNDEZ AREAL

RETÒRICA VERSUS PERIODISME:
NOTÍCIES I REALITAT

I – Introducció

Una investigació abundosa i tenaç, alhora que un desig de trobar arrels serioses i quant més antigues millor a les recents Ciències de la Informació o de la Comunicació, insisteix des de fa anys en la necessitat de fer referència a Aristòtil i Quintillà, si més no, quan es parla de notícia, d'informació, de com s'ha de fer per tal d'escampar i que arribi a tothom aquesta informació i, en termes generals, de Periodisme.

Tot i que el Periodisme mateix no es pot identificar a hores d'ara amb l'elaboració de textos redactats, més o menys, retòricament, l'afició dels més moderns investigadors encisats per la Retòrica clàssica i conscients d'haver trobat la pedra filosofal, ens portarà una i altra vegada a tractar el tema amb un afany esclaridor que penso que serà sempre útil i fins i tot necessari, puix que el neguit de fer del Periodisme modern un gènere davallat del cel literari sembla un perill per als professionals i més que res per al públic mateix, que no hauria de patir les conseqüències dels jocs més o menys acadèmics i científics.

D'antuvi s'hauria de deixar ben clara la idea que cada un dels que intervenen en la qüestió té d'allò que és la Retòrica i quin concepte té també del Periodisme, car ni tots els que defineixen el Periodisme són o han estat periodistes professionals, ni molts dels periodistes professionals s'han preocupat d'introduir-se seriosament en el camp de la Retòrica o, si més no, no han tractat de veure si la seva actuació com a redactors de textos noticiosos té res a veure amb la Retòrica i si allò s'ha de dir només quan

es vol fer opinió i no difondre fets sense més.

Un cert confusionisme sembla com si el considerés més científic quan es parla de tot això. Hi ha tractadistes que parlen tant de comunicació com d'informació, com si es tractés del mateix fenomen i potser per tal d'estalviar-se un estudi més aprofundit del tema. N'hi ha també que defensem des de fa anys aquesta distinció, que em sembla profitosa per a tothom, entre la comunicació com un fenomen omnicomprensiu i els subfenomens de la Propaganda ideològica, la Publicitat i l'estricta Informació, encara que molts dels savis no periodistes es portin les mans al cap si diem que tot és comunicació, però no tota comunicació és informativa, com ja va reconèixer Brajnovic ⁽¹⁾.

De sempre he considerat que quan parlem de Retòrica fem referència a un art, el de dir les coses amb una elegància i segons uns cànons que facin possible la finalitat de produir, en el que rep el text, plaer, commoció de qualsevol mena o una reacció d'adhesió, puix que allò que se li diu arriba a convèncer-lo de la veritat del contingut del missatge transmès.

També de sempre he sabut que el Periodisme és un ofici que té per finalitat distreure, donar a conèixer opinions i raonaments sobre els fets i, més que res, oferir al públic, interessat en conèixer la realitat de cada dia, allò que passa, ni més ni menys que això: tot allò que passa que sigui d'interès. Per això es parla de periodisme d'actualitat, d'informació pública, de l'actualitat informativa, de fets d'actualitat, de la caducitat de les notícies i dels mateixos suports informatius —els diaris, els butlletins informatius de ràdio i televisió—, etcètera.

Ni tot el Periodisme es pot dir que sigui purament informatiu, encara que ordinàriament es desenvolupi i es fonamenti amb i sobre els fets actuals, ni tan sols es podria dir d'antuvi que no té res a veure amb la Retòrica. Ara, però, quines són les relacions entre Retòrica i Periodisme?

Sembla —abans d'introduir-nos al moll d'aquest assumpte— que quan parlem de periodisme d'opinió, de periodisme en profunditat o de periodisme documentatiu —és a dir, preocupat per donar la història completa— fem clara referència a comentaris, acumulació de dades, opinions d'altres, etc., sempre en relació amb fets d'actualitat, i això és una primera i fonamental diferència entre la Retòrica —art de convèncer, commoure o distreure gustosament— i aquest altre art que consisteix només en fer públics els fets, explicar aquests fets produïts ara, donar a conèixer allò que persones amb autoritat puguin dir sobre els fets i els perquè de llur producció i les conseqüències que hagin provocat, etc.

Perquè, anem a veure, quan Aristòtil ens diu que el discurs té tres coses o conté tres coses —el que parla, allò sobre què parla i a qui es parla— es pot dir que aquest principi de retòrica, tan modern per altra banda, rebutja totalment allò que ens va dir el nostre company Scott que els fets són sagrats i les opinions lliures? Encara que el mateix fet de plantejar una relació entre el grec i un periodista d'avui sigui pedra d'escàndol per a molts teòrics de la Comunicació que mai han treballat als diaris o a qualsevol altre mitja. Tanmateix, un professional com Scott va deixar formulat un

principi que des de fa més d'un segle ens va servir a tots per aclarir-nos quan tractavem de periodisme i es veu que avui resulta encara útil per tal que els jutges, per exemple, puguin exigir veritat o només respecte, encara que s'opini com es vulgui, als professionals, segons que informin o donin opinió.

Malgrat la lluita d'alguns teòrics capficats en la idea que mai no es pot parlar de fets veritables, puix que els periodistes no tenen capacitat de reflectir la realitat com és i són, a més a més, elements distorsionadors de la realitat pel subjectivisme inevitable que els guia a l'hora de redactar els missatges, és per mi una joia comprovar que tractadistes moderns i clàssics a la vegada, com Martínez Albertos, per exemple, es mantenen en la idea que els fets són els fets ⁽²⁾.

Cal, doncs, definir-se d'antuvi, deixar clara la posició de cadascú i a mi no se'm cauen els anells si repeteixo, una i tantes vegades com sigui necessari, que el periodisme integra tant la difusió—després de l'elaboració—de notícies, val a dir de fets presentats com a missatges clarament informatius, intencionalment varitables, com d'altres textos lliurement dirigits no a dir allò que va passar, sinó allò que es pensa, s'opina o s'hauria d'opinar segons qui transmet. I que, per tal que el destinatari del missatge informatiu sigui satisfet i se li doni un dret que té constitucionalment reconegut i protegit—el de rebre informació veraç— cal que vulgui ser-ho, cal que cerqui la veritat i cal que tingui un respecte pels fets segons allò que ens va dir Scott, que són sagrats.

Per tal que s'arribi a oferir al públic missatges veritables, els fets en forma de text, de relat si es vol, cal, sens dubte, fer servir un llenguatge adient, cal un estil informatiu, cal—es pensi o no que la *piràmide invertida* és un recurs endarrerit—, aprofitar regles i procediments útils per tal de garantir, a l'hora que amb el desig i la voluntat de ser veraç, que la notícia ho és. I això no desconeix el subterfugi intencional de fer servir un llenguatge aparentment realista, informatiu, objectivista, per tal d'amagar l'ou, un ou fals que es vol fer passar la frontera sense pagar el reconeixement com a producte d'opinió. En sembla que, en aquest sentit, Núñez Ladevéze ens va aportar exemples ben clars ⁽³⁾.

II. Retòrica i periodisme informatiu

Què volem dir, doncs, quan tractem de Retòrica i què volem dir quan parlem de Periodisme?

La Retòrica ens diu com s'ha de fer per tal que el destinatari del missatge estigui d'acord amb el seu contingut, es deixi atraure, es converteixi en un addicte o, si més no, combregui amb allò que se li transmet. La Retòrica inicialment, és ben cert, feia referència al discurs oratori, al fet amb paraules davant dels altres. La Retòrica fa referència, ara per ara, als missatges escrits i als radiats i televisats.

Cal redactar els missatges bé, és clar, per tal que arribin al destinatari i puguin produir el seu efecte previst. Ara, l'efecte previst, en el cas del missatge informatiu, com vaig repetir moltes vegades, és només assabentar el públic d'allò que passa o, com diu Rodrigo Alsina, s'esgota o esgota la seva finalitat en aquest mateix acte d'assabentar. ⁽⁴⁾

Avui, doncs, si parlem de Retòrica i Periodisme, cal deixar ben clar de quina Retòrica parlem i de quin Periodisme, puix que si es tracta del Periodisme informatiu, penso que no es pot establir una referència, un lligam adient entre un i altre fenomen: El Periodisme informatiu rebutja, per naturalesa, la Retòrica, si per tal entenem unes regles dirigides a conformar el text i donar-li la força que cal per tal que pugui arribar a convèncer. El text informatiu no té per finalitat convèncer, sinó donar a conèixer.

Si per Retòrica acabés per considerar un feix de normes de redacció dirigides a facilitar la lectura, a contactar amb el públic, aleshores estem d'acord en què s'hauria d'establir quina és la relació entre notícia i aquestes normes. Això, però, és un vell fenomen ben conegut de qualsevol periodista amb un mínim de temps com a professional. Hom coneix per tota la professió, a Espanya, per exemple, el "Libro de redacción" del diari *La Vanguardia*, que obre les "Normas generales de redacción" amb l'etern principi –etern malgrat la guerra que li van declarar els comunicòlegs– que "las características de forma y de contenido propias de un diario del modelo informativo–interpretativo y de servicios, consolidado por La Vanguardia a lo largo de sus cien años de historia, exigen una estricta separación entre hechos y opiniones, entre géneros informativos, géneros interpretativos y géneros de opinión" ⁽⁵⁾.

El més recent "Libro de estilo de ABC", amb tota claredat, diu que "deberá separarse escrupulosamente la información de la opinión. Ésta, en último extremo, tiene su acomodo en las páginas o secciones editoriales del periódico. En determinados casos, como acontece en las crónicas, es inevitable una cierta dosis de opinión personal del autor, en su calidad de observador excepcional de los hechos que relata" ⁽⁶⁾.

Aquesta és l'única retòrica, si es que es reconeix com a tal pels retòrics, que admet el Periodisme informatiu, la del grapat de normes d'estil, de redacció, de gramàtica, dirigides a *transmetre amb claredat, correcció, propietat*, com diu el "Libro de estilo de ABC" ⁽⁷⁾, els missatges o, tant se val, les notícies redactades per éssers humans que volen assabentar el públic d'allò que el públic vol conèixer.

Ja fa anys, en Tobias Peucer ens va dir que "la manera de dir, o estil, dels periòdics, no ha d'ésser ni oratori ni poètic", i que s'ha de fer servir un llenguatge "per una banda pur i, per una altra, clar i curt", al temps que ens cita a Ciceró i Quintilià i, fins i tot, a Plini. Per a Peucer amb una ment ben moderna, encara que no per a molts dels comunicòlegs d'ara, que pots ser li diran incult o heretge, sota el punt de vista de llurs teories sociològiques, ben allunyades de la realitat professional del Periodisme, "el fi dels nous periòdics és més aviat el coneixement de coses noves acompanyat d'una

certa utilitat i amenitat". I això està dit i proclamat dintre de la primera tesi doctoral que sobre Periodisme coneixem ⁽⁸⁾. I això ens pot fer arribar a conclusions, tan modernes i tan clàssiques alhora, com les de Coseriu, quan adverteix que "també els elements de les notícies, les cèlebres sis W dels anglosaxons o les condicions, les circumstàncies o els factors que cal considerar en una notícia completa –que corresponen, d'altra banda, a una anàlisi dels fets quan els fets són també accions, és a dir, accions amb el seu agent– aquestes sis circumstàncies (la persona, l'objecte, la causa, el lloc, el temps, la manera) són exactament les mateixes que s'exigeixen avui per al periòdic i en realitat es tracta, com no deixa d'assenyalar-ho Peucerus –tot i que, és clar, sense criticar Laswell, a qui ni coneixia encara– de les ben conegudes circumstàncies ja establertes per la retòrica antiga, és a dir, el qui, el què, el com, el quan, l'on i el perquè" ⁽⁹⁾.

Per la meua banda, m'agradaria recordar que tot allò de les circumstàncies ja havia estat vist clarament pel mateix Tomàs d'Aquino ⁽¹⁰⁾.

El problema, si parlem de Retòrica i de Periodisme, es planteja quan els teòrics –comunicòlegs, politicòlegs, sociòlegs, no professionals de la Informació– mantenen llur idea que tota informació és persuasiva, potser pel mateix fet del desconeixement que manifesten de la pràctica del Periodisme, de l'ofici de cercar, triar, trobar, redactar notícies i, alhora, redactar entrevistes, comentaris, editorials, cròniques, etc.

Si partim de la base que tota informació conté un element de persuasió, sigui com sigui i encara que el professional no ho sàpiga, no ho vulgui, no en sigui conscient, no cal parlar més del tema, puix que la relació entre Periodisme amb majúscula i Retòrica, igualment amb majúscula, és evident: sense retòrica no hi haurà missatge eficaç, no complirà el missatge el seu destí, no arribarà a introduir-se al si de cada un dels subjectes receptors d'aquell contingut que es desitja –per part del subjecte promotor, que obre així el procés informatiu– que penetri, segons ens deien els que creien en la funció de la informació com a agulla hipodèrmica.

Ara, però, el problema està en què quan es parla de informació, moltes vegades s'està fent referència a una comunicació d'altre tipus. I és veritat que tota la informació de què es pugui parlar és comunicació; però no tota la comunicació es pot dir que sigui informativa; precisament la persuasiva ja no ho és, per definició. ⁽¹¹⁾

Per informar, per tal que el públic rebí les dades d'allò que va succeir, per tal que se n'assabenti (que això li serveixi per fer-se una opinió seriosa sobre el tema o els temes és una altra qüestió), cal que els missatges siguin de tal o tal altre manera, que donin resposta a unes preguntes que ja Peucer i abans d'ell l'Aquinatenc ens van presentar com a necessàries per tal de conèixer la realitat dels fets. Tanmateix això no comporta, doctrinalment, intenció de persuadir.

És que, pel mateix fet d'escriure, de redactar cercant que el producte final sigui una notícia feta segons les regles professionals, fent servir un

estil periodístic informatiu, ja no és pas possible donar una informació totalment real, objectiva, puix que primer cal que el redactor digui les coses com ell les va percebre, veure, i perquè la llengua comporta sempre elements persuassius ..., diran els tossuts comunicòlegs no periodistes, que mai van treballar en un mitjà i que no podran comprendre la distinció que els professionals fem entre redactar cercant una aproximació a la realitat que sigui força real i dir allò que pensem. Potser fóra bo de dir-los que pensin sobre les paraules plenes de saviesa, de seny i de modernitat, dels principis elaborats pel Col·legi de Periodistes de Catalunya o del Dodecàleg de Cela, quan adverteixen de la diferència entre dir allò que va ocórrer i allò altre que el periodista desitja que hagi passat ⁽¹²⁾.

Els comunicòlegs capficats en la idea que tota comunicació és informació o, més ben dit, la idea que tota informació és persuassiva, mai podran veure la diferència entre la *no intencionalitat* de la Informació, que la Informació requereix per tal que es pugui parlar de informació de debò, i el *joc net* que cal pels comentaris i editorials, de què parla, des de fa anys, Martínez Albertos ⁽¹³⁾, distinció que influeix en la redacció mateixa de cadascun dels productes comunicatius, periodístics i informatius, puix que no tots els productes comunicatius es pot dir que siguin periodístics, ni tots els periodístics es pot dir que siguin informatius.

En aquest sentit, Casasús ens recorda que ja Peucer parlava dels sis *elementa narrationis* de la Retòrica escolàstica i això permet dir que "en Peucer (...) encontramos un primer eslabón perdido de la evolución de la preceptiva del relato de hechos reales, evolución que comienza en la Retórica de Aristóteles y que pasa por las de Cicerón y, sobre todo, Quintiliano, hasta injertarse en el nuevo tronco de la Periodística" ⁽¹⁴⁾.

Núñez Ladevéze repetirà, una i altra vegada, que els productes periodístics són, evidentment, textos, "resultado de una actividad poética de un artífice que usa la lengua, conjunto de léxico y reglas sintácticas de combinación, como material para la construcción de sus productos, los cuales son, con toda propiedad, productos lingüísticos" ⁽¹⁵⁾ encara que, és clar, també sigui importantíssima la consideració del context, tenint en compte la finalitat que persegueix el text informatiu, que és tan sols, en aquest cas, donar a conèixer uns fets. Per això, em sembla perillosa, perillosa per al públic, perillosa per tal de que pugui garantir un màxim de veracitat quan es redacten notícies, la consideració de la informació com a *narració*, sense més, tal i com, per exemple Sánchez i Sánchez, continuant el camí triat per Paul Veyne, la considera, en dir que "informar más es narrar mejor", puix que "en la medida en que el periodista consiga integrar los hechos conocidos y las personas en una trama con sentido, estará sirviendo más acabadamente a su público. Por el contrario, mientras se limite a listar series de hechos aislados y de personas que actúan sin integrarlos en un todo con sentido -y a eso tiende por propia definición el modelo textual conocido como pirámide invertida- estará ofreciendo una información de poca calidad" ⁽¹⁶⁾; encara que reconegui que para *narrar mejor* hay que *informarse muy bien*.

Sóc d'aquells que, després de molts anys d'exercici professional del Periodisme i d'investigació universitària i de docència alhora sobre aquests temes que primer vaig experimentar, abans de fer la teoria, es manté en la distinció de sempre i arriba a la conclusió, com també ho fa el recent llibre d'estil del diari ABC o qualsevol altre dels que darrerament han sortit a Espanya, que la Informació cal que es presenti amb la "máxima objetividad, corrección, impersonalidad y amenidad. No se omitirá ninguno de los interrogantes tradicionales que definen la noticia (*qué, quién, cuándo, dónde y por qué*) sin olvidar sus antecedentes y posibles consecuencias. Si se desconociera alguno de sus elementos, se dejará constancia explícita de tal circunstancia y de sus motivos. La información se presentará según la estructura de interés decreciente de la pirámide informativa. Jamás deberá olvidarse la regla de oro del periodismo escrito: lo más importante deberá exponerse al comienzo ..." (17) Això no ho entendran mai els comunicòlegs, ni molts altres teòrics que menyspreen el treball professional del periodista encarregat de cercar, trobar i redactar notícies segons unes pautes, unes *rutines* que per als professionals són evidents com a procediment adient per tal de donar al públic allò a què el públic té dret, tal i com reconeix l'article 20 de la nostra Constitució: una informació *verax*

(18)

Aquesta és, si es pot dir que ho sigui, l'única Retòrica admissible quan es tracta de redactar missatges informatius, i això no vol dir que, com ja sabem, no existeixin altres missatges periodístics que puguin seguir altres pautes que s'apropin més a la Retòrica clàssica, si per tal s'ha d'entendre —que també hi haurà opinions de tota mena— un procediment que faciliti l'adhesió.

I això té el seu sentit, puix que el Periodisme informatiu, per definició, cerca sense més donar a conèixer la realitat a altri, transmetre els esdeveniments que siguin interessants de cada dia o, com diu Peucer, notificar "coses diverses esdevingudes recentment en qualsevol lloc", bé perquè s'ha estat "espectador (*autoptes*) dels esdeveniments; o bé per transmissió d'uns que expliquen a d'altres els fets que han vist" (19).

Si la Retòrica serveix per a donar al públic allò a què el públic té dret, conèixer la realitat de cada dia, aquells fets que siguin d'interès públic, benvinguda sigui la Retòrica, que no neix ara precisament, puix que ja el mateix Peucer cita a Ciceró o Quintilià, i això constitueix, com diu Casasús, "una prova a favor dels corrents de recerca dirigits a demostrar l'evidència de que la Retòrica clàssica va contribuir decisivament al bastiment de la Periodística primitiva". (20)

Ara, però, és al camp del Periodisme d'opinió on es pot trobar la més gran utilitat a la Retòrica com a mitjà d'arribar al públic amb garanties de convèncer-lo i amb això, amb la persuasió, té molt a veure la Retòrica clàssica tal i com la vam conèixer.

La notícia, per tal de ser-ho i no per exemple un anunci o un comunicat ideològic, cal que reflecteixi la realitat, si més no, una aproximació força propera a la realitat. Encara que hi hagi defectes i taques a la transmissió,

el promotor del missatge ha de voler dir la veritat i fer arribar la veritat dels fets i no la seva opinió personal. Els professionals de la Informació coneixen bé el llenguatge adient i els procediments que calen per tal que la notícia que facin sigui de debò una notícia. I això és el que se'ls pot demanar i exigir, segons llur deontologia específica.

Quan es tracta de Periodisme d'opinió, entrem dintre d'un terreny en què domina la més absoluta llibertat per a dir tot allò que es pensi, sense el compromís de reflectir la realitat, sense l'obligatorietat de respondre a les preguntes clàssiques *què, qui, quan, com, on, perquè*. Per això, és correcte parlar de pluralisme quan fem referència a opinions. Tanmateix, no es pot parlar de pluralisme si ens referim a informació, car la informació cal que sigui veritable i la veritat és una, no plural.

El missatge d'opinió no cal que reflecteixi la realitat, al menys la realitat externa, allò que va passar, al contrari, donarà a conèixer diverses idees sobre els fets, diverses maneres de veure'ls, avaluar-los, jutjar-los, un dret igualment reconegut i emparat per la nostra Constitució en el mateix article vint, cercant un pluralisme que es considera garantia de la democràcia com a sistema polític. No es tracta de que el subjecte receptor del missatge pugui dir, com dirà davant d'un missatge informatiu —una notícia—, si és veraç, sinó això jo ho hauria dit de la mateixa faiçó.

Segons Veron, tractant de la possible objectivitat: "Du point de vue du récepteur, la notion d'objectivité repose sur un jeu étrange qui consiste à peu près en ceci: un discours sur des événements de l'actualité sera jugé objectif lorsque le récepteur a le sentiment que, s'il avait été là où les événements ont eu lieu, il les aurait décrit à peu près de la même façon. On fait appel, on le voit, à l'idée d'une expérience subjective inexistante (donc imaginaire), qui fonde le jugement d'objectivité".⁽²¹⁾

Sigui com sigui, el missatge informatiu vol donar a conèixer, sense més. En el camp de l'opinió es tracta de molt més, de convèncer, de guanyar amics o adeptes o partidaris o fer clients i, per tant, ací sí té un lloc rellevant la Retòrica tal i com avui l'entendem.

III. Retòrica i Periodisme d'opinió

Diu Gomis que els periodistes troben feina als mitjans de comunicació perquè "són intel·lectuals (coneixedors) especialitzats en comunicar fets interessants d'una manera entenedora. Aquests fets els poden comentar ells mateixos o deixar que els comentin altres opinadors o altres intel·lectuals".⁽²²⁾

La feina més important dels periodistes, la que fa d'un home un periodista —o si es vol, un intel·lectual, com diu Gomis, un intel·lectual caracteritzat, un periodista— és, ni més ni menys, la de cercar fets interessants, fer-los notícia —redactar-los segons els cànons adients per tal que puguin

ésser un missatge d'actualitat que càpiga dintre dels espais informatius— i fer que aquestes notícies abastin el menú informatiu del mateix públic, el que llegeix, escolta o veu el seu mitjà, el mitjà en què treballa i del que viu, encara que, més aviat, viu del públic que segueix el mitjà i fa que aquest visqui i guanyi calés.

No cal dir que el mateix públic sap quan es troba davant d'un periodista que es pugui dir periodista: aquell que descobreix la realitat com és, que diu les coses com són; i moltes vegades considera periodista bo el professional que redacta bé, escriu bé, fa uns comentaris que tenen urpa, i això perquè, com vàrem dir, el Periodisme no és tan sols informatiu, ni consisteix tan sols en comentar les notícies amb elegància i estil més o menys valent, ni molt menys es pot dir que el Periodisme s'hagi d'entendre com ficar-se amb els polítics, per exemple, sense cap motiu.

Totes aquestes coses conjuminades, totes aquestes feines, unides pel fil de l'actualitat, constitueixen el cos del Periodisme, una mediació entre els professionals que fan tot això i els públics que volen assabentar-se, passar-ho bé llegint, escoltant, veient el resultat d'aquest treball als diaris i les revistes, a la ràdio o la televisió. Per això hi ha uns professionals que *troben feina* als mitjans de comunicació, atesa la petició, el neguit, si es vol, de tots els que volen conèixer què va passar, què passa, com van les coses i tenen altres coses a fer durant el dia; o volen distreure's, passar-s'ho bé, o saber què diu un altre sobre els esdeveniments d'actualitat.

Soria, tractant de les diferències entre la comunicació de fets i la d'idees, diu que la "comunicación pública de hechos requiere un doble *iter*: la percepción del hecho externo por el informador —lo que puede llamarse la interiorización de lo externo— y la comunicación del hecho externo que ha sido interiorizado por la percepción, lo que constituye una nueva exteriorización del hecho. La comunicación de hechos requiere que en ese doble *iter* no se produzca la deformación del hecho ... la comunicación de hechos reclama que se dé una adecuación entre el hecho externo al informador y lo comunicado por él. Esta adecuación de la realidad al intelecto es lo que se llama verdad lógica ..." (23)

Las cosa canvia quan volem transmetre missatges d'idees, quan volem fer arribar idees a altri ficades dintre de missatges redactats amb aquesta finalitat. Soria ho diu molt bé: comunicació del món interior "por su propia naturaleza, se dirige a la voluntad de los receptores a través de su entendimiento... El mensaje de ideas es en sí siempre persuasivo. Tiende a mover la voluntad en el sentido propuesto por la idea, contando con el filtro del entendimiento del receptor ..." (24)

Tot això, però, fer arribar al públic allò que passa i dir-li també allò altre que pensa sobre els fets el mateix periodista o les opinions dels que no ho són (sociòlegs, polítics, metges, etc.) és la feina dels professionals, com ja ho va veure, amb tota claredat, el primer doctor en Periodisme que coneixem. Peucer, en plantejar-se quina podria ésser la finalitat dels "nous periòdics", es contestava: "és més aviat el coneixement de coses noves acompanyada d'una certa utilitat i amenitat. Fou per aquesta causa que

començaren per primer cop a escriure's i a divulgar-se els periòdics ... cada vegada que els ciutadans es troben en els encreuaments de camins i a les vies públiques pregunten: *què hi ha de nou?* Per tal de satisfer aquesta curiositat humana s'han imprès arreu nous relats periodístics en diversos idiomes".⁽²⁵⁾

El periodista és, doncs, ni més ni menys, un intermediari, un professional que es dedica a "facilitar informaciones sobre hechos o noticias que se presumen de interés pero que serían desconocidas para la mayoría si el periodista no se dedicara a narrarlas".⁽²⁶⁾

En aquesta línia, fins i tot es podria dir que el periodista està dotat d'una especial capacitat de percepció per tal de *veure* què és notícia i què no, on es troba la notícia, quines són les fonts de la notícia, per on pot sortir un fet que arribi a notícia, quin és l'ambient adient per promoure fets noticiosos, etc. Això explica el naixement de nous gèneres periodístics que són comunicació i informació barrejada i que, moltes vegades, serveixen perquè el públic tingui no tan sols informació, sinó també opinió sobre els fets d'actualitat, treta gràcies a l'habilitat professional dels qui coneixen les possibilitats de cercar informació i documentació adient sobre els fets. Santamaria Suárez, tot i parlant sobre les tertúlies radiofòniques, diu que venen a ser "un modo expresivo en el fenómeno de la opinión y no fácilmente clasificable dentro de los subgéneros del comentario" ahora que són "la puerta por donde entra la opinión en unos medios que se habían conservado hasta ahora básicamente informativos y que en esta modalidad de la opinión periodística han tomado la delantera a la Prensa escrita"⁽²⁷⁾

El periodista, a les tertúlies, només fa de fura, per tal de cercar possibilitats de donar notícies i fer que els contertulis donin llurs opinions personals i dades que potser eren desconegudes. Moltes vegades, ni tan sols apareix, i són els habituals contertulis els que fan tota la feina, dintre del programa de cada dia o cada setmana.

Un fariseisme professional, molt escampat a segons quins ambients, ens podria fer arribar a la conclusió de que el periodisme ho és només quan informa i no quan opina. És important deixar ben clara la distinció entre informació i opinió, però no ho és menys d'important aclarir que una i altra poden i han de ser fetes, segons els casos, pel professional del Periodisme i que, en tot cas, el Periodisme abasta una i altra. La informació és, en el cas del professional, un deure que es tradueix en allò que coneixem com a servei públic, i que potser caldria anomenar servei al públic, per tal de treure-li tota connotació d'estatisme, puix que servei al públic no cal que sigui necessàriament alguna cosa de governamental, més aviat ha de ser fet pels particulars, i només quan ells no tenen possibilitats de fer-ho, cal que entri l'Estat a resoldre el problema, si existís. Ara, però, també l'opinió, com a part del periodisme professional, cal que sigui estimada, sota aquesta òptica de servei, com un deure exigible al periodista.

Amb la potser lloable intenció de defensar la seva feina professional

i l'utilitat del medi en què treballa, diu Maneiro que la Televisió autonòmica de Galícia (TVG) és "instrumento indispensable para achegar ós galegos as noticias sobre sí mesmos, sobre a súa realidade, sobre todo aquilo que lles interesa ou preocupa. Neste sentido, a influencia da TVG és xa algo palpable e cumpre dous obxectivos trascendentais: rescata –la credibilidade da sociedade galega en si mesma, e rompa– lo monopolio dunha imaxe de Galicia que se viña dando exclusivamente na Televisión Española".⁽²⁸⁾

En aquest cas, és un deure del professional que treballa a un mitjà que depèn del govern autonòmic –encara que formalment no sigui així, sota el punt de vista jurídic, però els diners venen del pressupost oficial– un deure dels que informen i opinen des d'una televisió com aquesta, servir la finalitat que va determinar la seva creació. Això vol dir que la informació cal que sigui veraç, però és comprensible que hi hagi més notícies de Galícia que no pas de la resta de l'estat espanyol. I les opinions sobre fets gallecs ultrapassaran els espais destinats a opinar sobre altres fets d'altres regions.

Un periodista professional sap com fer-s'ho per tal d'arribar al públic, el seu, i dir-li allò que aquest espera rebre, parlar-li dels esdeveniments que sap que l'interessen i d'una "manera entenedora", com diu Gomis, amb un tarannà que cal tenir per posar-se davant de l'esdeveniment i aprehendrel, assimilar-lo i donar-li forma de notícia, una forma que pugui ésser aprehesa pel públic com a tal notícia, fer-ho *entenedorament*. Si es tracta d'un mitjà públic, el professional treballarà dintre del marc de joc que les rutines pròpies del mitjà serveixen per organitzar la feina de tothom que hi treballa: ara, sempre tindrà clara, per molt ideològic que sigui el marc –i això val també per a l'empresa privada– la distinció entre les notícies (informació) i els missatges ideològics que ell mateix redactarà o elaborarà. En qualsevol cas, si es tracta d'un professional honrat, també interpretarà l'opinió com un servei al públic i no com una eina per enverinar-lo o, si més no, per instrumentalitzar-lo.

No és ara el moment de contemplar el paper cada dia més actiu del públic dintre del procés informatiu, determinant els continguts i triant els temes⁽²⁹⁾. Més aviat, caldria deixar constància de la urgència amb què s'ha de recuperar la confiança d'aquest públic moltes vegades *cremat* i malmès per part dels periodistes.

El professional del Periodisme cal que tingui sempre davant la figura del subjecte receptor del missatge com la d'una persona, un ésser humà amb drets i deures, però en aquest cas amb més drets que deures respecte del mateix professional, al qui se li deuen, en justícia –al públic– la veritat dels fets i una opinió, quan calgui, diferenciada amb claredat, un tractament d'home lliure que li permeti triar, rebutjar, dir sí o no. Per en Francisco Sánchez, en estudiar aquest tema del respecte al lector, cal "recuperar la noción de calidad en el periodismo"; ara, per poder fer això, primer s'ha de recuperar "la noción de lector. Es decir, la noción de lector como fin en sí mismo, como interlocutor y como destinatario inteligente y libre de los mensajes periodísticos".⁽³⁰⁾

No n'hi ha prou amb aquesta consideració del públic, és clar. El periodista cal que sigui, com vol Martínez Albertos, un "vir bonus dicendi peritus", un professional "capaz de comunicar su sabiduría por medio de mensajes hábilmente codificados para públicos no especialmente versados en materias científicas".⁽³¹⁾

El llibre de redacció de La Vanguardia, d'acord amb aquesta afirmació sens dubte, aclareix que la "norma fundamental de escribir las informaciones con claridad y concisión obliga a evitar el lenguaje conceptuoso, retorcido y ambiguo"; perquè al públic, al lector del diari cal que se li presentin "textos claros y llanos, pero sin caer en la vulgaridad ni emplear expresiones malsonantes o absurdas", per tal de no caure en allò que La Vanguardia, per mitjà d'aquest instrument de nova retòrica i preceptiva, anomena "empobrecimiento del lenguaje".⁽³²⁾ El més recent *Libro de estilo de ABC*, "recordatorio de las normas básicas de la gramática y del estilo periodístico en español, a menudo olvidadas por el apremio del cierre del periódico", palesa la idea que de l'estil periodístic, o sigui del vehicle necessari per arribar fins al lector, té el diari de Madrid: "es lo que permite transmitir con claridad, corrección y propiedad las ideas de quién escribe".⁽³³⁾

N'oblidem, però, quina és la finalitat del Periodisme: donar a conèixer fets, esdeveniments d'actualitat i oferir alhora una visió del món dins del qual els mitjans actuen, treballen, viuen i es desenvolupen.

La Retòrica –si estem d'acord en què, ara per ara, no es pot dir amb propietat que el Periodisme visqui de la Retòrica clàssica, més aviat que cal aprendre una retòrica específica per tal de fer Periodisme, si admetem que cal que el Periodisme li doni a la societat allò que la societat demana i que la nostra Constitució ha deixat escrit al seu article 20–, aquesta nova retòrica concebuda com conjunt de regles i rutines que ofereixen com a resultat un estil que facilita la feina, que fa dels periodistes intel·lectuals conxeadors especialitzats en comunicar fets interessants d'una manera "entenedora", amb paraules d'en Gomis, serveix per facilitar la feina periodística.

I quina és la feina, o més ben dit, quina és la missió del Periodisme? Lluís Permanyer es planyia de que el públic d'enguany –el públic que llegeix els diaris, escolta la ràdio, veu la televisió, s'entén– "s'adona que no aconseguix donar l'abast o que no pot arribar a comprendre tot allò que succeeix"⁽³⁴⁾. Potser perquè, com diu Sánchez y Sánchez, el diari "se parece cada día más a un *puzzle* en el que siempre faltan piezas –aunque cada día haya más– para completar una imagen con sentido"⁽³⁵⁾.

Sigui com sigui, la missió, la funció del Periodisme, amb totes les taques i defectes, es manté on ha estat sempre. El Periodisme consisteix, ni més ni menys, en explicar *el que passa realment* a persones més o menys conegudes i el que, com explica Gomis, "ens pot passar a nosaltres com a conseqüència d'aquests fets que ens comunica"⁽³⁶⁾. Per això cal que el llenguatge estigui al servei de la veritat, quan es tracta de transmetre notícies i quan s'han de fer arribar al públic missatges d'idees, puix que,

per exemple, encara que s'hagi posat de moda allò del nou Periodisme –no tan nou com sembla–, mai es podrà identificar Periodisme amb Literatura.

Si, d'una banda, el *Libro de estilo de ABC* diu que "todo texto destinado a publicarse deberá estar redactado en términos simples, directos y efectivos ... cada palabra debe ser comprendida por el pueblo llano; cada frase debe resultar clara a la primera ojeada; cada información debe destacar y transmitir algo que interese" ⁽³⁷⁾, Chillón assegura que "la teoria dels gèneres periodístics assisteix impotent no a la desaparició dels gèneres pròpiament dits, sinó a la seva creixent incapacitat per explicar els canvis de les modalitats textuals del periodisme contemporani, que depassen com més va més la vella classificació preceptiva" ⁽³⁸⁾.

Molts dubten, per exemple, de la divisió entre fets i opinions, que ABC vol que mantinguin els seus redactors, tot i que aquest diari de Madrid no sigui de vegades un exemple de distinció entre els fets i la interpretació, presentació i titulació opinativa d'aquests fets, moltes vegades distorsionats. També La Vanguardia, més respectuosa amb la realitat de cada dia i amb l'historicitat dels fets, i fins i tot gairebé tots els professionals del periodisme que tenen anys d'exercici professional i coneixement de la vida com a periodistes a qualsevol mitjà.

El Periodisme modern –paradoxalment per als comunicòlegs que no coneixen l'ofici de periodista– manté el seu respecte pels fets, demana llibertat absoluta per tal de poder opinar, comentar, difondre idees sobre els fets, fer arribar a altri allò que cadascú imagina, pensa o vol dir. Els fets, però, constitueixen el contingut de les notícies i les notícies cal que siguin veritables. La distinció, professionalment, es manté com un deure i els codis de conducta, de comportament ètic dels periodistes, encara diuen que són sagrats, puix que es tracta fonamentalment d'una qüestió d'intencionalitats.

Potser per això, com que la Retòrica clàssica s'ha de veure com una ciència o tècnica o, com diu Viñes, una "ciència de la tècnica" persuasiva, cal no oblidar que ja Aristòtil la veia també així, com a "ciència i art allhora" que descobreix especulativament allò que és propi de la *persuasió* ⁽³⁹⁾; potser per aquesta necessària relació art-persuasíó és perquè sempre vaig dir que les notícies cal que siguin certes i allò comporta un altre concepte, ara per ara, de la Retòrica.

Per acabar, només, sense comentar, voldria reproduir ara allò que diu de la Retòrica el "Manual de estilo de TVE": "La retórica no tiene cabida, en este modo de comunicación, destinado preferentemente a la intimidad de los hogares, y debe proscribirse sobre todo de los programas informativos". Encara que potser això no serveixi de cap manera per aclarir-se ⁽⁴⁰⁾.

IV. *Conclusions*

1. Com vàrem dir al començament d'aquest treball, el concepte que ara per ara tenim de la Retòrica, en parlar dels mitjans de comunicació social, no coincideix amb l'antic.

2. Avui i en aquest cas, més aviat cal parlar de regles, de preceptiva, de rutines, de condicions per tal de garantir que els missatges informatius siguin tal cosa i arribin al subjecte receptor com a notícies veritables, és a dir, com a traduccions intel·lectuals dels fets que ocorren fora de cadascú, a la naturalesa, a la vida, al món en què vivim i del què formem part, moltes vegades molt a prop. L'objecte del missatge informatiu es assabentar el receptor d'allò que ell vol conèixer. Quan es tracta d'altres missatges, la Retòrica clàssica té més sentit, puix que es vol convèncer o, si més no, atreure, guanyar adeptes, etc.

3. Cal mantenir la distinció entre Periodisme informatiu i Periodisme d'opinió, malgrat els avenços de les noves formes d'estil periodístic que a vegades poden fer suposar que hagi desaparegut la diferència entre gèneres periodístics tradicionals.

4. La Deontologia periodística té moltes coses a dir quan es tracta d'informar i de redactar missatges informatius i d'altres que no ho són però que es vol fer passar com a tals. Com va dir, el 1921, Scott, els fets són sagrats i cal que arribin al públic com a tals, com a fets, tot i que no sigui gaire fàcil contar el què va passar amb identitat total amb la realitat. Ara, es pot cercar aquesta identitat i s'ha de voler dir la veritat. Això és un deure primordial per a tot periodista.

5. Tot i que els teòrics volen fer desaparèixer la distinció entre fets i opinió sobre els fets, els llibres d'estil o reculls de regles per a redactors dels mitjans mantenen aquesta distinció i consideren una falta greu de professionalitat no respectar-la. Això planteja el problema de la contradicció entre periodisme actiu i consideracions més o menys científiques sobre la feina de cada dia, fetes per teòrics que la desconeixen realment.

NOTES

1. En el meu treball "*El concepto de información en Brajnovic*", publicat en el llibre col·lectiu "*Estudios en honor de Luka Brajnovic*", Ediciones Universidad de Navarra S.A., Pamplona, 1992, pgs. 307-322, comento en profunditat aquest tema.
2. Es pot veure, per exemple, **Martínez Albertos, J.L.**, *El lenguaje periodístico*, i molt concretament el capítol "*La distinción entre hechos y opiniones: utilidad legal y requisitos lingüísticos*", Paraninfo, Madrid, 1989, pgs. 59 a 68. També en el seu *Curso general de redacción periodística*, Paraninfo, Madrid, 1992, s'analitzen aquestes diferències.
3. **Núñez Ladevéze, Luis**, "*La Retórica objetivadora en el lenguaje informativo*", en el llibre coparticipat **Casasús, Josep Maria - Núñez Ladevéze, Luis**, *Estilo y géneros periodísticos*, Ariel, Barcelona, 1991, pgs. 103-127.
4. **Rodrigo Alsina, Miquel**, *La construcción de la noticia*, Paidós, Barcelona, 1989, pg. 14.
5. **La Vanguardia**, *Libro de redacción, edición experimental*, Barcelona, 1986, pgs. 11 i 13.
6. *Libro de estilo de ABC*, Ariel, Barcelona, 1993, pg. 49.
7. Introducció, pgs. 11 a 13.
8. **Tobias Peucer**, *Sobre els relats periodístics*, tesi doctoral (1690), en el número 3 de la revista *Periodística*, amb un estudi de Josep Maria Casasús, Societat Catalana de Comunicació, Barcelona, 1990, pgs. 43 i 45 (paràgrafs XXII i XXIV).
9. **Coseriu, Eugenio**, *Periodisme i Història*, a la revista *Periodística*, ja esmentada, núm. 5, 1992, pg. 13.
10. A la *Summa Theologiae*, 1-2, q 7, parla de set circumstàncies citades ja per Tuli a la seva *Retòrica*, i del estudi fet per Aristòtil a *II Ethic*, que per a nosaltres té menys d'interès.
11. En el meu llibre *El público como sujeto activo en la producción de mensajes informativos*, Secretariado de Publicaciones de la Universidad de La Laguna, 1992, me n'ocupo d'això extensament.
12. El primer dels criteris del *Código deontológico* del Col·legi de Periodistes de Catalunya (1992) és "observar siempre una clara distinción entre hechos y opiniones o interpretaciones, evitando toda confusión o distorsión deliberada de ambas cosas, así como la difusión de conjeturas y rumores". Segons Cela, el periodista "debe: I. Decir lo que acontece, no lo que quisiera que aconteciese o lo que se imagina que aconteció". (**Cela, Camilo José**, *La lectura, afición y aversión*, Universidad Complutense de Madrid, Facultad de Ciencias de la Información - AEDE (Asociación de Editores de Diarios Españoles), Madrid, 1993, pg. 16).
13. *El lenguaje periodístico*, llibre esmentat, pg. 65.
14. **Casasús, Josep Maria**, *Evolución de los estudios de Periodística*, en el llibre ja esmentat en col·laboració amb **Luis Núñez Ladevéze**, *Estilo y géneros periodísticos*, pg. 49.
15. **Núñez Ladevéze, Luis**, *Manual para Periodismo*, Ariel, Barcelona, 1991, pg. 25.
16. **Sánchez y Sánchez, Francisco**, *El relato periodístico. El periodista como contador de historias*, en *Estudios de Periodística* (ponencias del primer congreso de la S.E.P.), Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, 1992, pgs. 55 i 56.
17. ob. esmentada, pg. 51.
18. **Gomis, Llorenç** (*Teoría del periodismo*, Paidós, Barcelona, 1991), diu que la realitat és un conjuminat de notícies i que correspon a la "actividad profesional llamada periodismo dar de la realidad social presente una versión concentrada, dramatizadora, sugestiva, que escoja lo más interesante de todo lo que se sepa que ha ocurrido ..." (pgs. 18-19). Pel que fa a la titularitat del dret a la Informació reconegut per l'article 20 de la nostra Constitució, diu Carrillo, Marc, (*La clàusula de consciència i el secret professional dels periodistes*) que la jurisprudència constitucional "ha subratllat la pluralitat de titulars del dret a la informació determinant que ho són: els titulars del mitjà de comunicació, els periodistes, o aquells que, sense ser-ho, comuniquin una informació en un mitjà de comunicació. I també, lògicament, la col·lectivitat en tant que receptora de la informació i de la lliure expressió" (pgs. 30-31).
19. **Peucer**, tesi esmentada, paràgraf IV.
20. **Casasús, Josep Maria**, ob. esmentada, *Periodística*, núm. 3, pg. 23.

21. Veron, Eliséo, *La construction sociale des événements*, a la revista *Periodística*, núm. 2, pgs. 13-14.
22. Gomis, Llorenç, *Per què troben feina els periodistes*, en el llibre *Els intel·lectuals i els mitjans de comunicació (I Converses de la Pedrera)*, Centre d'investigació de la comunicació, Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1992, pg. 59.
23. Soria, Carlos, *La hora de la ética informativa*, Editorial Mitre, Barcelona, 1991, pg. 61.
24. Soria, id. pg. 64.
25. Paràgraf XXIV de la seva tesi.
26. Núñez Ladevéze, Luis, *Manual para periodismo*, ob. esmentada, pg. 26.
27. Santamaría Suárez, Luisa, *Las tertulias radiofónicas y televisivas, manifestaciones atípicas del periodismo de opinión*, al número 5 de la revista *Periodística*, Barcelona, 1992, pgs. 129 i 133.
28. Maneiro Vila, Arturo - Cabaleiro Duran, Alfonso, *A TVG, Unha institución pública imprescindible en Galicia*, Edicions Lea, Santiago de Compostela, 1993, pgs. 10 i 11.
29. D'això en vaig parlar no fa gaire al meu llibre *El público como sujeto activo en la producción de mensajes informativos*, ja esmentat.
30. Sánchez y Sánchez, Francisco, *Persuasión por sobredosis de neutralidad. La libertad del lector de periódicos. En Información y persuasión* (Actas de las III Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información), Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, Pamplona, 1990, pg. 574.
31. *El Lenguaje Periodístico*, ob. esmentada, pg. 55.
32. Ob. esmentada, pg. 17.
33. Ob. esmentada, pg. 11 (Introducción).
34. Permanyer, Lluís, a la *Conversa*, en el llibre *Els intel·lectuals i els mitjans de comunicació*, esmentat, pg. 78.
35. Sánchez y Sánchez, J. Francisco, ob. esmentada a (30), pg. 573.
36. Gomis, Llorenç, *Gèneres literaris i gèneres periodístics*, en el núm. 1 de *Periodística*, 1989, pg. 135.
37. pg. 48.
38. Chillón, Lluís Albert, *Què pot manllevar el Periodisme a la Literatura? Propostes per a la fonamentació del comparatisme periodístic-literari*, a la revista *Periodística*, núm. 1, pg. 123.
39. Viñes, Hortensia, *Persuasión e Información: semántica cultural retórica de la persuasión*, en el llibre col·lectiu *Información y persuasión*, esmentat, pg. 249.
40. Mendieta, Salvador, *Manual de estilo de TVE*, Editorial Labor S.A., Barcelona, 1993, pg. 13.