

JOSEP MARIA CASASÚS  
EL PERIODISME COM A RETÒRICA  
DE LA CONSCIÈNCIA

**S**obre el sistema contemporani dels mitjans de comunicació social planen ara uns mals averanys. Hom diu que els constants avenços tecnològics, combinats amb una lògica financera i econòmica de la concentració empresarial, són una amenaça per a la llibertat de les consciències i per al progrés humà i social.

A la tardor del 1993, els Estats Units de Nord-Amèrica, bona part de l'opinió pública es va mostrar sensiblement contrariada en conèixer l'acord establert entre la principal companyia de telèfons i la principal empresa de televisió per cable d'aquell país. Tant de poder comunicatiu concentrat en unes poques mans feia témer un futur on les persones patirien d'una forta dependència respecte a la percepció del món actual i respecte a la interpretació dels esdeveniments socials.

L'onada dels "reality shows" i dels programes de la "televisió-escombraries", canalitzada mitjançant circuits monopolistes que només obeeixen a una raó de mercat, comporta un risc social cert que requereix una reflexió renovada sobre el desenvolupament de les capacitats persuasives dels continguts recolzats en unes noves tecnologies de la informació, cada cop més poderoses i més eficaces.

## *El periodisme ha de ser l'ètica de la comunicació*

**L**a dinàmica del progrés tècnic i empresarial no ha de ser, però, necessàriament negativa per a la formació de les consciències i del coneixement crític de la realitat. És cert que l'explotació a gran escala dels recursos de la comunicació tendeix a afavorir una circulació de missatges predominantment dominada per una retòrica de la superficialitat, de la frivolitat, de la intuïció, de les passions, dels instints i de la dispersió. L'ús sense fre de les àmplies possibilitats dels constants avenços tecnològics i la permeabilitat universal dels mercats de consumidors d'informació comporten el perill d'un empobriment cultural alarmant. Hi ha un contrast enorme entre els avenços tècnics i els retrocessos en els continguts dels mitjans de comunicació. Mentre la tecnologia avança, els continguts retornen a comportaments atàvics, primaris, prims, sense cap valor. Aquest contrast s'accentua cada cop més, evidentment, de manera galopant.

És cert, doncs, que es produeixen fenòmens socials preocupants i que hi ha el risc de que creixin. Però només hi ha una manera d'evitar-ho. No s'ha de limitar la recerca i el desenvolupament tecnològics, i no és possible aturar l'evolució dels mecanismes econòmics que propicien la concentració empresarial. L'únic camí possible per a una acció progressista és, doncs, el de reconduir l'orientació dels continguts dels mitjans, posant-los al servei del desenvolupament humà, cultural i social. I aquesta és, potser, la funció que li pertoca assumir al periodisme en l'alba del nou segle i en el capvespre de la modernitat.

El periodisme haurà de ser, més que mai, l'ètica de la comunicació. És la nova definició que li correspon en aquesta etapa de crisi i de transició. Enfront de la retòrica de la frivolitat i de la superficialitat, afavorida pels avenços tecnològics de la comunicació àudio-visual, el periodisme ha d'accentuar una retòrica de la consciència i de la serenitat. El periodisme ha de prendre una iniciativa capdavantera en el foment d'una retòrica de l'ètica enfront d'una retòrica de la tecnologia i de la utilitat.

La consciència de l'ús ètic de la capacitat de les noves tecnologies és allò que ha de definir el periodisme respecte a les altres manifestacions de l'activitat comunicativa a gran escala. Una ètica que no s'ha de limitar, però, a l'acció professional dels periodistes. Fóra massa reduccionista centrarnos només en aquesta dimensió del problema. L'ètica del periodisme és una ètica integral. Una ètica que inclou la del treball dels periodistes, però que abasta alhora l'ètica de les fonts informatives on s'abeuren els periodistes, i l'ètica del públic que és, en definitiva, qui més pot influir en la transformació de les lleis que regulen el mercat comunicatiu <sup>(1)</sup>.

La dimensió ètica de la comunicació és allò que ha de caracteritzar i definir el nou periodisme respecte a les altres manifestacions comunicatives. És una funció feixuga i desavinent, tanmateix. Ho és, perquè per a reeixir en aquesta comesa, el nou periodisme, entès com a activitat ètica, haurà de lluitar contra l'hedonisme, la dèria del consum i la descurança de la comoditat, rèmores que senyoregen en una societat sotmesa a una profunda



crisi moral, molt més dolorosa que la crisi econòmica i social.

Aquesta reformulació de la funció del periodisme ha d'actuar, precisament, sobre les arrels de la crisi moral. El vell periodisme, el periodisme de la modernitat, es definia com una activitat dedicada simplement a informar sobre la realitat actual. També se li atribuïen les funcions d'instruir i d'entretenir. No té cap sentit mantenir aquesta vella recepta de comeses en una situació de canvis radicals com és l'actual. Si seguim atorgant al periodisme les simples responsabilitats d'informar, instruir i entretenir, no farem altra cosa que covar un exercici professional ablanit, rutinari i marginal. Cal donar al periodisme una nova força revulsiva i un braó renovador que el situï en una posició capdavantera en la lluita contra la degradació i la frivolitat. Aquesta és la missió que cal encomanar-li en els esforços per superar aquesta primera gran crisi de la postmodernitat.

### *La crisi de l'objectivitat*

La modernitat va recloure el periodisme en la reserva índia de l'objectivitat. Totes les activitats modernes han estat legitimades per un discurs específic <sup>(2)</sup>. L'imperi de la raó dominava en el discurs genèric (el metadiscurs) d'aquest període anomenat modernitat; un període que Lyotard, des d'una posició "liquidacionista" considera "superat", i que Habermas, des d'una posició "reformista" considera "inacabat". Allò que caracteritzà la modernitat era la fe absoluta en la racionalitat de les idees científiques, filosòfiques, polítiques, socials, econòmiques i epistemològiques sorgides de la Il·lustració del segle XVIII. La raó suprema com a metadiscurs (o, si voleu, com a discurs genèric) es ramificava en discursos racionals específics. El discurs de la ciència moderna fou el del paradigma <sup>(3)</sup>. El discurs del periodisme —creació eminentment moderna— fou el de l'objectivitat.

Tot l'edifici del periodisme informatiu es va aguantar durant els gairebé dos segles de modernitat sobre els fonaments del prejudici racional de l'objectivitat. Ben aviat, però, hi sortiren algunes esclatxes. Sobretot en les parets formades per les nocions de realitat i de veritat. En algunes d'elles s'observaren perspectives que anunciaven l'esclat del relativisme i del constructivisme, posicions que creixerien amb la postmodernitat. Ortega y Gasset, per exemple, va afirmar que la realitat només pot ser mirada des del punt de vista que cadascú ocupa, fatalment, en l'univers. Molts anys després, Apel va escriure que "la veritat, com a vàlida intersubjectiva del coneixement, pressuposa l'accés a un consens que és obtingut per la via argumentativa" <sup>(4)</sup>.

La idea d'una construcció de la realitat i de la veritat per la via del consens ha fet trontollar el principi modern de l'objectivitat. Segons Habermas "l'objectivitat de les experiències consisteix únicament en allò que elles puguin compartir de manera intersubjectiva" <sup>(5)</sup>. Segons Rorty, "l'objectivitat es basa no sobre la veritat sinó sobre la solidaritat: el desig d'objectivitat és simplement el desig del més gran acord intersubjectiu possible" <sup>(6)</sup>.

L'alternativa entre objectivitat i solidaritat, en el terreny de la cognició de la realitat, és una projecció d'una de les tensions principals de la transició de la modernitat a la postmodernitat. La noció d'objectivitat tendeix a associar-se amb capteniments d'essencialisme, dogmatisme, integrisme, imposició i intolerància. La noció de solidaritat, contràriament, tendeix a associar-se amb capteniments d'obertura, tolerància, llibertat, respecte mutu, consideració humana, flexibilitat, permeabilitat i exercici crític. Entre objectivitat i solidaritat s'imposen, també, d'altres nivells de contradicció. L'objectivitat s'aferra a les valors del coneixement, mentre que la solidaritat s'aferra a les valors de l'opinió. L'objectivitat pretén dominar la realitat, mentre que la solidaritat pretén contrastar les aparences.

Lyotard ha dit que entén per postmodernitat la "incredulitat respecte als metadiscursos". Diu que aquesta incredulitat pot ser tant l'efecte com la causa del progrés científic, i que la crisi de la filosofia i la crisi de la institució universitària comparteixen aquesta situació <sup>(7)</sup>.

Algunes manifestacions concretes de la postmodernitat, que afecten directament o indirectament el periodisme, són, al meu entendre, la substitució del concepte d'objectivitat pels conceptes de neutralitat, imparcialitat, independència, honradesa o cura en l'exercici informatiu; i també ho és la permeabilitat en la formació universitària dels professionals, representada pel trencament de la noció de llicenciatures rígides i tancades.

L'accés als estudis de periodisme des de les carreres prèvies més diverses (tant de "ciències" com de "lletres") és la materialització més evident d'aquesta permeabilitat postmoderna. També ho és l'expansió de les modalitats conegudes com a periodisme científic i com a periodisme de precisió. Per damunt de tot, però, predomina en l'esperit postmodern universitari i periodístic el tarannà de la recerca constant i insatisfeta; el tarannà aparentment paradoxal del dubte positiu, de la incredulitat creativa i de l'escepticisme engrescat.

La crisi de l'objectivitat és la crisi de la rigidesa, de la utopia i de la rutina. La crisi de l'objectivitat és la crisi de la raó periodística, de la raó moderna. Però l'apel·lació a l'objectivitat és encara la coartada de la retòrica de la superficialitat, de la tecnologia i de la utilitat. És la coartada de la decadència de la modernitat. En nom d'ella es defensa el dret de propagar-ho tot, d'explotar totes les emocions i d'entrar en totes les intimitats. Cada cop hi ha menys barreres per a la comunicació. I tot allò que és comunicable es pot difondre sense límits. Enfront d'aquesta retòrica de l'objectivitat, funcionalista i racional, moderna, sense ànima, cal bastir una retòrica de l'ètica. És a dir, una retòrica de la consciència. Una retòrica sensible i serena. Una retòrica de la solidaritat.



NOTES

1. He desenvolupat aquesta perspectiva sobre una ètica integral del periodisme en un article publicat a la revista *Foc Nou*, número 233-234, setembre-octubre 1993, Publicisa, Barcelona, 1993.

2. Així ho explica **Manuel Maria Carrilho** a *Rhétoriques de la modernité*. Presses Universitaires de France, Paris, 1992, pàg. 18, citant a Lyotard.

3. Ho descriu **T.S. Kuhn** a *La structure des révolutions scientifiques*, Flammarion, Paris, 1972.

4. **K.-O. Apel**: "*La question d'une fondation ultime de la raison*", a *Critique*, número 413, Minuit, Paris, 1981.

5. **J. Habermas**: *Connaissance et intérêt*, Gallimard, Paris, 1976.

6. **R. Rorty**: "*Solidarité ou objectivité?*" a *Critique*, número 439, Minuit, Paris, 1983.

7. **J.-F. Lyotard**: *La condition postmoderne*, Minuit, Paris, 1979.