

ENRIC MARÍN I OTTO

L'ESDEVENIMENT PERIODÍSTIC A LA PREMSA BARCELONINA DURANT LA SEGONA REPÚBLICA

A. Anàlisi del tractament periodístic de l'esdeveniment

Paul Aubert considera que la cultura de masses ha imposat una certa concepció de l'esdeveniment a periodistes i historiadors de la contemporaneïtat:

Al proponer una definición más precisa de la noción de acontecimiento (que no tiene el mismo sentido para el historiador y para el periodista, cuyos puntos de vista difieren: el primero busca la serie, cuando el segundo espera encontrar el hecho único), no podemos eludir los problemas que plantean su interpretación y transmisión. Estos nos llevan a estudiar una serie de interacciones entre el órgano de información y el acontecimiento. Y nos conducen, a través del análisis de la presentación y de la representación de la realidad, a la desconcertante cuestión del público y de la opinión, es decir, a la dialéctica de lo privado y de lo público (1).

El mateix Aubert defineix l'esdeveniment com "la acción del sujeto individual o colectivo en la medida que dicha acción es conocida y está interpretada por un sujeto ajeno al primero" (2).

El desenvolupament de la societat de comunicació de masses ha transformat l'estatut de l'esdeveniment: ha adquirit més simultaneïtat al costat del seu caràcter aparentment puntual. L'esdeveniment és viscut com un fet immediat, però que pot arribar a alterar el sentit de la nostra existència (3).

Eliséo Véron atorga la capacitat de produir esdeveniments en les nostres societats a la indústria informativa (4):

Los acontecimientos sociales no son objetos que se encuentran ya hechos en alguna parte en la realidad y cuyas propiedades y avatares nos son dados a conocer de inmediato por los medios con mayor o menor fidelidad. Sólo existen en la medida en que esos medios los elaboran. (...) En términos generales, los medios de comunicación no pueden permitirse tratar esa cuestión y deben atenerse a una ideología de la representación cuyo eje fundamental sigue siendo la sacrosanta "objetividad". Al desbordar la multiplicidad de los modos de construcción, la eficacia de las invariables del discurso termina por producir una unificación imaginaria y, valiéndose del poder de su designación, el acontecimiento se impone en la intersubjetividad de los agentes sociales. Los medios informativos son el lugar en donde las sociedades industriales producen nuestra realidad (5).

El treball d'Eliséo Véron es refereix a un ecosistema comunicatiu en què el mitjà de més impacte és la televisió i en què el grau de centralització i concentració dels mitjans de comunicació és notablement superior al de l'època que nosaltres estudiem (6). Convé que retinguem, però, tres aspectes del discurs de Véron: a) la ideologia de l'objectivitat acostuma a suplantar l'examen autocrític de la legitimitat de la informació vehiculada pels mitjans de comunicació de masses; b) l'esdeveniment és produït pels mateixos mitjans; i c) la producció de l'esdeveniment genera una unificació imaginària, sobre la base d'una acció concertada dels diferents mitjans.

Sobre el darrer aspecte, Elisabeth Noelle-Neumann i Rainer Mathes han arribat a la següent conclusió en un recent treball:

Several studies indicate that journalist's attitudes and opinions are homogeneous compared with those of the population at large (7). The relative uniformity of journalist's attitudes and opinions is, in part, a consequence of the specific conditions of the profession.

Journalist produce for an anonymous public; professional colleagues are thus their most important reference group (8). Close private and professional contacts between journalists are a characteristic feature of this professional group (9). From this point of view, the consonance of media content is to be explained by the tendency among journalists to observe and influence each other, as well as by the great homogeneity of their attitudes and opinions in comparison with the total population (10).

L'anàlisi dels mecanismes narratius en la producció periodística d'esdeveniments ens ha de permetre establir el grau de concertació dels mitjans en el procés de construcció de la realitat social "mass-mediàtica". I aquesta qüestió remet a la de lògica de la tematització. Hi ha una relació directa entre el grau d'homogeneïtat tematitzador dels diferents mitjans i el protagonisme del sistema polític en l'establiment de les regles d'atenció temàtica: el protagonisme del sistema polític genera uniformitat informativa.

Assenyalem algunes de les característiques, pròpies de l'esdeveniment periodístic:

1.- Les tècniques de la titulació a diverses columnes (que trenca la disposició vertical de la informació) i les tècniques comunicatives desenvolupades des de les agències informatives han convertit l'esdeveniment periodístic en notícia.

2.- L'esdeveniment-notícia opera com a unitat informativa de caducitat extrema revestida, paradoxalment, de significació històrica. L'esdeveniment-notícia crea l'actualitat en tant que instant en el transcórrer del temps social.

3.- El discurs periodístic de masses (d.p.m.) està construït a partir de dos tipus d'esdeveniments periodístics: els esdeveniments-notícia i els esdeveniments periodístics històrics. Aquests segons tenen una dimensió social evident i són presentats de manera que poden produir la sensació que, directament o indirectament, poden influir en l'existència del consumidor de la informació. El conjunt d'esdeveniments que constitueixen el nucli del d.p.m. proporcionen una cosmovisió de tipus universal.

4.- Els esdeveniments periodístics històrics es basteixen per l'efecte de l'acumulació d'esdeveniments-notícia i unitats informatives-interpretatives articulades d'acord amb les regles pròpies de la producció del d.p.m.

5.- La presència de la lògica inherent a la producció del d.p.m.

determina que l'absència de mecanismes de sedimentació també afecti als esdeveniments periodítics històrics: el consum acumulat d'esdeveniments periodítics històrics no és garantia d'un coneixement raonat de la realitat social històricament immediata, per la mateixa raó que la percepció acumulada d'esdeveniments-notícia per si mateixa no assegura qualitat informativa.

6.- La diferència entre l'esdeveniment articular dins del discurs històrico-científic i l'esdeveniment periodíctic històric rau en el fet que el primer forma part d'una cadena de fets rellevants organitzats narrativament d'acord amb una explicació global de la realitat social considerada, mentre que els segons no.

És a partir d'aquestes característiques que es fa obvi que l'anàlisi crítica del d.p.m. ha de contemplar els mecanismes de producció d'esdeveniments periodítics històrics.

B. Criteri de la tria, aspectes metodològics i característiques dels esdeveniments analitzats

Per tal d'establir l'anàlisi dels mecanismes periodítics de "construcció de la realitat social" hem fet una tria de diaris en què s'han tingut en compte els següents criteris:

- a) Que la seva influència social, directa o indirecta, fos rellevant.
- b) Que estiguessin representats els models de diari més significatius presents a la Barcelona d'aquells anys (informatiu, i d'opinió).
- c) Que la mostra fos equilibrada des d'un punt de vista lingüístic (concurrència català-castellà).

Aplicant aquests criteris, hem optat d'analitzar "La Vanguardia" i "La Publicitat".

Els dos esdeveniments en els quals hem fixat l'atenció són, precisament, el que obre el cicle republicà i el que tanca el període de normalitat política relativa:

- La proclamació de la República.
- El cop d'Estat del 18 de juliol.

-Tots dos tenen en comú el fet de tractar-se d'esdeveniments de caràcter polític de gran transcendència històrica i singular espectacularitat, matèria prima per excel·lència del discurs periodíctic de masses (d.p.m.). Tots dos tenen dues fases. Aquí s'acaben les semblances.

La proclamació de la República pot ser dividida a efectes d'anàlisi en dos períodes clarament diferenciats: en un primer moment, es tracta d'un procés electoral convencional i, en conseqüència, perfec-

tament programable i molt atractiu des d'una òptica periodística (11); en un segon moment, però, el desencadenament d'una situació històrica del tot imprevisible va desbordar la capacitat de previsió dels diaris. És a dir: es tracta d'un esdeveniment periodístic programable que, de sobte, trenca els esquemes del programa i es transmuta en un esdeveniment històric, com és un canvi de règim polític.

Pel que fa a la insurrecció militar, la lògica és justament la inversa: la premsa es troba davant d'una situació política excepcional no programable. Les setmanes immediatament anteriors estan farcides d'indicis, símptomes, signes, que poden fer pensar en la possibilitat efectiva d'un cop d'Estat, però que en cap cas apunten inequívocament o inevitablement a la concreció del cop d'Estat. La segona fase, tot i el seu caràcter excepcional, torna a ser, a partir de les primeres setmanes de conflicte, relativament previsible per als diaris, que en certa manera s'hi "acomoden" a la nova situació.

Els diaris de Barcelona van reaccionar de forma molt diferent davant d'aquests dos esdeveniments.

C. Narració de la proclamació de la república

"La Vanguardia"

La lectura dels exemplars corresponents als dies anteriors al diumenge 12 mostra un esquema informatiu ben curiós: abans d'arribar a la part d'informació general ens trobem amb les dues pàgines davanteres del quadern de rotogravat, tres pàgines de necrològiques —la primera i la segona, després del rotogravat—, dues més dedicades al món de l'espectacle i a la publicitat, una altra a la programació radiofònica, i la pàgina dedicada a les peces d'opinió. Finalment, a "Notas del día" hi té cabuda l'espai habitual "Campaña electoral", dedicat a la publicació de les llistes de candidats per partits i per districtes. En conjunt, de la lectura d'aquests exemplars es fan evidents algunes de les característiques del l'estil informatiu del diari: *l'absència de reportatges i d'entrevistes; el caràcter estrictament indicatiu dels títols; la castellanització sistemàtica dels noms de les persones i de les institucions (ERC és Izquierda Republicana) o la nul·la presència de la figura ideològicoinformativa del líder. El diari sembla una mena de tauler d'anuncis d'actes electorals per realitzar i realitzats.* No hi ha cap indicatiu que permeti pensar que hi hagi la més mínima consciència de la situació política que s'està vivint.

El divendres 11 el diari dona cabuda a un article d'opinió signat per

Gaziel a la pàgina d'opinió. *Aquesta peça (mitja plana) concentra tota la interpretació directa del moment polític.* No té pèrdua. Dues observacions: el to excessiu de "veu d'oracle" de l'article contrasta amb la manca d'interpretació directa que caracteritza les altres parcel·les del discurs informatiu. Hi ha, en segon lloc, una consciència (conflictiva, certament) de canvi històric que significativament només es manifesta en la "veu de l'oracle". Aquesta dualitat dona més potència i relleu a la funció interpretativa de l'opinió. *El diari és, formalment, purament informatiu, però l'opinió sàviament dosificada i amb l'escenografia adequada proporciona la clau interpretativa amb rotunditat evident.*

No es fa cap valoració sobre els favorits, ni cap informació sobre l'ambient electoral.

Dimarts, 14 d'abril: primera observació a fer: el diari té 46 pàgines, quatre més del que és habitual els dimarts. Les quatre pàgines extres estan dedicades a espai publicitari. Hi ha, doncs, estratègia mercantil, criteri empresarial: per al l'empresari, el resultat espectacular i transcendent de les eleccions s'havia de traduir en multiplicació de les vendes de la premsa diària, i això significava possibilitat d'incrementar els ingressos per vendes, però també per publicitat. Elemental. *Aquesta "perspicàcia" mercantil contrasta, no obstant, amb l'absència total d'estratègia espectacularitzadora en la presentació-construcció de la realitat.*

En primer lloc, a les pàgines dedicades a les "Notas gráficas" es recullen fotos de la jornada electoral, però ni en la primera pàgina (portada), ni en la quarta (contraportada). A la segona i la tercera. Les fotos mostren el ministre d'Hisenda, el senyor Ventosa i el senyor Cambó dipositant el seu vot. També mostren cues de votants anònims. Són fotografies de caràcter il·lustratiu, amb peus de foto merament indicatius, i amb una funció periodística "notarial". La seva significació equival a afirmar: "el fet és real i nosaltres hi érem".

Fins a la pàgina 10 no ens trobem amb cap informació literària. La informació sempre és formalment freda i distant. Les interpretacions ideològiques dels esdeveniments queden circumscrites als articles d'opinió.

Dimecres, 15 d'abril: jornada històrica. S'ha proclamat la República. Canvi de règim. Com reacciona, informativament, el diari? La portada (primera pàg. rotogravat) està dedicada a... L'esport nàutic! la segona i la tercera pàgines de les "Notas gráficas" sí que estan dedicades al tema electoral (polítics dipositant el seu vot), però cap està dedicada el tema periodísticament i històricament rellevant: la

proclamació de la República. La primera pàgina ordinària del diari està dedicada a ...necrològiques i a publicitat, com la segona. La tercera a publicitat, com la quarta. La pàgina 5, la dedicada habitualment a opinió, la componen tres peces: un article divulgatiu d'astro-nomia, una crònica signada per *Augusto Assía* des de Berlín dedica-da al professor *Gamillscheg*, i una altra crònica dedicada a la indústria militar naval francesa italiana. Cap al·lusió a l'actualitat política local i estatal. La rigidesa informativa és òbvia.

Finalment, a la pàgina 6 "Información local" obre amb un titular a quatre columnes (Proclamación de la República en Barcelona) al que segueixen 7 línies de subtítols encadenats, també a quatre columnes, que fan la funció mixta de guió de la crònica a la que precedeixen i de síntesi informativa anàloga al "lead". La informació està concebuda com a exposició lineal cronològica dels fets esdevin-guts a Barcelona. Informació detallada, formalment neutra, i man-cada d'artifici narratiu espectacularitzador. Com els dies anteriors, aquesta secció ocupa dues pàgines. *Periodísticament parlant, la política no és concebuda com a espectacle.*

El dijous, 16 d'abril, per primera vegada, la primera pàgina (primera de "Notas gráficas") està dedicada a l'actualitat: foto única mostrant la plaça de Sant Jaume amb les banderes de Catalunya i de la República. La fotografia, feta a tres quarts i cinc de tres, mostra una plaça que encara no està plena de gom a gom. El peu de foto és ben lacònic: "Las banderas de Cataluña y de la República española ondeando en las Casas Consistoriales". A la pàgina 2 de "Notas gráficas", encapçalades pel títol denotatiu "La proclamación de la República en Barcelona", apareixen quatre fotografies mostrant l'ambient festiu del carrer.

Com els dies anteriors, la pàgina 6 obre la informació no gràfica. Es repeteix la mateixa estructura narrativa: avant-títol ("Segundo día de la República"), titular ("La fiesta nacional del 15 de abril") i subtítols fent la funció de guió-síntesi de la crònica informativa. L'element més significatiu de la plana és l'article editorialitzant destacat en cursiva. La idea central de l'article és la de l'ordre; l'ordre i la normalitat. *La defensa prioritària de l'ordre és presentada com a actitud no política. La neutralitat formal informativa és un vehicle d'aquesta ideologia.*

El dissabte, 18 d'abril, comença a baixar l'atenció periodística sobre el tema: a la primera plana ja no hi ha cap fotografia referida a la situació política. A la contraportada sí: diferents fotografies de caràcter simbòlic, com ara banderes en diferents edificis públics, o

una instantània de l'Infante don Jaime pujant al tren que el porta camí de l'exili. A les pàgines 2 i 3 de les "Notas gráficas" també trobem fotografies de caràcter simbòlic com la que mostra la bandera tricolor que oculta l'escut monàrquic que corona la porta principal de la sucursal del Banc d'Espanya. *L'ús que s'enfa de les fotografies té més caràcter editorialitzant que informatiu directe: són il·lustracions amb funció "notarial" (aixequen "acta notarial" de la realitat informativa: reforcen la credibilitat del d.p.m.) i simbòlica (estableixen un discurs simbòlic paral·lel complementari de la interpretació directa duta a terme des dels articles d'opinió). Aquest ús de les fotografies connecta amb el fet que l'eficàcia persuasiva del diari descansa, estratègicament, sobre l'ocultació de la interpretació. La seva credibilitat és el seu apoliticisme formal. El protagonisme correspon a l'"invariant".*

El diumenge, 19 d'abril, el diari ja s'ha normalitzat. La qüestió del canvi de règim ja no és l'esdeveniment temàticament central. Simbòlicament, el cicle informatiu excepcional queda tancat amb la columna signada per *Gaziel* en el següent número, corresponent al dimarts 21. L'autor recorda que l'ordre no cau del cel, i que en una democràcia mantenir-lo és cosa de tots.

L'oracle recorda les regles del joc.

"La Publicitat"

D'acord amb l'esquema informatiu habitual, la primera plana de l'exemplar del dimarts 7 d'abril concentra les funcions periodístiques doctrinals i interpretatives. A banda de peces més intrascendents com el "Full de dietari" de *Soldevila*, els dos articles centrals són l'editorial que, com en el cas de "El Diluvio", es diu "Crònica", i una col·laboració signada. El fet que l'editorial es digui crònica dona idea de l'hegemonia del concepte del periodisme ètens com a discurs històric interpretatiu de l'actualitat. La concepció d'*Eugeni d'Ors* hi és present. Els periodistes són cronistes. I la crònica és, alhora, l'article editorial i la narració distanciada, cronològica.

El disseny polític de la línia editorial és molt acurat, però la realitat ja havia situat l'escena política en un altre terreny. D'altra banda, aquest discurs polític fet d'el·lipsis conceptuals i vernís acadèmic podria explicar l'èxit més aviat relatiu dels actes de masses electorals d'ARC. *Defet, es tracta d'un discurs construït des d'una sensibilitat pròpia d'una certa petita burgesia urbana que s'auto-representa com a grup social nacional arquetípic.*

Cal dir, d'altra banda, que per a "La Publicitat" els partits no

catalanistes i els col·lectius comunistes (assenyaladament el BOC), senzillament, no existeixen. No formen part del món polític real.

En síntesi, de la lectura d'aquest exemplar podem derivar que l'esquema informatiu és molt semblant al de "La Veu": primera plana doctrinal i interpretativa i pàgines interiors de serveis i informació distanciada mancada d'interpretació directa. De fet és un esquema coherent amb la seva doble funció d'orgue de partit i objecte cultural de prestigi en el context d'una tradició periodística mancada de molts dels elements d'artifici narratiu característics de la premsa de masses, com la fotografia informativa o el reportatge.

L'endemà, dimecres 8, s'estabilitza l'aparició de les peces d'opinió que apareixen sota el rètol "Altaveu polític", que ha desplaçat el "Full de dietari" de *Carles Soldevila*. S'insisteix sobre els mateixos arguments. A ERC se la critica per espanyolista i eixelebrada. Mereix comentari especial l'article signat per *Manuel Brunet* a l'"Altaveu polític" ("El partit de 'La Publicitat'"). Després d'equiparar el prestigi de "La Publicitat" al de "El Sol", *Brunet* valora el paper lingüísticament normalitzador del diari: "*La Publicitat ha estat, i és encara, el màxim instrument difusor de la llengua catalana. I no és exagerat de dir que durant el període de La Publicitat l'idioma s'ha aclarit i ha guanyat en agilitat i claredat. Hafet més 'La Publicitat' per l'idioma que totes les nostres entitats culturals plegades...*" L'articulista conclou que aquest fet és que explica que ACR sigui el partit de "La Publicitat". Observem que:

1. Tal i com ho presenta *Brunet* "La Publicitat" no és el diari d'Acció; Acció és el partit de "La Publicitat".

2. Si el partit té credibilitat és, sobretot, perquè la té el diari que l'infanta i el nodreix.

3. A banda que *Brunet* pugui exagerar la dimensió social del diari, és evident que el llenguatge periodístic de "La Publicitat" és el més evolucionat de la premsa barcelonina; de la d'expressió catalana i de la d'expressió castellana.

Destaquem dues característiques de la presentació de la realitat que fa "La Publicitat":

- la funció editorialitzant dels ninots de *Feliu Elies* "Apa". De bona mida i en primera plana, compleixen una funció molt destacada com a complement icònic del discurs ideològic explícit.

- la poca importància que se li dóna a la dimensió estatal de la política en les informacions electorals. Actitud del tot coherent amb el plantejament fet pel partit consistent a considerar la contesa electoral com un afer essencialment vinculat a la política municipal.

Les eleccions són contemplades com l'inici d'un procés, no com la concreció d'un canvi de cicle polític. El fet és que *cap lector podria inferir de la lectura del diari que s'apropava un canvi de sistema polític.*

El diumenge 12, les peces d'opinió de la primera plana fan l'última crida al vot per ACR, renovant els arguments esgrimits al llarg de la campanya.

El fet nou és que els requadres amb sentències electorals arriben a la primera plana, on se'n poden comptabilitzar nou. Reproduïm una d'aquestes sentències:

"Un vot atorgat a un candidat que no pugui guanyar, no és solament un vot perdut pels candidats d'Acció Catalana Republicana, sinó que és un vot que pot decidir l'elecció a favor d'un monàrquic regionalista o un republicà anticatalanista. En realitat, la lluita està entre la lliga, els lerrouxistes i Acció Catalana Republicana. No ho Obli-deu!"

El model informatiu propi d'aquest diari estableix una relació directa entre els postulats polítics que identifiquen el diari i la pròpia representació de la realitat.

La primera plana de l'històric dimarts 14 d'abril combina, per primera vegada, opinió i informació. Tot un símbol. El primer dia de la República, el primer dia d'un cicle polític, inaugura un nou cicle informatiu. El fet és rellevant pel caràcter "modèlic" del diari. Per la seva qualitat de diari de referència dominant.

Els titulars a tota plana són informatius i interpretatius, alhora. I, també per primera vegada, *la primera plana remet a informacions de les pàgines interiors, en comptes de fer-ho a més articles d'opinió*, com fins ara era la norma.

Tot aquest dispositiu comunicatiu renovat permet transmetre la idea que els republicans han guanyat el *plebiscit*, i que ACR forma part del bloc guanyador, tot aportant catalanisme autèntic. *No hi ha el més mínim indici que permeti pensar que ACR hagi estat derrotada electoralment.* El canvi de referències argumentals i ideològiques respecte als dies anteriors és espectacular. *La caducitat del discurs històric periodístic es manifesta extrema.* Fins i tot en el cas d'un diari tan intel·lectualitzat i reflexiu com "La Publicitat".

Cal fer dues observacions sobre els titulars:

- La importància que sobtadament ha adquirit la informació estatal és coherent amb les expectatives clares de canvi de règim polític.

- Aquests titulars referencials i interpretatius (fins a acollir el rumor) tenen funció editorialitzant i de "lead", simultàniament. A

partir d'aquest moment la tècnica de la titulació adquirirà importància de forma progressiva. L'espectacularització de la política estimularà l'espectacularització del d.p.m.

La primea plana del dimecres 15 manté l'esquema del dia anterior. És, de les analitzades, l'única congruent, des del punt de vista del d.p.m., amb els esdeveniments que s'estan produint. S'estabilitza la funció complementària de l'opinió.

Hi ha una consciència evident de la singularitat històrica dels moments que s'estan vivint. I un esforç manifest per a transmetre al lector aquesta sensació, tant pel disseny de la plana, com pels articles d'opinió. Variant i invariant es despleguen coherentment.

El diari ha passat de fer funcions de premsa de partit a fer funcions de "premsa d'Estat". Amb aquest canvi, la lluita ideològica ha cedit protagonisme a la informació interpretada.

D. Narració del cop d'estat del 18 de juliol.

"La Vanguardia"

La característica més evident del tractament informatiu de "La Vanguardia" les setmanes anteriors als dies 18 i 19 de juliol és l'èmfasi que es posa sobre la qüestió de l'ordre social. Dins de "Información catalana" ens trobem pràcticament cada dia amb un títol que acaba creant la impressió d'identificar una sub-secció: "Los conflictos sociales". *Els pocs articles d'opinió referits de forma directa al moment polític criden l'atenció sobre les qüestions laborals i l'ordre social.*

Aquesta definició temàtica sembla respondre a una interpretació de la situació política i social que es viu. El dimarts 7 de juliol, dins de la secció "Información nacional", l'apartat "Nota política" tracta aquesta qüestió.

Al dia següent es reproduïx un editorial de "La Veu de Catalunya" en el qual es fan consideracions d'aquest estil: *"No és possible que les coses segueixin indefinidament d'aquesta manera (...). Si l'estat d'alarma (...) no té cap eficàcia per a garantir la llibertat al carrer i l'imperi de la llei la prèvia censura tampoc no evita que l'opinió pública acabi per assabentar-se, almenys, d'una gran part del que passa. No si val voler amagar d'aquesta manera la realitat de la situació. No és lícit invocar la democràcia i la guerra contra el feixisme i governar indefinidament amb l'estat d'alarma i la prèvia censura per a la premsa. Això també ho faria una dictadura".*

Aquest mateix dia, a "Información nacional" es reproduïx també

un editorial del diari "Ya" amb una vocació apocalíptica que converteix en moderada la visió de "La Veu de Catalunya".

La lectura continuada del diari aconsegueix crear la sensació que es viu una situació catastròfica. Aquest efecte apareix com el resultat de la conjunció de diferents elements: la definició temàtica (protagonisme dels conflictes socials), les peces d'opinió pròpies, els editorials aliens (convenientment seleccionats i inserits dins del bloc informatiu) i l'acció perceptible (sovint brutal) de l'aplicació de la prèvia censura.

De fet, semblaria que hi ha una actitud conscient tendent a crear l'estat d'opinió favorable a un canvi de règim de tipus involutiu.

Els dies següents es manté la mateixa tònica, sense novetats significatives fins el dimarts 14 de juliol. Aquest dia a la segona pàgina de "Información nacional" (pàg. 14) s'insereix la notícia de l'assassinat de *Calvo Sotelo*, sota el títol "Madrid, la situación actual". Aquesta informació no és destacada tipogràficament.

El dijous 16, les "Notas gráficas" tornen a tenir com a tema principal, i gairebé exclusiu, la informació de l'estranger. "Información nacional" es fa ressó de la notícia que la Diputació Permanent ha aprovat la pròrroga de l'estat d'alarma.

L'exemplar del dia següent recull unes manifestacions de *Lluís Companys* de les quals el diari destaca en titulars aquesta afirmació sintàcticament incoherent: "*Hemos pasado unas horas de nerviosismo alimentado por rumores y fantasías, que se fué de la misma manera que vino*". L'editorial d'aquesta secció avui tampoc no apareix. Tot i que es continuen destacant les informacions de conflictes socials, la sensació que dóna la lectura d'aquest número és de normalitat relativa. Particularment si ho comparem amb els dies anteriors. Aquest canvi sobtat de to informatiu, avui precisament, resulta certament paradoxal.

El 18 de juliol l'aparença del diari era de total normalitat. Els titulars que encapçalen "Información catalana" són:

"Continúa sin resolverse la huelga del ramo del transporte"

"Se reunió el Consejo Ejecutivo de la Generalidad sosteniendo un cambio de impresiones sobre la actividad política y social."

"En el departamento de Cataluña fue discutido ayer el dictamen referente a la subvención para los juegos populares."

La resta del diari segueix alimentant la imatge de normalitat. Fins i tot a "Última hora" es recull la informació de l'entrevista entre el

ministre de la Guerra i els generals i "jefes de cuerpo de guarnición" de Madrid, en què els caps militars li varen donar al ministre la seguretat que ells i les seves forces es mantienien en una fidelitat absoluta. La presentació de la informació no convida a cap lectura alarmista.

El número del diumenge 19 de juliol tampoc no permet deduir que s'hagi produït un cop d'Estat. Hi ha, però, indicis d'anormalitat. A "Información nacional", són més inquietants: "Informes oficiales sobre la situación", "El gobierno se reunió en consejo extraordinario", "Notas del gobierno", "Cambio de mandos militares", etc. Les informacions d'aquesta secció no apareixen elaborades: tot són reproduccions i cites textuais de discursos radiofònics, notes oficials o declaracions públiques. Des d'aquest punt de vista, la informació més rellevant és la referent a les declaracions del Consejo de Gobernación en les quals s'afirma que la situació a la península és de normalitat absoluta i que només s'observen moviments subversius en algunes guarnicions marroquines.

L'única dada que ens permet deduir de forma efectiva que hi ha una situació extraordinària és la reducció dràstica del nombre de pàgines que, de les habituals 38/42 dels diumenges, ha passat a 16.

"La Vanguardia" no torna a sortir al carrer fins el dimecres 22 de juliol, amb condicions ben precàries. Sense "Notas gráficas", només compta amb 4 pàgines. La primera plana anuncia que el govern de la Generalitat ha expropiat "La Vanguardia". El fet serà evident en el tractament informatiu que es farà dels esdeveniments a partir d'aquest moment. Ni els recursos periodístics ni l'estil global del diari experimentaran canvis significatius amb el canvi de titularitat. La línia editorial i les actituds polítiques genèriques experimentaran un canvi de 180 graus. Aquest canvi ja es fa patent en aquest primer número del nou cicle republicà. La primera plana anuncia amb titulars a doble columna que la insurrecció militar ha estat avortada. A continuació s'inclou una crònica amb l'estil habitual detallant els esdeveniments produïts a Barcelona els darrers 3 dies. A la part central inferior, a doble columna, la "Nota del día" porta el títol "El triunfo de la legalidad" i fa una crida pública perquè el poble català es posi al costat de la Generalitat en aquests moments tan crítics.

En conjunt, d'aquest número sobta la foma obsessiva com s'insisteix en el fet que la situació política està controlada. L'esforç propagandístic sembla més intens que l'estrictament informatiu.

L'endemà el nombre de pàgines s'ha incrementat en dos, i continuen sense aparèixer les "Notas gráficas". Per no faltar a la

tradicció, la primera pàgina inclou una necrològica. La resta del diari no presenta cap novetat digna de menció.

El divendres 24 de juliol el diari ja recupera les "Notas gráficas" que a partir d'aquest moment esdevindran un element informatiu molt important, inaugurant a "La Vanguardia" la tècnica de reportatge gràfic. El reporter més significatiu serà *Agustí Centelles*. Les "Notas gráficas" d'aquest número, amb peus de foto informatius, tenen un valor testimonial molt important. La primera pàgina ordinària d'aquest número repeteix l'esquema dels dies anteriors i insisteix en la idea de la normalitat. Com els dies anteriors, la publicitat és inexistent, a excepció de les necrològiques. *Hi ha una contradicció evident entre el contingut informatiu del reportatge gràfic i el contingut propagandístic de la informació literària, portadora d'un únic missatge global: la rebelió s'esgota, tot torna a la normalitat.* Els articles d'opinió són un xic més realistes en les seves apreciacions.

El dissabte 25 de juliol, el nombre de pàgines ja és de 12, més les 4 de "Notas gráficas". Es manté la tònica dels dies anteriors. Les informacions més rellevants fan referència a la intervenció de la banca privada per la Generalitat i la tornada a la feina d'importants sectors de la producció. A les "Notas gráficas" s'inclou un reportatge gràfic d'*Agustí Centelles* sobre la marxa de diverses columnes de milícies populars cap el front de l'Aragó. El peu de foto de la primera plana té el to propagandístic que ja ha esdevingut habitual. A la quarta pàgina d'aquest bloc informatiu gràfic trobem una de les fotos més conegudes d'*Agustí Centelles* sobre la guerra civil. De fet, les fotografies de *Centelles* són l'únic element informatiu que fa pensar que s'està vivint una situació de guerra.

Fins els darrers dies d'aquest mes no es normalitza l'aspecte del diari, amb un nombre de pàgines que s'estabilitza sobre les 14/18. Tot mantenint l'estil informatiu-propagandístic, finalment el diari ofereix informacions que permeten pensar que es viu una situació de guerra civil.

"La Publicitat"

En els exemplars dels primers tretze dies del mes de juliol, només al·ludeix al clima de preguerra en els enfrontaments entre sectors oposats ideològicament.

"La Publicitat" també es refereix a la violència social derivada dels conflictes laborals. A propòsit de l'assassinat a Barcelona del gerent d'una empresa, el divendres 3 es fa una molt dura crítica del fet

(primera plana), responsabilitzant de l'atemptat a les autoritats per no controlar "el pistolisme professional" i, alhora, permetre la sortida de diaris (com "Solidaridad Obrera") que justifiquen aquesta mena d'actes. Dos dies després s'informa de l'agressió soferta per un grup d'obres quan sortien d'una reunió.

Aquests primers dies ja mostren quina serà la línia editorial que seguirà "La Publicitat": la crítica sistemàtica i simultània del feixisme i de la FAI que alimentarà la vocació centrista, moderada, ponderada. El mateix esquema que l'any 31 feia aparèixer "La Publicitat" com la solució centrista entre "La Veu" i "L'Opinió", el 1936 fa aparèixer "La Publicitat" com la solució centrista entre el feixisme i la revolució.

L'editorial del dia 8 de juliol està dedicat al "terrorisme nacional". L'endemà es torna a insistir sobre el mateix tema referint-se a les actituds ideològiques de "Solidaridad Obrera".

El dimarts 14 de juliol, el diari modifica la composició habitual de la seva primera pàgina. Una fotografia a quatre columnes de *José Calvo Sotelo* acompanya dos titulars complementaris de tres línies:

"A Madrid la nit del diumenge fou assassinat a trets el tinent d'assalt Sr. José del Castillo

**** Poques hores després moria assassinat d'un tret en el front el diputat Sr. Calvo Sotelo."*

L'editorial fa referència a tots dos atemptats, condemnant-los enèrgicament. S'assenyala la importància política dels fets i la possible transcendència d'aquest esdeveniment doble. Segons que es diu, la causa darrera d'aquests actes cal cercar-la en la "manca d'autoritat del govern". A la pàgina 4, i sota un titular a cinc columnes, es fa una narració detallada dels fets.

El doble atemptat continua centrant l'interès de "La Publicitat" el dimecres 15. La tesi que vertebrava l'editorial es pot resumir en l'afirmació que si la República no fa un esforç per imposar un ordre que acabi amb la violència, les forces que actuen contra la República poden guanyar la partida.

La primera plana del dijous 16 inclou les declaracions del president Companys, mentre que a l'editorial es fa una valoració positiva de la decisió governamental de prorrogar l'estat d'alarma i suspendre les sessions de les Corts. A la pàgina 16 s'informa sobre el debat produït a la Diputació Permanent de les Corts en el que s'aprova l'esmentada mesura. Es reproduïxen fragments de la intervenció de *Gil Robles*: "No passarà molt de temps sense que les autoritats governatives i els elements que els donen suport hagin de lamentar-

se per vessament de la sang". No se li podia retreure manca de claredat al líder de la dreta espanyola, certament.

El divendres 17 de juliol, i com la resta de diaris barcelonins d'aquest mateix dia, el to informatiu de "La Publicitat" sembla voler transmetre tranquil·litat. Només el comentari de *Josep M. Planes* ("La política de la por") fa referència directa al moment polític.

Com la resta de diaris, "La Publicitat" també reproduceix el text taquigràfic dels discursos pronunciats en la reunió de dimecres de la Diputació Permanent de les Corts.

A la pàgina 7, dins de la secció "Madrid", i sota el títol "Maneigs feixistes", s'inclouen diferents informacions referides a detencions de militants feixistes. Aquesta informació pretén reforçar la imatge de tranquil·litat i fermesa que abona el diari.

L'endemà, 18 de juliol, es mantenen les mateixes constants del dia anterior.

Tal i com succeí en els prolegòmens de la proclamació de la República, el diari més prestigiós i més dotat intel·lectualment de la premsa barcelonina fou incapaç d'entendre l'abast i la transcendència de les situacions polítiques excepcionals que s'estaven vivint. Els prejudicis ideològics inherents a la seva línia editorial actuaren com un llast interpretatiu. La voluntat expressa d'equilibri, ponderació i moderació fou traslladada a la realitat observada i analitzada. El desig ("centrista") fou confós amb la realitat. La petita realitat més propera fou vista com tota la realitat.

El diumenge 19 de juliol, "La Publicitat" titula la primera plana a set columnes:

"Una subversió militar iniciada per les forces del "Tercio" al Marroc i secundada pel General Franco a Canarias i a la Península per forces de Sevilla, ha estat dominada pel Govern de la República."

La interpretació dels fets que propicia "La Publicitat" connecta amb el punt de vista oficial. En aquesta primera plana també es fa al·lusió a les paraules adreçades des de la ràdio per *Companyns* al poble de Catalunya, en les quals feu una crida a la confiança, tot assegurant que l'ordre a Catalunya era complet. L'article editorial dóna per fet el fracàs de la insurrecció militar. La pàgina 5 està íntegrament dedicada a informar de la insurrecció militar. En conjunt, la lectura d'aquest número transmet la sensació que la situació política, crítica, està absolutament controlada. Les referències "positives" a la UGT i la CNT hi contribueixen.

Fins el dimecres 22 de juliol no tornà a sortir "La Publicitat". La

mateixa agilitat informativa amb què "La Publicitat" reaccionà el 14 d'abril del 31 es posà de manifest aquest dia. La primera plana comunica de forma directa la situació que s'està vivint, fent, això sí, una lectura optimista. Els titulars informatius i interpretatius emmarquen la informació d'aquesta primera plana. Les pàgines interiors del diari informen amb detall dels esdeveniments dels dies anteriors.

L'endemà, 23 de juliol, "La Publicitat" ja ha consolidat una variant analítica de l'estil periodístic informatiu-propagandístic. La neutralització de la insurrecció militar a Barcelona abona una lectura triomfalista del conflicte obert. La primera plana d'aquest dia és modèlica pel que fa a aquesta combinació d'anàlisi, informació i propaganda. El mateix editorial ("l'altra victòria") és perfectament representatiu.

El divendres 24 de juliol ja s'ha dissolt qualsevol dubte sobre la interpretació adequada del que està succeint. Un cop establerta l'autoritat del Govern autonòmic, "La Publicitat" es manifesta com a vehicle fidel dels postulats oficials. La primera plana d'aquest dia és perfectament representativa d'aquesta funció. L'editorial exposa de forma directa les claus de la nova situació, tot insistint sobre la necessitat de col·laborar sense cap mena de reserva per fer possible l'èxit de la política del govern català.

L'exemplar del 25 de juliol ja és representatiu de la nova normalitat. Les fotos de la primera plana i l'augment del nombre de planes són signes d'aquesta nova normalitat publicitada des dels titulars d'aquest exemplar.

E. Conclusions

Les característiques que tipifiquen la producció periodística catalana d'aquests anys es poden resumir en els següents punts:

*** L'estreta vinculació entre el món del periodisme i el món de la política. Aquesta vinculació explica, en part, l'heterogeneïtat dels models informatius.

*** Els canvis en la definició temàtica observables entre 1931 i 1936 fan pensar en un procés de racionalització del treball periodístic en la direcció seguida per la premsa europea occidental de masses. També en un grau més important d'unificació imaginària.

*** L'espectacular salt pel que fa a les tècniques narratives observable entre 1931 i 1936. Mentre que en el 1931 la gasetilla i la crònica són els gèneres periodístics predominants en la premsa diària

barcelonina, el 1936 ja s'ha consolidat una nova jerarquia de gèneres sota el predomini de l'eix crònica-reportatge.

En aquest nou context ha de ser destacada la importància del foto-reportatge, especialment a partir del 18 de juliol.

** Entre 1931 i 1936 la premsa barcelonina reflecteix un clar desplaçament del centre d'interès polític de Barcelona cap a Madrid. A sis mesos d'encetada la guerra, el procés s'haurà invertit.

Notes:

- (1) "El acontecimiento", dins de *La prensa de los siglos XIX y XX*, pàg. 48.
- (2) *Ob. cit.*, pàg. 50. Aquesta definició està inspirada en la caracterització de l'esdeveniment que fa Mario Bunge (*La investigación científica*, Ariel, Barcelona, 1983, pàgs. 717-725)
- (3) Sobre aquesta qüestió, veure "L'événement", *Communications*, Ed. du Seuil, núm., 18, París, 1972.
- (4) I, en aquest sentit, vincula la producció periodística d'esdeveniments a la creació d'opinió pública (d'acord amb la significació que li dóna J. Habermas a aquesta noció: *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, G. Gili, Barcelona, 1981).
- (5) *Construire l'événement*, Editions de Minuit, París, 1981 (versió castellana: *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*, Gedisa, Buenos Aires, 1983). Pàg. II de la versió castellana.
- (6) Sobre la qüestió de la concurrència dels diferents mitjans de comunicació col·lectiva a la societat de comunicació de masses, a la qual hem fet al·lusió amb reiteració, veure l'article de Carmelo Garitaonandia "Reflexiones acerca de la historia de la prensa y de otros medios de comunicación social", dins de *La prensa de los siglos XIX y XX...*
- (7) E. Noelle-Neumann i H.M. Kepplinger, "Report on the Study in Federal Republic of Germany", dins de UNESCO (ed) *Communication in the Community: An International Study on the Role of the Mass Media in Seven Communities. Reports and Papers on Mass Communication*, París, UNESCO, pàgs. 22-23
- (8) H.M. Kepplinger, *Agepaßte AuBenleiter: Was Journalisten denken und wie sie arbeiten*, Alber, Freiburg, 1979; i W. Donsbach, *Legitimationsprobleme des Journalismus: Gesellschaftliche Rollen des Massenmedien und berufliche Einstellungen von Journalisten*, Alber, Freiburg, 1982.
- (9) J. Tunstall, *Journalists at work*, Constable, Londres, 1971.
- (10) "The 'Event as Event' and the 'Event as New': The significance of 'Consonance' for Media Effects Research" dins de *European Journal of Communication*, Vol 2, núm. 4, SAGE, Londres, desembre de 1987, pàg. 410 (el subratllat és nostre).
- (11) L'objecte d'aquest treball no consisteix a modificar la interpretació general dels esdeveniments sobre els que hem fixat la nostra atenció. Es tracta, més aviat, de veure com els diaris narren aquests fets i de procurar incorporar l'anàlisi del d.p.m. al treball historiogràfic: contemplar la producció periodística com a element central de la producció cultural en les societats de comunicació de masses. De tota manera, una síntesi molt ajustada del procés electoral de les municipals del 12 d'abril del 1931 la trobem a l'excel·lent treball de Ramon Alquézar *L'Ajuntament de Barcelona en el marc del Front d'Esquerreres* (Columna, Barcelona, 1986, pàgs. 19 a 29). Sobre les causes de l'aparentment sorprenent victòria d'Esquerra Republicana, veure l'obra d'Anna Sallés *Quan Catalunya era d'Esquerra* (Edicions 62, Barcelona, 1986). A banda de fer una anàlisi molt acurada del procés que porta a la creació d'ERC i al seu triomf electoral, aquest llibre apunta moltes de les claus que permeten interpretar els límits de la hegemonia política del partit fundat per Macià.