



La premsa i la difusió de les idees

Els mitjans de comunicació no es limiten a fer-nos saber l'actualitat, ara actuen com a mecanismes de distribució real de les opinions. La premsa és l'agent més poderós d'aquest procés.

En èpoques de transició com la nostra sovint ens deixem seduir per la discussió brillant sobre els símptomes del canvi, i no gosem reflexionar sobre les tendències reals que impulsen la transformació social. Des de mitjan segle XVII la societat occidental no havia experimentat un procés de mutació tan radical com el que ara ens toca de viure. Avaluar les esperances i els riscos del futur requereix de no caure en el pessimisme del discurs immobilista, ni en la frivolitat d'aquells qui afirmen un exhauriment definitiu de la modernitat.

La reflexió sobre el paper que actualment compleixen els mitjans de comunicació és un bon exercici per a intentar de destriar algunes d'aquestes mutacions i esbossar les tendències evolutives que ens menen cap a una innovació social de gran abast.

No podem pensar en els mitjans de comunicació com feiem fa uns anys, com tampoc no podem pensar en la societat a la manera tradi-

cional. La premsa i la televisió han esdevingut institucions socials de primer ordre perquè tendeixen a suplir alguns àmbits de l'acció social que unes altres institucions, com ara la política, la cultura o el sistema educatiu, han anat perdent en el decurs del seu amarg procés de decaïment i decadència. La crisi de la democràcia i de la seva constel·lació de valors ètics i morals, i del sistema educatiu i de l'alta cultura, és a la base mateixa de l'influència creixent que els *media* assoleixen en la nostra societat. Però crisi vol dir perplexitat, innovació i generació de nous valors i, en aquest sentit, la premsa és cridada a ser un motor que impulsi la renovació de les institucions socials, ara desmoralitzades i sotmeses a la vacil·lació i a l'incertesa. Els polítics convencionals, els intel·lectuals tradicionals, els homes i les dones de cultura i els professionals de l'educació dels ciutadans són les primeres víctimes del recent predomini de la premsa i de la televisió en el món de les idees i en la visió

RAFA GIL



que tenim del nostre entorn. Però ambdós mitjans de comunicació han accelerat allò que era inevitable: el procés de reforma d'institucions que es troben arrelades en un món que pràcticament ha deixat d'existir i un món que a penes albirem.

Quin és el paper de la premsa? Els mitjans de comunicació han passat a ocupar una posició de centralitat perquè exerceixen una mediació entre la realitat i les audiències, entre les institucions que gestionen la societat i els ciutadans. Les persones han perdut progressivament el contacte directe amb la realitat, tan complexa com difícil comprendre. La premsa, i també la televisió, ens aporten una il·lusió d'experiència directa de les coses que ens permet de mantenir una falsa sensació de participació i d'implicació en la societat. Moltes persones tenen poques, o fins i tot nul·les, experiències viscudes de la realitat i de les institucions socials que permeten l'organització del ciutadans. El seu contacte amb el seu entorn es limita a les pàgines dels diaris i de les revistes, als espais radiofònics i als noticiaris i reportatges televisius. En aquesta situació moltes persones es veuen sotmeses a la percepció de la realitat que fan els mitjans de comunicació i

en depenen per estar informats. Per la seva banda, la política, la família, l'Església, els grups culturals, els intel·lectuals i l'escola es veuen forçats a deixar espais socials que els *media* ocupen progressivament: aquest és el símptoma de canvi.

Aquesta evolució ha experimentat aquests darrers anys la seva última manifestació. Els mitjans de comunicació no es limiten a fer-nos saber l'actualitat que no podem abastar per nosaltres mateixos; actuen com a mecanismes de distribució real de les opinions. La feblesa de les institucions tradicionals fa que la mediació intervingui en el procés de formació de les opinions. La premsa és l'agent més poderós d'aquest procés i la seva acció es reflecteix posteriorment a la ràdio i la televisió. Aquest procés s'ha accelerat fins al punt que sovint ens trobem immersos en conflictes socials que sacsegen l'opinió pública en què és difícil escatir si aquelles opinions que protagonitzen el debat públic ho són perquè responen a la realitat i experiència viscuda dels ciutadans o han esdevingut temes de debat per la seva presència en determinades pàgines de la premsa o de les publicacions setmanals. Com en qualsevol moment de canvi radical, els excessos esdevenen una propietat del procés. El poder d'unes desenes de professionals que tenen lliure accés a la formació d'opinions a la premsa, i que actuen a manera d'*opinadors públics*, s'ha incrementat tant que comença a superar el poder real dels nostres polítics, dels representants dels grups de pressió o de les associacions culturals que havien generat el debat públic fins fa pocs anys. Un sector dirigent de la professió periodística i un migrat grup d'*opinadors* poden exercir un control i una orientació de les opinions que, per primera vegada, no es fonamenten necessàriament en el coneixement de la realitat ni en el contrast de les informacions. La difusió d'aquesta mena d'opinions no fa sinó aprofundir la despolitització, la despersonalització de la política, la dramatització de la vida social i la intimidació dels representants de la ciutadania. Contra aquest desgast de la civilitat cal acostar-se a la premsa immersa en la mediació, però arrelada en la creença de les virtuts del lliure debat públic i la confiança en un futur millor, allunyat de qualsevol messianisme.

El ciutadà ha de ser conscient que la premsa, i en menor intensitat la televisió, ha esdevingut una marc social de discussió pública en què situem el debat ciutadà, en què es trien els temes d'actualitat i es dona publicitat a les opinions. Un marc social que depèn de la qualitat de les informacions i opinions que aporten els mitjans de comunicació i de la capacitat de raonament dels ciutadans que mai no han de deixar en mans dels *media* la seva capacitat d'acció social organitzada.

Enric Saperas



Enric Saperas

És professor de Teoria de la Comunicació a la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Com a investigador en comunicació de masses actualment treballa en l'anàlisi dels informatius a la televisió. És autor de set llibres especialitzats en comunicació de masses i indústria de la cultura, entre els qual figuren: *La sociologia de la comunicació de masses en los Estados Unidos*, 1985. *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, 1987. *Introducción a las teorías de la comunicación*, 1992, i *Els intel·lectuals avui*. 1993 (juntament amb Jordi Berrio).