

El preu dels arguments

LA DIGITALITZACIÓ, I LES FACILITATS TECNOLÒGIQUES QUE OFEREIX DES DE LA PERSPECTIVA DE L'EXPRESSIÓ, HA PORTAT AL MIRATGE D'UN MÓN ON L'ARGUMENTACIÓ INFORMADA I RIGOROSA ES CONFON AMB LES OCURRÈNCIES

Fa uns dies, en el context d'una conversa informal prèvia a un acte acadèmic formalíssim, una ex-estudiant a qui feia anys que no veia em va retreure amablement que no fos present a cap xarxa social. "Segur que X –un conegut comú– té més lectors que tu!". "Segur del tot", li vaig respondre. Però com que, sense arribar a ser un sàdic, puc actuar amb una certa malícia, vaig afegir: "Per cert, de què viu?". X és una persona popularíssima a Twitter, té un blog amb moltes visites, etc., però es guanya la vida a l'empresa del seu pare, que no té res a veure amb el món de la comunicació ni res que s'hi assembli. Té gens de sentit, tot això? Comencem pel començament.

A la dècada del 1970, l'espontaneïtat emocional va esdevenir un valor emergent. Avui, al cap de més de quatre dècades, la seva traducció visible més habitual està relacionada amb productes derivats de la digitalització: tothom vol expressar les seves opinions i narrar les seves vivències, d'una manera immediata i directa, *en cru*, sense cap mena d'intermediació aparent. En aquest precís context –el de Twitter, el de Facebook, el de les desenes de plataformes que permeten una comunicació instantània, efectiva i gratuïta de les nostres opinions– el periodisme professional de qualitat i, en general, tots els àmbits que requereixen un ús rigorós de l'argumentació, han sofert un important sotrac. Convé no menystenir-lo, tot i que també cal situar-lo en el seu context real, més enllà de les inevitables hipèrboliques que sol suscitar tota novetat. Es tracta d'un canvi clar i profund, irreversible, o bé d'un fenomen més ambivalent, o fins i tot enganyós?

D'una banda, la indústria editorial o discogràfica, i la comunicació de masses en general, han entrat en crisi com



FERRAN
SÁEZ MATEU

a conseqüència de l'accessibilitat quasi total als continguts. De l'altra, però, ha augmentat el prestigi de l'argumentació, en la mesura que s'ha fet exquisidament minoritària. Es continuen publicant –i venent– vells reculls d'articles dels grans del periodisme del segle XX; però –que jo sàpiga– a ningú no li ha passat pel cap de fer un volum amb les ocurrències inconnexes i plenes de faltes ortogràfiques que gent anònima profereix al Twitter. Encara hi ha un públic per als epistolaris clàssics, mentre que la idea d'editar *emails* amb dibuixets adherits que fan pampallugues no sembla intel·lectualment gaire estimulante. Els grans diaris no guanyen tant com abans, sens dubte, però no han estat pas substituïts de cap manera per la informació *amateur* i erràtica dels blogs. La llista podria ser molt més llarga, per descomptat.

L'argumentació rigorosa i la informació contrastada que encara podem llegir als grans diaris genera menys beneficis empresarials, però no ha perdut prestigi. Per copsar el possible recorregut d'una tendència, la qüestió del prestigi social no és precisament anecdòtica sinó que resulta fonamental. La digitalització ha canviat radicalment moltes coses, però no aquesta. Un canvi *clar i profund*? Estic convençut que, tot i que la transformació resulti innegable, les seves conseqüències no són tan òbvies. A finals del segle XIX, la irrupció de la fotografia va fer augmentar el prestigi cultural de la pintura, de la mateixa manera que l'estandardització social de la televisió va servir justament per destacar les grans obres del cinema i del teatre. A la dècada del 1980, el pensament postmodern va decretar que la línia que separava la cultura de masses de l'alta cultura es desdibuixaria sense remei. De moment, això no ha passat, i els concursos i *reality shows* continuen sent avaluats *de facto* com un detritus audiovisual.

Si circumscriuim la qüestió que estem comentant a l'esfera específica de l'argumentació, som exactament on érem, tot i que amb la falsa percepció que s'ha produït una deriva irreversible. El paradigma de l'espontaneïtat emocional ha ensopegat així amb els seus límits epistemològics naturals: l'expressió *instantània* dels sentiments no és compatible, entre moltes altres coses, amb el rigor argumental. El seu abast ha quedat reduït als manuals d'autoajuda i productes similars, així com als intercanvis dialògics més o menys insubstancials de les xarxes virtuals. El canvi, doncs, té un important component il·lusori.

Escriptor i professor a la URL