

Arguments i ocurrencies

L'ARGUMENTACIÓ RIGOROSA
I LA INFORMACIÓ CONTRASTADA
QUE ENCARA PODEM LLEGIR
ALS GRANS DIARIS GENERA MENYS
BENEFICIS EMPRESARIALS, PERÒ
NO HA PERDUT PRESTIGI

Fa dues setmanes, amb motiu de la publicació dels tres volums de la *Història del Periodisme a Catalunya*, vaig referir-me al periodisme fet a casa nostra. Avui m'agradaria parlar més genèricament de la qüestió, sobretot amb relació a una tendència emergent: la que considera que les xarxes socials són una alternativa real al periodisme professional. Això afecta tant l'esfera de la informació com la de l'opinió argumentada.

A la dècada del 1960, l'espontaneïtat emocional es va consolidar definitivament com a valor. Avui, al cap de mig segle, 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 aquells 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 hipèrboles que sol suscitar qualsevol 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 a conseqüència de l'accessibilitat quasi total als continguts. De l'altra, però, ha augmentat el prestigi de la informació de qualitat i l'argumentació, en la mesura que s'ha fet exquisidament minoritària.



FERRAN
SÁEZ MATEU

Es continuen publicant –i venent– vells reculls d'articles dels grans del periodisme del segle XX; però –que jo sàpigam– a ningú no li ha passat pel cap de fer un volum amb les ocurrencies inconformes 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 *e-mails* amb *emoticones* que fan pampallugues no sembla intel·lectualment gaire estimulant. 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 resulta innegable, les seves conseqüències no són tan òbvies, especialment si tenim en compte altres exemples històrics similars. 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, fins i tot per les mateixes persones que els consumeixen amb fruïció.

Si circumscrivim la qüestió que estem comentant a l'esfera específica de l'argumentació en un context periodístic, 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, ni amb la ciència, ni amb el rigor, ni amb la profunditat que mereix el tractament de determinats temes, ni amb les condicions de possibilitat de les grans deliberacions col·lectives. El suposat canvi, doncs, té un important component il·lusori.

Escriptor i professor a la URL