

Producció periodística: tendències contemporànies

Maria Corominas Piulats

Professora titular del Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació
(Universitat Autònoma de Barcelona)

L'autora analitza, en aquest capítol, els canvis que s'estan produint en la producció informativa en l'entorn de mundialització i digitalització actual, i n'explicita les tendències i causes. Parteix de la dinàmica econòmica per apuntar la mercantilització com a substituta del valor sociocultural de la informació, a la qual s'afegeix la competitivitat creixent i la concentració empresarial. Aquesta situació repercuteix en els valors del periodisme, que avancen cap a la rapidesa més que cap a l'anàlisi. L'autora tanca el text recollint les aportacions crítiques des del periodisme, amb referència al Project for Excellence in Journalism, que es proposa des dels Estats Units.

Els estudis contemporanis centrats en la producció (informativa, de ficció, etc.) posen l'èmfasi en els canvis extraordinàriament ràpids, i de conseqüències molt profundes, que resulten de l'acció combinada de la mundialització i la digitalització

Ara guanya força l'expressió "la indústria dels mitjans" -i notem que apareix "indústria" i desapareix "informativa"-

La mirada que la perspectiva interpretativa va introduir, especialment a partir dels anys setanta, en l'àmbit de les teories de la comunicació va comportar una atenció preferent en la incidència de la producció en allò que s'elaborava: en considerar sobretot la informació, aquesta línia d'estudis es va conèixer amb el nom de newsmaking. Tot seguint aquesta tendència, si bé amb una adscripció més o menys eclèctica, els estudis contemporanis centrats en la producció (informativa, de ficció, etc.) posen l'èmfasi en els canvis extraordinàriament ràpids, i de conseqüències molt profundes, que resulten de l'acció combinada de la mundialització (o, segons el terme calcat de l'anglès, *globalització*) i la digitalització.

Transformacions principals i factors de canvi

Un primer factor de canvi és de caràcter econòmic i s'observa en la tendència creixent a la mercantilització de la informació. Progressivament les "notícies" s'han convertit en una "mercaderia" o, per dir-ho de forma més matisada, el valor economicocomercial de la informació, vinculat a l'afany de lucre, ha anat guanyant pes -i, eventualment, convertint-se en l'únic- davant del valor socio-cultural. Una mostra d'aquesta tendència es troba en la posada en marxa d'emissores especialitzades en informació, ja siguin privades -CNN (com a Cable News Network, l'1 de juny de 1980, i ja com a CNN Internacional, des de 1985, i amb serveis regionalitzats des de 1997), Al-Jazeera (nascuda el novembre de 1996)- o públiques -com el 3/24 (2003).

En realitat aquest canvi es reflecteix en els mateixos termes utilitzats: així, mentre que els anys setanta, per fer referència als mitjans de comunicació (i s'estudiaven especialment els informatius) es parlava dels "aparells informatius" (G. Tuchman, per exemple), ara guanya força l'expressió "la indústria dels mitjans" (*mass media industry*) -i notem que apareix "indústria" i desapareix "informativa".

La dimensió econòmica s'ha anat reforçant en un entorn de competitivitat creixent (en termes de mercat) i de concentració empresarial: cada vegada més, un nombre més reduït d'empreses controlen més el mercat. Progressivament els "mitjans de comunicació" s'han anat integrant en grans grups multimèdia: empreses (dimensió econòmica) cada vegada més grans i més complexes i amb vinculacions amb altres empreses, ja siguin del sector o no. Com s'ha assenyalat, la producció periodística sempre ha tingut un component econòmic: ara la novetat és que aquesta dimensió s'estén molt més enllà del mitjà concret (Reese, 2001: 181).

I, d'altra banda, la competitivitat (en termes de mercat) comporta que es prioritzin els continguts o formats de rendibilitat -econòmica- demostrada, generalment avaluada o entesa en termes de *share* (quota de mercat), de forma que el resultat és una gran homogeneïtat i pocs elements innovadors¹ (Terribas, 2005; Oliva i Raya, 2005; Tai i Chang, 2002: 255).

De forma específica en l'àmbit que ha estat clàssicament competència del periodisme, l'àmbit de la informació, el periodisme actual es caracteritza per donar "menys importància [...] a l'anàlisi i posar menys en qüestió l'autoritat governamental i fer menys investigació [*investigative reporting*]", al mateix temps que els mitjans informatius de referència -notem que no és una al·lusió als tabloides o populars- "fan més èmfasi en l'entreteniment i el periodisme de famosos [*celebrity journalism*]" (Reese, 2001: 184). Dit en altres paraules, la tendència dominant dins del periodisme actual és una combinació de "notícies

(1) A títol il·lustratiu, vegeu Rosa María Martín Sabarís (2002) [En línia]: "La dictadura del formato en las noticias de televisión", a *Revista Latina de Comunicación Social*, núm. 52, octubre-desembre, La Laguna. <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20025214msabaris.htm>> [Consulta: novembre de 2006].

i/o entreteniment" que s'ha anomenat *infotainment* o, també, *tabloidization*² (Tai i Chang, 2002: 256). Tampoc aquí no hi ha una novetat estricta. En termes de Lluís Bassets (2000: 58-59), "no és l'existència d'una cultura del rumor i de la tafaneria sobre els personatges públics, principalment si són poderosos o pròxims al poder el que sorprèn. [...] És l'extensió i la intensitat, la centralitat fins i tot que adquireixen en la cultura i en el periodisme contemporanis".

I en aquest context, també han canviat els valors professionals del periodisme. Un dels més significatius és la importància que ha adquirit la rapidesa com a valor. Tampoc en aquest cas ens trobem amb una innovació absoluta: la (cerca de la) rapidesa és una característica constitutiva dels mitjans de comunicació. La novetat és que, en el context de la mundialització, aquest valor es potencia en detriment d'altres que també havien estat constitutius del periodisme, com ara la interpretació i l'anàlisi o la funció de contrapès del govern.

El canvi tecnològic que representa la digitalització³ potencia, certament, la rapidesa. No obstant això, afecta de manera més àmplia i general, en introduir canvis en les pràctiques productives. D'una manera particular, els estudis que s'emmarquen en la influència del paradigma interpretatiu han posat de manifest que es van difuminant o desdibuixant les diferències entre "periodistes" i "no periodistes"⁴, a favor de professionals polivalents i amb capacitats tècniques desenvolupades.

Aquesta polivalència s'explica en part perquè la digitalització permet prescindir de personal tècnic. Però aquesta possibilitat és aplicada a fons per les empreses, que tenen com a objectiu reduir costos i augmentar la productivitat (Ursell, 2001: 176). Això, fins i tot porta a canvis en la denominació dels "professionals": davant del "periodista" es va introduint el terme de "treballador dels mitjans" (*media worker*).

Cal remarcar que, en el cas de Catalunya, al *Llibre blanc de la professió periodística* (2006: 138) s'identifica clarament aquest canvi cap a un professional polivalent, però es considera que això no afecta el resultat: "Malgrat els canvis en les rutines productives, alguns dels quals afecten aspectes bàsics de la professió, hi ha també l'opinió que el periodisme en realitat és el mateix i ha de seguir sent el mateix. L'ús de la tecnologia ha canviat la professió bàsicament en l'aspecte tècnic, 'però no en el concepte'."

En tot cas, també cal tenir en compte que els "periodistes" o professionals dels mitjans no constitueixen un bloc homogeni ni en termes econòmics ni en termes "professionals". Així, per exemple, s'hi inclouen des d'algunes poques figures (amb contractació i tractament d'estrelles) a molts professionals contractats a precari (que treballen amb una lògica comercial). Cal remarcar que al *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya* (2006: 40) s'identifica la precarietat laboral com "el principal problema de la professió" (el 36,8% dels qui contesten ho considera així), seguida, a distància, per "la mala remuneració" (18,8%). A més, la "percepció de l'estat de precarietat en la professió" es fonamenta en tres aspectes: "Polítiques de contractació de les empreses; creixement de l'oferta de mà d'obra; tecnificació dels processos de producció" (pàg. 51; i 55 i seg.).

En un altre sentit, entre els "periodistes" també hi ha diferències entre professionals que treballen més o menys d'acord amb les pràctiques del periodisme (contrastant informació) i d'altres que ho fan menys perquè s'adopten altres prioritats⁵.

Entre les prioritats, però, una de les que guanya pes (economicocomercial) és la rapidesa en la producció, factor que també acaba repercutint en els cen-

Aquest valor [la rapidesa] es potencia en detriment d'altres que també havien estat constitutius del periodisme, com ara la interpretació i l'anàlisi o la funció de contrapès del govern

(2) Cal puntualitzar que l'aprofundiment en aquests canvis concrets i específics s'ha portat a terme, en l'àmbit de les teories, més des dels estudis de la perspectiva crítica. Vegeu, per exemple: Eldridge, John (2000): "The Contribution of the Glasgow Media Group to the Study of Television and Print Journalism", a *Journalism Studies*, Routledge, vol. 1:1, pàg. 113-127; Winston, Brian (2002): "Towards Tabloidization? Glasgow revisited, 1975-2001", a *Journalism Studies*, Routledge, vol. 3:1, pàg. 5-20.

(3) No es fa referència aquí a l'anomenat "periodisme digital" o als "mitjans digitals", sinó que es planteja la incidència de la digitalització (igual que les altres tendències) en la producció periodística en general.

(4) Ursell (2001: 176) ho il·lustra, entre d'altres, amb periodistes que esdevenen dissenyadors de webs i a l'inrevés; periodistes de televisió (CNN) que han d'escriure guions, produir i editar vídeos, fer funcionar càmeres i treballar a la sala de control, etc.

(5) Vegeu, per exemple, el repàs que fa Bassets (2000) o la formulació tan sintètica del *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya* (2006: 89): "Els canvis en les maneres de treballar consisteixen bàsicament en un replegament de la iniciativa del periodista, més ocupat ara a atendre els requeriments de les fonts d'informació que a investigar fets noticiables."

El consens sobre els valors notícia, o la noticiabilitat, s'està trencant i cal definir el 'professionalisme' en uns termes diferents als que promou, defensa i aplica l'empresa

(6) Reese (1999: 51) ho analitza específicament per al context nord-americà ("[...] els mitjans informatius volen desenvolupar un paper important en l'ensenyament del periodisme, suggerint a les universitats que infonguin als estudiants una mentalitat 'professional'. Davant del creixent desprestigi de la professió periodística a la societat, els mitjans intenten elevar el nivell mitjançant fórmules diverses, entre les quals es troba la d'exercir influència sobre les facultats de comunicació."). Des d'una perspectiva molt diferent, el *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya* (2006: 82) diu que, un cop s'ha superat la discussió sobre la necessitat o conveniència de la formació universitària en la professió, "el debat se centra ara en els tipus de continguts per forjar bons professionals del periodisme, i els diversos models docents en són un exemple clar".

(7) Sobre actituds professionals dels periodistes a Espanya, vegeu Humanes, María Luisa (2003): "Evolución de roles y actitudes. Cultura y modelos profesionales del periodismo.", a *Telos. Cuadernos de comunicación, tecnología y sociedad*, núm. 54, gener-març, Fundación Telefónica, pàg. 48-54. Analitzant algunes de les (poques) investigacions fetes, assenyala que "les conclusions d'altres investigacions revelen la transició a un periodisme menys 'informatiu' i més trivial i sensacionalista (allò que es coneix com a *infotainment*)" [...] "aquestes tendències no es poden explicar sense tenir presents els canvis produïts en l'estructura del sistema comunicatiu espanyol durant la darrera dècada" (pàg. 51).

(8) El procés va culminar amb l'edició d'un llibre, obra de Bill Kovach i Tim Rosenstiel (2001): *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. Versió en castellà: *Elementos del periodismo*. Madrid: El País/Santillana, 2003.

(9) Una altra continuïtat lligada al CCJ en el camp de la recerca és el Project for Excellence in Journalism, dins del qual s'havia desenvolupat el CCJ, que el juliol de 2006 se'n va separar formalment per concentrar-se en la recerca empírica del funcionament de la premsa, per "ajudar tant els periodistes que produeixen les notícies com els ciutadans que les consumeixen a desenvolupar una millor comprensió d'allò que la premsa proporciona" (http://www.journalism.org/about_pej/about_us).

tres de formació de periodistes, que en major o menor grau s'hauran d'adequar al que es considerin les aptituds, o capacitats, fonamentals que han de tenir els periodistes⁶.

I de cara al futur?

Des de la perspectiva interpretativa, doncs, s'ha posat de manifest que les noves condicions de producció canvien el "periodisme" i la "naturalesa del periodisme": en paraules d'Ursell (2001), per exemple, el consens sobre els valors notícia, o la noticiabilitat, s'està trencant i cal definir el "professionalisme" en uns termes diferents als que promou, defensa i aplica l'empresa⁷.

En el cas de Catalunya, el *Llibre blanc de la professió periodística* (2006) també apunta en aquest sentit, almenys en termes de la percepció dels periodistes: "La percepció més estesa és que els que tenen poder d'influir en la societat són els mitjans de comunicació, les empreses que produeixen i fan circular els continguts en la societat. En el flux informatiu del dia a dia, la major part dels i de les periodistes es consideren una corretja de transmissió, una baula més de la cadena de transmissió de la informació controlada pel poder empresarial."

En la línia de repensar la professionalitat, per exemple, ja a final dels anys noranta (1997) es va crear als Estats Units un Comitè de Periodistes Preocupats (Committee of Concerned Journalists), un consorci de periodistes, editors, propietaris i acadèmics preocupats pel futur de la professió. Per això ha treballat en la reflexió, la discussió i la divulgació, tant al públic com a les empreses, sobre els principis centrals i la funció del periodisme (http://www.concernedjournalists.org/about_ccj/about_us). Com a resultat del procés de discussió, es van identificar nou principis bàsics del periodisme⁸: la veritat com a primera obligació; els ciutadans com a primera lleialtat; la disciplina de verificació com a essència; la independència dels que practiquen el periodisme amb relació a aquells a qui cobreixen; el periodisme com a monitoratge independent del poder; ha de proporcionar un fòrum per a la crítica i el compromís públics; ha d'intentar convertir allò significatiu en interessant i rellevant; ha de fer informació comprensiva i proporcional; s'ha de reconèixer el dret a la clàusula de consciència per als qui el practiquen. I sobre aquesta base es va elaborar un currículum (*Traveling Curriculum*) que s'utilitza com a instrument de formació per a les redaccions⁹.

També se situa en aquest marc de reflexió sobre la professionalitat el *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya* que, com diu a la presentació la presidenta de la Comissió del Llibre Blanc del Col·legi de Periodistes, Núria Ribó, "permet disposar d'una aproximació acurada a la realitat del periodisme i del seu exercici a Catalunya. I d'una guia per a futures reflexions i debats sobre cap a on s'ha d'encaminar la professió i amb quin esperit s'han d'entomar els moltíssims reptes plantejats."

Referències

Bassets, Lluís (2000): "El descrèdit del periodisme", a *Periodística*, núm. 9, Barcelona, Societat Catalana de Comunicació; Universitat Pompeu Fabra, pàg. 51-68.

- Col·legi de Periodistes de Catalunya (2006): *Llibre blanc de la professió periodística a Catalunya*. Barcelona: Generalitat de Catalunya, Col·legi de Periodistes de Catalunya.
- Oliva, Lúcia; Manuel Raya (2005): "La televisió, el mitjà de referència en cas de conflicte", a Corominas, M.; M. Moragas, J.À. Guimerà (eds.): *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*, Bellaterra; Castelló de la Plana; Barcelona, València: Universitat Autònoma de Barcelona; Universitat Jaume I; Universitat Pompeu Fabra; Universitat de València, pàg. 275-285.
- Reese, Stephen (2001): "Understanding the Global Journalist: a hierarchy-of-influences approach", a *Journalism Studies*, Routledge, vol.2:2, pàg. 173-187.
- Reese, Stephen (1999): "Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de 'jerarquía de influencias'", a *Comunicación y Sociedad*, Navarra, vol. XII, núm. 2, pàg. 47-68.
- Tai, Zixue; Tsan-Kuo Chang (2002): "The global news and the pictures in their heads. A Comparative Analysis of Audience Interest, Editor Perceptions and Newspaper Coverage", a *Gazette. The International Journal for Communication Studies*, Londres, Sage, vol. 64:3, pàg. 251-265.
- Terribas, Mònica (2005): "La informació en televisió: explicar i interpretar la realitat", a Corominas, M.; M. Moragas, J.À. Guimerà (eds.): *Informe de la comunicació a Catalunya 2003-2004*, Bellaterra; Castelló de la Plana; Barcelona, València: Universitat Autònoma de Barcelona; Universitat Jaume I; Universitat Pompeu Fabra; Universitat de València, pàg. 265-274.
- Ursell, Gillian D.M. (2001): "Dumbing down or shaping up? New technologies, new media, new journalism", a *Journalism*, Londres, Sage, vol. 2:2, pàg. 175-196.