

**G**ómez i Mompart, Josep Lluís

**E**l concepte de «premsa de masses»  
des de la perspectiva històrica



Entenem com a premsa de masses la d'aquells periòdics que històricament són els propis de la societat de comunicació de masses, nascuts, per tant, en el trànsit de la gènesi d'aquesta societat i que, al mateix temps, tenen un paper primordial en la consolidació de la cultura d'aquesta formació social, la qual, a més, caracteritza l'ecosistema comunicatiu de masses.<sup>1</sup>

Si considerem la informació periodística com un sistema de signes, la descripció d'aquest sistema demana l'anàlisi de l'organització interna dels diferents elements que la constitueixen, però també demana prendre en consideració el context en el qual és produït aquest discurs sistemàtic per tal de poder fer una avaluació rigorosa de l'ús social que se'n fa i, en conseqüència, de la seva importància relativa dins de l'ecosistema comunicatiu en el qual s'articula.

1. Emprem l'expressió *ecosistema comunicatiu* per a referir-nos «a les diverses formes històriques com les societats organitzen la seva producció social de la comunicació. Entenem que la comunicació social ha de ser contemplada com un sistema productiu, internament lògic, en el qual els diversos elements que el conformen es troben mútuament interrelacionats [...] de manera semblant al que succeeix amb els organismes vius o en qualsevol medi orgànic natural. [...] De fet és el sistema social el que funciona amb criteri ecològic» (Tresserras-Marín, 1987, 18). «La comunicació social funciona, doncs, ecològicament en un doble sentit: a) perquè els seus actors i el mateix medi formen part de l'ordre natural. En aquest sentit convé tenir present que mai no es produeix un trencament radical de la lògica natural a la lògica social; es tracta sempre d'una transició; b) perquè els diferents circuits, canals, mitjans i productes que teixeixen la comunicació humana mantenen relacions de mútua interdependència. S'influeixen els uns als altres, directament o indirectament» (Marín, 1989, 146).

## 1. Model de periòdic i context històric

Els inconvenients que trobem a l'hora de treballar amb l'expressió *premsa de masses* fonamentalment són de tres menes: la referència a modalitats de periòdics sense gaires matisacions, la dependència del mot *masses* sense quasi aclarir-ne el sentit i la contextualització en un passat i en uns països industrials d'Occident sense gaires precisions. La confusió augmenta quan uns quants d'aquestes aspectes es barregen o quan conceptes actuals s'apliquen amb criteris ahistòrics. Així, doncs, sembla clar que per a estudiar la premsa de masses —des dels orígens fins ara— convé d'entrada que tinguem cura de què volem dir, a què ens referim, quines són les seves característiques, quina és la seva funció, a fi de poder-ne situar i comprendre la conformació en una societat determinada.

L'expressió premsa de masses es fa servir correntment d'una manera pragmàtica, per a la utilitat d'un treball, sense gaires preocupacions. De manera que l'expressió s'aplica amb una funcionalitat no sempre raonada, però amb una pretensió lògica tan evident que no necessita justificació. Exemples: un diari difon molts exemplars, i aquest tiratge en massa serveix per a dir que és premsa de masses; un altre diari sembla dirigit al gran públic, i es bateja com a premsa de masses. També per oposició a l'anomenada premsa d'elit (de qualitat, seriosa, de referència dominant), hom distingeix entre diari popular, populista o sensacionalista, però —a diferència d'aquells altres— acostuma a considerar-los tots tres com a premsa de masses.

Les contradiccions es fan més evidents quan es tracta de periòdics dissenyats per a la majoria però de venda escassa, o de periòdics dirigits a minories però fets amb plantejaments propis de la majoria; tot això és més desconcertant quan els uns i els altres són produïts amb uns sistemes tècnics iguals que hi marquen una empremta tecnològica similar, quan la qualitat formal (paper, color, compaginació, impressió) no és prou definitòria o quan els temes són compartits. Tot plegat ens fa pensar que les distincions que basculen entre aspectes parcials de forma, fons i funció no són criteris prou rigorosos per a explicar-nos la premsa de masses des d'una perspectiva històrica, atès que la diversificació i l'especialització no contradiuen ni el caràcter, ni la lògica, ni el sentit comuns de tota producció cultural de masses.

La varietat, en tot cas, ha enrrarit les tipologies, però alhora els mimetismes i la tecnologia —que semblen haver *desnaturalitzat* els formats, fins al punt que no és fàcil trobar models *purs* malgrat la pro-

liferació de capçaleres— han reforçat el comú denominador. Les estratègies de mercat han anat imposant unes peculiaritats híbrides, encara que cada periòdic apel·li a un tipus i a favor d'un model, tot i admetre que culturalment els periòdics d'elit i els periòdics populars cobreixen diferents espais comunicatius i acompleixen també unes funcions diferents. Tanmateix, el que sembla surar històricament és el paradigma de la premsa de masses (*la pròpia d'una societat de comunicació i cultura de masses*) per damunt dels models més o menys conjunturals i amb una independència relativa de les classificacions estructurals, funcionals o caracterials.

Una prova del que diem és que l'expressió premsa de masses s'ha anat estenent, i alhora contradient, segons l'evolució dels corrents teòrico-metodològics de la comunicació social. El problema no és pas que l'expressió s'eixampli, en el sentit que s'enriqueix o s'aprofundeix, sinó que estigui lamentablement subjecta a modes acadèmiques o a interessos d'investigació (sovint lligats als imperatius del mercat) i no depengui pas seriosament de raonaments científics. Aquest zigzaguejament conceptual en el darrer segle ha comportat una cadena de mots aparentment equivalents i connotats *ideològicament*, segons el punt de vista de l'autor que els fa servir, d'un *traduttore traditore* forçat pels neologismes o d'un enfocament de la cultura amb categories alineades més amb la societat il·lustrada que no amb la societat moderna (*de masses*).

### 1.1. Criteris per a delimitar i definir un mitjà

Tenint en compte això, se'ns fa imprescindible establir uns criteris estrictes per a situar i conceptualitzar la premsa —i, per extensió, qualsevol mitjà informatiu— en el temps. Una delimitació històrica per a qualsevol premsa o mitjà ha de considerar els aspectes següents:

- a) el *caràcter* de la societat i el *mode* de producció;
- b) el *sistema* informatiu i les *relacions* del mitjà;
- c) el *tipus* d'indústria i l'*estructura* d'empresa;
- d) la *identitat* i les *característiques* del mitjà;
- e) el *model* del producte i les *qualitats* periodístiques;
- f) l'*empremta* tecnològica i el *tarannà* cultural;
- g) l'*organització* i les *rutines* professionals;
- h) el *contingut* i la *forma* de l'objecte;
- i) la *visió* del món i la *interpretació* de la realitat;

- j) la *comercialització* i la *difusió* del producte;
- k) la *composició* de l'audiència i el *perfil* del receptor;
- l) la *funció* del producte i els *efectes* del mitjà.

D'acord amb aquest dodecàleg de qüestions fonamentals, podem especificar per a cada època quina mena de premsa és i com queda caracteritzada o condicionada en cada període i en cada col·lectivitat humana. Amb tots aquests aspectes, doncs, podem elaborar una taxonomia de premsa encreuant les diferents variables que ens permetrà conceptualitzar els diaris per significacions històriques. Ara bé, només el sentit i el grau d'alguns d'aquests aspectes són estrictament necessaris perquè, en essència, sigui pertinent utilitzar l'expressió premsa de masses. És important, per tant, esbrinar quins són els elements centrals, de quina manera i en quina mesura, sense oblidar que no tots els aspectes són homologables entre unes societats i unes altres, ni tampoc que totes les situacions històriques són comparables.

En un treball teòric-metodològic anterior vam establir els elements per a una caracterització de l'inici de la premsa diària de masses dins de les nostres coordenades geogràfiques (Gómez-Marín, 1986, 83-97). Els àmbits analítics centrals que hi teníem en compte per tal de considerar globalment el procés històric de conformació de la premsa de masses eren quatre, a partir dels quals ens plantejàvem aquestes preguntes:

— Quines condicions econòmiques, socials, polítiques, culturals i tecnològiques s'han de donar en una societat perquè hi pugui quallar una premsa diària de masses.

— Quines modificacions han d'experimentar les empreses periodístiques i la indústria de premsa perquè aquesta pugui ser de masses.

— Quins canvis morfosintàctics i de continguts s'han de dur a terme en els productes periodístics perquè siguin periòdics de masses.

— Quina funció ha d'acomplir un mitjà-premsa determinat i quin ús se n'ha de fer perquè hom el pugui considerar de masses.

Des d'una perspectiva històrica, el caràcter d'alguns dels aspectes del dodecàleg és relatiu, atès que la seva insuficiència o la seva poca magnitud no invaliden l'existència d'una premsa de masses. Per exemple: un tiratge baix; una qualitat excel·lent del producte; una absència d'elements força cridaners; un públic relativament homogeni; una tecnologia desfasada; una societat no gaire industrialitzada; un sistema informatiu precari; un règim de llibertats restrictiu; un culturalisme exagerat; un context poc urbanitzat; una població només mitjanament alfabetitzada; una empresa amb una comercialització

minsa; un desenvolupament periodístic primari; una manca de publicitat; etc., etc.

Recordem que cada país i cada societat han tingut un sorgiment de la premsa de masses, si no original, com a mínim singular perquè el seu sector imprès ha experimentat una conformació i un ritme específics dins de l'evolució de l'ecosistema de comunicació o segons el caràcter de l'organització social. Esbrinar en cada cas com s'ha esdevingut i per què és la tasca que cal emprendre, i l'única que donarà resposta a les claus de la llista d'aspectes que, segons el nostre parer, ajuden a entendre la premsa moderna des d'un enfocament global.

Així, doncs, podem considerar la premsa moderna, aquella que sorgeix en la societat de comunicació de masses, globalment com a premsa de masses des del moment que integra i genera la cultura industrial i és concebuda d'acord amb la lògica del (o contra el) mercat. Dins d'aquesta denominació general de premsa de masses podem incloure tota mena de periòdics, independentment de la ideologia, de la difusió, de l'interès o de la intenció; per tant, publicacions mercantilitzades, exemplars seriatos per a audiències col·lectives, amb un discurs d'espectacularització social i d'informació ràpida i cosmopolita.

## 1.2. Reagrupament dels periòdics de masses

Atès que les classificacions importades tampoc no s'acaben d'ajustar al nostre país ni a l'evolució de la nostra premsa, i conscients que la divisió tradicional entre periòdics de «qualitat» o d'«elit» i periòdics «populars» o «sensacionalistes» amaga principalment unes estratègies rituals i uns procediments rutinaris empresarials i professionals o unes qualificacions i simplificacions sovint ahistòriques, proposem un reagrupament de la premsa de masses tècnicament menys defectuós i conceptualment menys enganyós.

Creiem que la nostra proposta de reagrupament pot ser relativament imperfecta, ja que tota simplificació implica inconvenients; per això el nostre dodecàleg pot ser l'eina metodològica que, des d'una perspectiva històrica, ens mereixi prou garanties, i cal remetre-s'hi sempre que volem afinar el model de premsa o el tipus de periòdic en un moment o un període donats i en un context social determinat. Això no obstant, el suggeriment que formularem pot resoldre, si més no, la majoria de les diverses deficiències i contradiccions esmenta-

des i que es deriven de la classificació tradicional dels periòdics. A tall de prova, fem la relació d'algunes variants que no encaixen habitualment en la divisió entre premsa de qualitat i popular.

El nostre reagrupament, per exemple, permet trobar un lloc per a la premsa obrera o per a la premsa *alternativa* «paral·lela», «contracultural», «marginal», perquè aquestes publicacions poden ser de tipus popular o elitista, o tenir una aparença més o menys llampanant; permet entendre que periòdics d'inclinació benpensant, però de continguts superficials o adoctrinadors, no puguin camuflar-se com si fossin de qualitat; permet que alguns diaris essencialment radicals siguin considerats d'una qualitat racional per la interpretació reflexiva o profunda que sovint fan; permet que certa premsa del cor, malgrat ser popular i anodina, no sigui sensacionalista perquè és absolutament respectuosa amb el poder i amb els seus personatges; o, també, que la premsa d'actitud groga i la d'indole irreverent no siguin pas el mateix no obstant el to provocador comú; etc.

D'una manera instrumental, i, per tant, simplificada, podem encabir les variants habituals de la premsa de masses en el sentit lat del terme en dos blocs fonamentals:

- a) *la premsa* [que es presenta] *assenyada*,  
[que es vol] *veraç*,  
[que es pretén] *necessària* i  
[pensada] *per a entretenir*; i
- b) *la premsa* [que es presenta] *arrauxada*,  
[que es vol] *desvetlladora*,  
[que es pretén] *convenient* i  
[pensada] *per a divertir*.

Segons aquesta divisió, cada cas de periòdic de masses pot —amb matisos— adscriure's essencialment a un dels dos blocs (i no oblidem que històricament la modalitat «grogas» no és exclusiva de la premsa sensacionalista. Advertim que els termes que utilitzem s'han d'entendre com a adjectius conceptuals (sotmesos en cada cas al resultat d'observacions crítiques) i no pas com a categories, malgrat les formalitzacions tradicionals, i encara menys com a definicions o nocions fixades, com habitualment es fa. Una prova del que diem és que els mots distintius aquí emprats poden ser intercanviats —per això es donen en parelles— segons el judici o l'atribut que fem de la tipologia tòpica.



## PREMSA DE MASSES MODERNA

<i>Prensa assenyada</i>		<i>Prensa arrauxada</i>
elitista o popular	CARÀCTER	populista o marginal
versemblant o reflexiva		fantàstica o imaginativa
respectuosa o seriosa	TARANNÀ	sensacionalista o irreverent
ponderada o contrastada		sorprenent o reveladora
textual o visual	EMPREMTA	tecnoimatge o plàstica
rància o maca		matussera o provocadora
de qualitat o senzilla	FORMA	vulgar o vistosa
ensopida o entretenidora		distreta o divertida
informativa o interpretativa	FONS	tafanera o contrainformativa
profunda o superficial		frívola o radical
instructiva o adoctrinadora	FUNCIÓ	apologista o crítica
de servei o irrellevant		fútil o rellevant

*Caràcter*: tret indicador de la natura essencial del periòdic.  
*Tarannà*: manera de procedir o comportament del periòdic.  
*Empremta*: senyal periodístic marcat pels atributs tecnològics.  
*Forma*: aparença externa del periòdic i facultat del continent.  
*Fons*: mena i pregonesa dels continguts emblemàtics del periòdic.  
*Funció*: motivació de l'emissor i acció del periòdic.

## 2. L'«enciclopèdia» quotidiana

El diari industrial o modern, com a primer instrument material-quotidià de la comunicació-cultura de masses transnacional, manté un procés dialèctic en la construcció social de la realitat que interacciona la realitat social objectiva, la realitat social simbòlica i la realitat social subjectiva. Des d'aquesta perspectiva, la funció comunicativa dels diaris de masses, en el nexce de relacions entre estructura social, sistemes de poder i models de valors, és fabricar una «enciclopèdia» quotidiana de coneixements, d'actituds i de competències.

L'expressió més representativa d'aquest objecte cultural unitari, destacat actor polític i primordial document social d'ús públic anomenat diari és el discurs periodístic de masses. Aquest artifici comunicatiu és la construcció cultural informativa que narra-descriu-argumenta la realitat mitjançant unes tècniques i unes pràctiques professionals i institucionalitzades —d'una manera codificada, organitzada i rutinària— que presenten un món versemblant per tal de legitimar unes cosmovisions determinades i amb la intenció de modelar la vida de la gent.

El diari de masses, com a ecodiscurs d'estructures textuais i icòniques conformat per enunciats periodístics tematitzats, és el discurs històric de consum quotidià, referit majoritàriament al present, però amb la intenció de justificar o qüestionar el passat, a fi d'orientar el futur.

Fem, doncs, la interpretació del diari a partir de l'estudi del discurs periodístic de masses (DPM) i, en concret, de la descripció analítica de la forma que el diari presenta i de la dissecció crítica dels continguts que tria o dóna com a informació.

Altrament, el DPM fa referència a aquells aspectes cabdals de forma i contingut que fan del diari un producte-objecte i, alhora, una font d'informació: un univers de representacions simbòliques amb propostes de cosmovisions; la construcció d'una realitat pròpia amb

pretensions de ser el reflex de la realitat social; el fet de destacar-ne alguns esdeveniments i de fabricar-ne uns altres per tal de fixar-los públicament; en definitiva, la transmissió i la conformació de la cultura de masses a fi d'influir en les persones com a processos simultanis.

En aquest sentit, apuntem que el diari de masses pot ser considerat en tres vessants:

— *Mitjà notarial* (d'esdeveniments, de manifestacions diverses, de serveis necessaris, etc.), que *informa* de les referències-miratge —o llocs comuns del sistema cultural i polític— i dels escenaris públics mitjançant estratègies i rutines.

— *Mitjà instrumentalitzador* (de socialització, ideològic mental, d'inculcació de creences, valors, convencions de comportament, etc.), que *conforma* l'organització social i la cultura de masses mitjançant un model morfosintàctic.

— *Mitjà proposador* (de lectura de la realitat social, de la cosmovisió hegemònica, de l'esperit d'una època, etc.), que *legitima* l'ordre i les lleis establertes mitjançant diferents representacions simbòliques.

L'estudi del DPM, per tant, ens permetrà saber com és constituïda i de què és formada aquesta «enciclopèdia» diària per poder comprendre així la cultura mediatitzada com a expressió, i alhora representació, de la societat de comunicació de masses.

## Bibliografia

GÓMEZ MOMPART, Josep Lluís; MARÍN I OTTO, Enric. «Elements per a una caracterització de l'inici de la premsa diària de masses». A: GARITAONANDÍA, C. (cur.). *La prensa de los siglos XIX y XX. Metodología, ideología e información, aspectos económicos y tecnológicos*. Bilbao: Universidad del País Vasco, 1986.

MARÍN, Enric. «L'anàlisi històrica del discurs periodístic de masses: la relació entre la forma i el contingut». *Periodística* [Barcelona: Societat Catalana de Comunicació] (1989), núm. 1.

TRESSERRAS, Joan Manuel; MARÍN, Enric. *El regne del subjecte. Per una teoria materialista de la comunicació social*. Barcelona: El Llamp, 1987.