TENDÈNCIES DEL PERIODISME DELS NORANTA

Amparo Tuñón

En els darrers anys, la informació periodística ha esdevingut un element clau per al coneixement de la societat, i només a través d'ella podem tenir una concepció global de les múltiples i complexes realitats del nostre temps. Cap altra branca del saber proporciona una consciència del temps actual similar a la de la informació periodística. La seva importància creix amb l'augment del progrés econòmic, científic i tecnològic de les societats avançades. El periodisme es perfecciona i evoluciona amb l'augment de les demandes socials de comunicació en el si d'una societat més i més àmplia, universal i interrelacionada.

D'altra banda, en l'actual societat de la informació els mèdia han esdevingut els principals instruments de coneixement sobre el món que ens envolta i exerceixen una funció comunicativa amb més força que en el passat: la de relacionar les persones amb el seu entorn social. Els mèdia ajuden el lector, l'espectador, l'oïdor, a orientar-se en un món constantment canviant, i, a més, els ofereixen pautes de comportament per millorar la qualitat de la seva vida quotidiana.

Aquesta omnipresència dels mitjans de comunicació ha obligat la ciència del periodisme a investigar nous mètodes que coadjuvin a reconstruir el nou paper dels mitjans, no centrats ja solament en la creació d'opinió pública, sinó orientats a donar resposta i a satisfer les demandes d'una informació més i més individualitzada i personalitzada.

Des de la universitat i des de gran part de la professió, s'intenta millorar una informació, la bondat o maldat de la qual depèn del creixement ètic i de l'augment de responsabilitat social en una societat democràtica. Al meu entendre, les tres tendències de futur que s'apunten en els articles següents comparteixen el fet de presentar-se com a instruments per ajudar el periodisme a realitzar amb més eficàcia les funcions comunicatives que els nous temps exigeixen. El *periodisme especialitzat*, el *periodisme de servei* i el *periodisme de precisió* apunten al mateix objectiu: acostar la informació periodística al ciutadà mitjà.

El canvi de paradigma que implica el pas d'una informació general a una informació especialitzada s'inscriu, en els aspectes fonamentals, en la superació d'una era de la cultura de masses, pròpia de la societat industrial, per passar a una època en què conviuen i coexisteixen diverses formes de vida i diferents models comunicatius. Els

mitjans de comunicació de masses buscaven un públic ampli, dispers i heterogeni. Els nous mitjans electrònics s'adrecen a audiències selectives i segmentades.

El periodisme de servei és, com el seu nom indica, un instrument que permet els lectors resoldre els problemes de la seva vida quotidiana. Aposta per una informació útil que serveixi de guia per viure. És un periodisme que dóna consells sobre bellesa, salut, moda, psicologia, i que intenta ajudar l'usuari perquè resolgui els problemes quotidians. Un periodisme que s'estén a tots els mitjans de comunicació i que tindrà aviat una cadena especialitzada, TV Food Network, amb programació ininterrompuda durant les vint-i-quatre hores del dia. És així també una variant del periodisme especialitzat que amplia les temàtiques clàssiques de la informació tradicional. Metzler el defineix com un canvi d'actitud entre els professionals. Abans es pensava: «Vet aquí les notícies d'avui, ho prens o ho deixes»; ara es matisa: «Vet aquí les notícies que pensem que t'interessaran —esperem que t'agradin».

El periodisme de precisió, per la seva part, aporta una nova manera de detectar, seleccionar, classificar i jerarquitzar qualsevol realitat d'actualitat rellevant; neix i es desenvolupa vinculat a la investigació sociològica. El seu creador, Meyer, diu: «Així com la nostra societat es mostra creixentment complicada, nosaltres (els periodistes) podem descobrir instruments més complexos per descriure-la i interpretar-la». El periodisme de precisió aporta la metodologia de les ciències socials, les estadístiques i les enquestes, per tal de detectar, apuntar i analitzar temes d'interès general, crucials a la nostra societat i menystinguts moltes vegades en el quefer professional rutinari.

Aquestes tres eines d'un nou periodisme dels noranta, sense cap similitud amb el també dit nou periodisme en els setanta, pretenen, en última instància, servir els interessos dels lectors en un mercat informatiu cada vegada més competitiu. No són incompatibles, sinó complementàries. El periodisme especialitzat proposa un coneixement en profunditat i alhora divulgatiu del fet informatiu; el periodisme de servei intenta donar a l'usuari una informació útil que satisfaci les seves necessitats vitals; i el de precisió opta per una informació precisa i concreta basada en mètodes fiables amb l'ajuda d'un element revolucionari en la tecnologia de les comunicacions: l'ordinador.

Aquestes tres tendències del periodisme actual tenen també un alte punt en comú: trencar amb la idea tradicional de notícia, entesa com a ruptura de la normalitat, i estendre el camp de l'actualitat a tots els fets, idees, coneixements i serveis que tinguin interès per a un consumidor d'informació. El periodisme universalitza així els seus continguts i deixa de buscar, en exclusivitat, l'impacte, l'emoció, l'espectacularitat d'allò que és noticiable, per endinsar-se en la difusió de tot allò que sigui d'utilitat per a les seves audiències, a la recerca d'una *comunicació interactiva.*