

## CAPITOL IV.

### 4. PROPOSTES METODOLOGIQUES

La investigació de temes concrets exigeix emprar metodologies concretes, de tal manera que les conclusions es prenguin després d'un exhaustiu treball de camp fet amb instruments de valoració correctes, tant pel que fa a la selecció com a la utilització.

"Se puede decir incluso que Dante era un mal poeta: però se tiene que decir después de trescientas páginas, como mínimo, de intenso análisis de los textos de Dante" ens diu Eco<sup>1</sup>. Caplow<sup>2</sup> ens assenyala que aquest "passeig", aquest estudi, ha de seguir uns criteris ben fixats per la sociologia: pertinència, exhaustivitat, amplitud i utilitat, i recorda que trobar un bon tema d'investigació no vol dir que s'hagi formulat encara científicament el problema.

Malgrat l'evolució dels instruments d'investigació sociològics adaptats pels estudiosos de la periodística, constantment ens veiem obligats a buscar nous mètodes davant dels inèdits reptes que ens van sortint en la revolució comunicativa a que estem sotmesos.

---

<sup>1</sup>. Eco, 1983: 28.

<sup>2</sup>. Caplow, 1972: 129.

## Els enginyers ofereixen mètodes analítics

Sense anar gaire lluny, jo mateix vaig recórrer a un mètode d'investigació emprat pels enginyers de camins catalans per estudiar la informatització de la premsa catalana<sup>3</sup>. Es basa en l'anàlisi multicriteri que implica homogeneïtzar valors diferents per poder establir conclusions després del seu estudi.

En el tema que ens ocupa, la possible influència de les innovacions tecnològiques en els models de diari en la premsa barcelonina, entre 1979 i 1989, també he hagut de recórrer a algunes metodologies alienes a la periodística per poder extreure resultats quantificables, especialment a fórmules matemàtiques i estadístiques.

M'he inclinat per uns tipus d'anàlisi formal i estructural, deixant de banda la de contingut, en considerar d'interès menor aquest aspecte, i més si tenim en compte que bona part de les possibles modificacions del valor del text s'han donat per l'evolució social i política del país.

L'anàlisi morfològica i formal la farem per dues vies diferents i concurrents. L'univers, és a dir, el cos que ens ve donat pels diaris publicats al llarg de deu anys --1979-1989-- podia ser examinat fent una tria sociològica i aleatòria de les publicacions a analitzar, és a dir, La Vanguardia i El Periódico

---

<sup>3</sup>. Es tracta de l'estudi ja esmentat abans, La informatització de la premsa a Catalunya ..., publicat com a tema principal a Capçalera, numero 18.

de Catalunya. Per aquesta via tan sols es tractava de triar un diari de la primera setmana de cada trimestre i sotmetre'l a un estudi que després determinaré.

Aquesta era una via correcta, però semblava insuficient ja que aquesta mena de ruleta podria deixar fora de l'estudi una sèrie d'esdeveniments molt importants que serveixen perquè els directius i l'empresa d'una publicació puguin demostrar que accepten el repte i, superant-se, publiquen unes bones edicions que fan incrementar el volum de lectors.

D'aquesta manera he considerat indispensable, no sols fer un anàlisi aleatòria, sinó una altra d'esdevenimental, la qual cosa em permetrà estudiar com han respost els nostres protagonistes davant de certs esdeveniments.

## L'anàlisi aleatòria: sis vies d'estudi

De les dues anàlisis, he considerat que l'aleatòria és la més important ja que, finalment, ens oferirà una fotografia idònia de l'exemplar mig del que ha estat el periòdic en els dies en què no succeïa "res" d'especial.

L'anàlisi aleatòria inclou sis ítems diferents que seran estudiats a través de diversos aspectes:

1. Nombre de notícies del diari i per secció
  - 1.1. Nombre de fotografies del diari i per secció
  - 1.2. Nombre d'infografismes del diari i per secció
2. Superfície de les tres notícies més importants de cada secció
3. Estructura de les notícies més importants
  - 3.1. Nombre de paraules del títol
  - 3.2. Nombre de verbs del títol
  - 3.3. Nombre d'idees del lead
4. Anàlisi de les fonts emprades en cadascuna de les tres notícies més importants:
  - 4.1. Fonts pròpies
  - 4.2. Fonts institucionals
  - 4.3. Fonts no institucionals
5. Anàlisi dels elements infogràfics i gràfics emprats en les tres principals notícies de cada secció
  - 5.1. Fotos (en cm2)
  - 5.2. Són actuals?



- 5.3. Autoria: pròpia/aliena
- 5.4. Infografismes: sí/no
- 6. Nombre de planes de l'edició.
- 7. Nombre de fotos

Explicaré pas a pas la introducció d'aquests sis grans ítems i les seves subpreguntes, tot afegint-hi la forma de quantificar l'estudi de camp.

En primer lloc, el nombre de notícies global del diari i per seccions. Considerem interessant i necessari analitzar l'estructura paginística del diari i la distribució interna de notícies en funció de les seves seccions, bé siguin temàtiques o geogràfiques, perquè al llarg del període analitzat es podrà observar si la introducció de noves tecnologies coincideix amb la renovació de l'oferta informativa a través de la distribució d'espai per seccions.

En aquest cas, l'espai vindria indicat pel nombre de notícies. Al mateix temps, es fan uns subapartats per esbrinar la orientació informativa del diari. En aquest sentit, la secció de política internacional es compartimenta en tres subseccions: informacions del primer món, del segon món i del tercer món.

Potser a través d'aquesta segmentació es podrà establir una certa anàlisi de contingut relacionant les intencions del diari en cada etapa tecnològica, a més de saber si les noves tecnologies incorporades a la redacció obren noves parcel·les informatives

o, a l'inrevés, sublimen les que hi havia fins aquest moment. Aquest tema va en relació directa a la pregunta feta constantment: les noves tecnologies de la informació signifiquen missatges més amplis, d'un nombre de procedències més gran, o ¿potser les NTI són tan sols uns instruments per reafirmar el paper ideològic centralitzador i uniformador de les grans agències i de les grans corporacions?, o també, ¿tenim ara més notícies del tercer món mercès a les NTI, mercès a l'ampliació de les vies d'entrada d'informació?

La secció de política espanyola la subdividim en informacions institucionals, no institucionals i procedents de partits. Hi ha un cert paral·lelisme amb la pregunta anterior, però amb efectes d'espai emmarcats a l'Estat espanyol i qüestionant la seva diversificació en funció del tema a tractar, és a dir, si afecta les institucions públiques (i més endavant definirem què considerem en aquesta definició), si afecta els partits polítics o no n'afecta cap (en aquest cas titulem l'apartat com "no institucional"). I també la mateixa pregunta, ¿informen més els diaris sobre temes d'interès general i no institucional mercès a les NTI o, potser, les millores tecnològiques permeten, precisament, que les institucions, l'establishment, posin encara més les seves mans sobre l'espai informatiu en suport paper?, i també, ¿arribem amb les NTI a més grups socials que no pas abans?.

La tercera secció, política catalana, té les mateixes intencions que l'anterior.

Quant a la secció de Societat, la gran vedette del periodisme contemporani de masses, protagonista especial, a l'actualitat, a La Vanguardia i El Periódico de Catalunya, interessa saber el volum de notícies dedicades a cada subtema: Urbana (vida local, ordenació territorial, ...), Medi ambient, Salut, Societat i Successos-Tribunals. Aquesta és una secció de gran importància perquè és una de les que "oxigenen" l'enrariat aire del mitjà premsa-paper a través de temes d'interés humà. Es tracta d'una secció molt directament relacionada amb la premsa popular i de serveis. No deixa de ser sorprenent que els models de diaris híbrids informativo-interpretatius vagin adquirint poc a poc un caire més popular amb la dedicació de més espai als temes humans, que estan més a prop del ciutadà.

L'evolució dels models dels dos diaris analitzats s'evidenciarà prou, o això s'ha d'esperar, a través de l'anàlisi d'aquesta secció que en l'argot intern de les redaccions s'anomena "macro".

Respecte a la secció d'Economia hi ha tres subdivisions: Vida econòmica, Empreses i Laboral. Per Vida econòmica s'entén la superestructura; per Empreses, la microestructura i per Laboral, tots els temes relacionats amb els conflictes dins de la microestructura i la superestructura.

És prou interessant entrar en aquesta subdivisió per resoldre la qüestió següent: ¿hi ha relació entre model de diari tipus prestigi i la informació laboral o, a l'inrevés, aquest tipus de notícies interessien més els periòdics de caire més popular?

Esports s'explica per si sol, donada la importància que té en una societat cada cop més entregada a l'espectacle, i, respecte a l'Oci, només fem dos subapartats: Televisió i la resta. Això s'explica pel fet que dins del volum de notícies, l'espai dedicat a la televisió és un dels ítems que ens pot dir si hi ha relació entre millores tecnològiques i model de diari ja que els programes de la petita pantalla solen ser l'única font informativa i l'única via de distracció per a milers de persones.

Per últim, també interessa esbrinar el nombre d'editorials, col.laboracions i cartes al director, en el capítol d'Opinió, per identificar en cada moment les intencions del diari respecte els seus lectors.

El tema Serveis el quantificarem pel nombre global, incluint-hi seccions com ara el Temps, l'Agenda, Santoral, Aniversaris, Fets socials no publicitaris i qualsevol altre secció que informi sobre aspectes quotidians d'interès general que no siguin informació periodística.

### L'anàlisi aleatòria dels volums i les estructures

Aquesta anàlisi aleatòria pel nombre de notícies es veurà confirmat a través de l'estudi de la superfície ocupada per les tres notícies més importants de cada secció.

L'anàlisi morfològica la basaré en les propostes del Doctor Josep

Maria Casasús<sup>4</sup>, que podria dir-se que parteix de Jacques Kayser<sup>5</sup> encara que d'una manera més suggerent, per oferir una altra opció d'anàlisi periodística.

Per fer més científic i homogeni l'estudi de volums hem dissenyat unes plantilles adequades als milers de còpies de planes de diaris que hem revisat. Donat que, en alguns casos, les còpies es presentaven reduïdes a un 85% del volum de l'original, la plantilla emprada també ha estat reduïda en aquesta proporció.

El tercer ítem global es refereix a l'estructura redaccional de cada una de les tres notícies considerades més importants de cada secció. Estem davant d'un intent d'analitzar de forma prou científica la composició dels titulars durant deu anys dels dos diaris més importants de Barcelona pel que fa al seu tiratge. Aquesta investigació afecta tant al nombre de paraules de cada titular com al nombre de verbs emprats.

Calia mesurar el nombre d'elements noticiables del lead, és a dir, del nombre de noves aportacions independents una de l'altra ja que em preguntava si l'elecció de leads segons el seu nombre d'elements estava en relació directa al model. ¿Un lead simple és la tarja de presentació més habitual del diari informatiu-popular?, ¿potser el de sumari ho és del diari de prestigi-interpretatiu?

---

<sup>4</sup>. Casasús, 1972: 90 i ss.

<sup>5</sup>. Kayser, 1963.

Ens ha interessat també saber si les noves tecnologies, afectant els models, modificaven l'estructura narrativa del que és la part fonamental del missatge. En aquest sentit recordaré que en els darrers anys els estudiosos s'han estat preguntant si l'acumulació de noves feines sobre les esquenes dels periodistes --ara fan de linotipista en posar les claus i comandaments, de maquetista, d'editor ...-- havien significat canvis en la seva forma de redactar. Amb més preocupacions al damunt, el periodista fa les frases més llargues?, ¿empra més verbs?, ¿s'oblida d'estructures complicades basades en leads de sumari amb tie-in inclòs?. La pregunta a resoldre és si el fet d'escriure amb ordinador complica o resol la feina del periodista i li modifica el seu missatge.

El quart ítem estudia les fonts emprades en cadascuna de les tres notícies més importants considerant-les segons si són pròpies, institucionals o no institucionals. Considerem que amb les NTI s'ha produït un increment notable en el nombre de missatges que arriben a les redaccions. Al mateix temps, els propis periodistes poden emprar aquestes NTI per fer arribar més notícies al seu redactor en cap. ¿S'escriu ara amb més fonts pròpies que abans?, ¿podem dir que un diari amb més fonts pròpies està més treballat que l'altre amb moltes fonts institucionals, per exemple?

La qüestió podria ser objecte d'una subdivisió encara més específica, tot preguntant si la notícia de font pròpia és exclusiva, o no; si la institucional ha estat buscada pel mitjà o si la no institucional és espontània; però penso que amb les

tres preguntes inicials es pot respondre, o extreure conclusions vàlides, per obtenir dades satisfactòries suficients.

L'anàlisi aleatòria seria incompleta si no s'analitzés seriosament el vessant gràfic i infogràfic. Ho faré a través de l'anàlisi del volum i l'actualitat --especialment en el cas de les fotografies--, de l'autoria i buscant si hi ha, o no, elements infogràfics.

El tema de les fotografies resulta molt interessant perquè a través d'aquesta investigació es podrà saber quina ha estat l'actitud del mitjà davant d'un dels elements informatius més fàcil d'entendre pel lector i, amb l'anàlisi dels exemples dels deu anys indicats, observarem l'evolució en el tractament de la fotografia a La Vanguardia i a El Periódico de Catalunya, paral·lelament als canvis tecnològics.

Al mateix temps caldrà estudiar, en el moment precís, com es va emprar el color quan els nous aparells van permetre treballar amb aquesta nova dimensió gràfica.

És en aquest sentit que es veuran els criteris per publicar fotografies en color i, si més no, si la nova possibilitat no es va utilitzar més que res per satisfer el mercat publicitari i no, especialment, els lectors. És a dir, ¿el color ha estat una adquisició amb finalitats comercials o periodístiques?.

La darrera pregunta respon al nombre de planes de cada exemplar

analitzat. Sabent aquesta dada es podran extreure conclusions sobre volums per seccions al llarg de la dècada anterior.

L'anàlisi aleatòria es farà sobre tres edicions anyals de cada diari, suficientment espaiades i fixades en èpoques de l'any que sols són significatives perquè corresponen a trimestres diferents: 16 de març, 31 de juliol i 22 de desembre.

El fet que sigui finals de trimestre significa que les planes dels diaris encara arrosseguen històries periodístiques de les setmanes anteriors, de trimestres ben actius i delimitats. En aquest sentit, l'anàlisi es correspondria a un dia determinat de cada un dels períodes periodísticament actius: mitjans de març, finals de juliol i finals de desembre. S'ha d'assenyalar que no he considerat d'interès la temporada de l'estiu en ser informativament molt pobre i que en moltes ocasions dona peu a una mixtificació del producte per obligacions comercials. Aquesta decisió es recolza també en el fet que des de finals de juliol fins finals de setembre no hem detectat cap canvi i/o innovació tecnològica en els diaris estudiats, per la qual cosa es pot descartar analitzar l'alt període estiuenc i la baixa tardor (agost i setembre especialment).

De totes maneres, l'elecció no té perquè tenir lògica ja que només interessa analitzar diverses edicions d'un dia normal de cada any, d'aquí que l'anàlisi aleatòria tingui interès encara que no reflecteixi unes cadències coherents, cosa que sí succeeix en el nostre cas.



Cas que algun dels dies analitzats se surti de la norma, s'estudiaria el següent, afectant aquesta decisió als esmentats diaris. Per exemple, el 16 de març de 1984 podia haver estat un dia especial per a El Periódico de Catalunya en funció que aquella data coincidia amb l'obsequi als lectors d'un llibre, d'una samarreta o d'una ampolla de xampany. En aquest cas, s'ha recorregut al model bis, és a dir, a l'edició del dia 17 de març tant pel que fa a aquest diari com a La Vanguardia.

En resum, he analitzat prop de 12.000 notícies de les quals finalment en reflecteixo 1.200 en aquest estudi i que són les tres més importants de la seva secció. I són les més importants en funció del seu volum morfològic, en considerar que els directors i els seus ajudants tenen, òbviament, la tendència a donar més espai a les notícies que consideren més importants per als seus lectors.

L'anàlisi dels resultats finals permetrà establir les línies mestres de les respostes periodístiques quotidianes al llarg de deu anys i comparar-les amb les fites de la renovació tecnològica, estudiant si, en incorporar noves estructures de producció, es modifiquen els missatges i en quin grau.

La quantificació es farà en valors absoluts i no relatius tot creient que els primers ofereixen resultats comparativament més importants, per versemblants, que els segons en funció que sembla més sensat comparar superfícies entre si i no en funció d'altres elements absolutament aleatoris com serien el nombre de planes

del diari, el percentatge de publicitat, si portava suplementos o no, si duia regals, o el que fos.

Considerem que el lector mig està més habituat a comparar si el seu diari d'avui és millor que el d'ahir en funció dels seus interessos particulars i no de l'anàlisi de la globalitat. Fins i tot, els grans diaris estan assolint aquests criteris per fixar criteris d'anàlisi quantitativa, coms ens ha assenyalat Manuel Lamas, de La Vanguardia, i Lluís Bordas, de El Periódico de Catalunya.

L'important és disposar de les superfícies en centímetres quadrats de cada una de les notícies que ens interessen i comparar-les amb les seves homòlogues dels altres anys en una relació directa i franca, afegint-hi l'anàlisi dels elements de la notícia i el protagonisme de les fonts, les fotografies, les imatges i els infogràfics.

## L'anàlisi esdevenimental

Com he anticipat, també estudiaré la resposta periodística del mitjà davant d'episodis concrets. La selecció de fets considerats històrics ha estat feta de forma aleatòria, tot intentant estudiar dates considerades inicialment com de gran atractiu per al lector en funció del fet noticiable. Exactament analitzarem la resposta de LV i EPC a dos grans fets històrics de cada any del període estudiat.

En aquest cas, el protagonisme de la investigació s'ha basat en el tractament del diari vers la gran notícia del dia, per la qual cosa la metodologia afectarà exclusivament a dos grans blocs, el fet històric i la resta del diari com un bloc.

A la fitxa d'investigació es plantegen els ítems següents:

Nombre de planes

Nombre de planes dedicades a la notícia del dia

Nombre d'informacions en planes especials

Estructura de les 3 peces més importants

- . titular (nombre de paraules)
- . verb (nombre de verbs del titular)
- . lead (nombre d'idees independents)

Aquesta és la relació de diaris que parlen de dates considerades d'interès pel lector pel seu valor històric:

Data del diari                      Fet noticiós

1979

6 de març                      Vaga de futbolistes

26 d'octubre                  Referèndum sobre l'Estatut de Catalunya

1980

2 de maig                      Primer de maig a Catalunya

17 d'octubre                  Detenció dels assassins de l'empresari Bultó

1981

24 febrer                      Cop d'Estat a Madrid

13 de març                    Aparició de la penumònia atípica a Catalunya

1982

3 d'abril                      Invasió de les Malvines

24 setembre                  Moció de censura a Jordi Pujol

1983

12 maig                      Operació reformista d'en Miquel Roca

26 d'octubre                  Invasió de Granada

1984

28 març Detenció de l'assassí de Teresa Mestre

19 juny Pren possessió Jordi Pujol

1985

23 de febrer Mort del poeta Salvador Espriu

8 de març "Caravana" de dones a Plan

1986

13 de març Referèndum sobre l'OTAN

22 de novembre Jordi Pujol no serà processat

1987

18 febrer Clausura de la Universitat Autònoma

5 d'octubre Temporal d'aigua a Catalunya

1988

30 gener S'elegeix la mascota dels JJ00

15 desembre Vaga general

1989

26 agost Concessió de les televisions privades

10 de novembre Caiguda del mur de Berlín

Com es pot veure, estudiarem una sèrie de diaris que parlen de fets especialment importants i que, per temes, s'agrupen de la manera següent:

## Fets polítics

### catalans:

Referèndum per l'Estatut de Catalunya  
(26.10.79)

Moció de censura a Pujol (24.09.82)

Pren possessió Pujol (19.06.84)

Jordi Pujol no serà processat (22.11.86)

### espanyols:

Cop d'estat a Madrid (24.02.82)

Operació Roca (12.05.83)

Referèndum OTAN (13.03.86)

Concessió TV privades (26.08.89)

### internacionals:

Invasió de les Malvines (03.04.82)

EEUU envaeixen Granada (26.10.83)

"Caiguda" del mur de Berlín (10.11.89)

## Fets socials delictius:

Assassinat de Teresa Mestre (28.03.84)

Detenció dels assassins de l'empresari Bultó  
(17.10.80)

## Fets socials i humans:

"Caravana" de dones a Plan (08.03.85)

Aparició de la pneumònia atípica a Catalunya  
(13.05.81)

Mort del poeta Espriu (23.02.85)

Temporal d'aigua a Catalunya (05.10.87)

Fets docents:

Clausura Universitat Autònoma (18.02.87)

Fets laborals:

Primer de maig a Catalunya (02.05.80)

Vaga general (15.12.88)

Fets esportius:

Vaga de futbolistes (06.03.79)

Mascota dels JJOO (30.01.88)

L'elecció no ha estat senzilla. He treballat amb cent-cinquanta dades històriques i finalment he optat per l'esmentada relació que reuneix una sèrie de temes periodístics susceptibles d'haver obligat als directius de La Vanguardia i d'El Periódico de Catalunya a fer un notable esforç per enfrontar-se al repte que significava tenir entre les mans una notícia excepcional.

La resposta a aquest repte, el diari del dia "X", ha estat matisada per l'aprofitament de la tecnologia de què es disposava en aquell moment. Aquesta tecnologia, ¿ha permès a un o altre diari informar millor?, ¿la utilització de la tipografia va significar per a La Vanguardia un entrebanc per no poder utilitzar a fons la seva portada?, ¿els inicis informàtics de la redacció de El Periódico de Catalunya van configurar un diari mal

fet per la quantitat d'errors com va dir públicament el seu director? ...

Els resultats finals permetran establir unes línies estables que relacionin possibilitats tecnològiques i fets periodístics.

### Altres línies d'investigació

També treballaré amb un mètode sociològic directe, l'enquesta; en aquest cas, l'enquesta per qüestionari. Es tracta de preguntar als periodistes, primers protagonistes del procés de renovació a través de la informàtica, quin ha estat el seu grau d'acceptació del nou instrument.

Aquesta enquesta serà secreta, distribuïda a cadascun dels individus considerats aptes als qui se'ls proporcionarà un sobre segellat per facilitar la resposta, ja que aquest tipus de mètode d'investigació té el perill d'obtenir un baix índex de participació si no es fa amb molta cura.

Ens hem inclinat per l'enquesta qüestionari en lloc de l'enquesta entrevista per dos motius. En principi, perquè considerem que l'enquesta-entrevista no permet pensar gaire als afectats; en segon lloc, perquè si es tracta d'un univers una mica gran, com és el nostre cas, em podria haver trobat amb una certa impossibilitat física per arribar a totes les persones que havia escollit.



L'enquesta-qüestionari té el gran avantatge que permet respondre-la reflexionant sobre les preguntes i, com que s'oferien algunes qüestions obertes, difícilment es podrien respondre àmpliament si no era per escrit.

L'enquesta-qüestionari serà de tipus pre-codificat, és a dir, sols exigirà marcar amb una "x" o un número la resposta triada, com recomana Caplov<sup>6</sup>. He intentat apuntar variables senzilles, directes i exactes. En el cas de les preguntes amb opció numèrica, s'atribueix a cada número el seu oponent a la taula, de tal manera que si algú diu, per exemple, que prefereix en quart lloc l'opció A i hi havien cinc opcions, la puntuació de la resposta serà de 2.

L'enquesta, com hem dit, serà secreta i, a més, anònima. Això permet a qui respon fer-ho amb llibertat, sabent que les seves respostes no li significaran cap problema. Vaig deixar oberta la possibilitat que els enquestats preferissin identificar-se, especialment si s'omplien els ítems de preguntes obertes. En aquest cas el treball s'enriquiria amb aportacions personalitzades.

Aquestes són les preguntes bàsiques de l'enquesta:

1. ¿Va ser consultat per la seva empresa quan es va fer la informatització?

sí\_\_\_ no\_\_\_ no m'afecta\_\_\_ ns/nr\_\_\_

---

<sup>6</sup>. Caplov, 1972: 250.

2. ¿Quant de temps va trigar en emmotllar-se al nou sistema?

D'1 a 7 dies\_\_\_ De 8 a 15 dies\_\_\_ Més\_\_\_

3. ¿La informatització representa més feina per a vostè?

sí\_\_\_ no\_\_\_ ns/nr\_\_\_

4. ¿La informatització ha suposat per a vostè algun d'aquests avantatges?: (posi un ordre de l'1 al 5)

- 1. Em permet escriure més ràpid
- 2. M'ajuda a estructurar millor els textos
- 3. M'ajuda a redactar millor
- 4. M'ajuda a ser més concís
- 5. D'altres...(escrigui'ls).....

.....

5. ¿La informatització ha suposat per a vostè algun d'aquests desavantatges?: (posi un ordre de l'1 al 5)

- . Trigo més temps a redactar
- . La complexitat del sistema m'obliga a anar més poc a poc
- . La complexitat del sistema fa més difícil estructurar els meus textos
- . Treballar amb informàtica em provoca molèsties físiques
- . D'altres...(escrigui'ls).....

.....

.....

6. De poder, ¿tornaria a escriure amb màquina convencional?

sí\_\_\_\_\_ no\_\_\_\_\_ ns/nr\_\_\_\_\_

7. Consideració sobre la informatització al periodisme  
(posi un ordre numèric de l'1 al 5)

Molt positiva\_\_\_\_\_

Positiva \_\_\_\_\_

Poc positiva \_\_\_\_\_

Gens positiva\_\_\_\_\_

Perjudicial \_\_\_\_\_

No sé/no responc\_\_

8. ¿Quines utilitats emprà del sistema informàtic en la seva empresa? (posi una "x")

- Tractament de textos
- Recepció de notícies d'agència
- Connexió amb el banc de dades
- Connexió amb el servei de documentació de l'empresa
- Agenda pròpia
- Agenda de la secció
- Diccionari
- Ortografia
- Banc de dades propi
- Compatibilitat amb el meu ordinador
- Connecto amb l'ordinador de l'empresa des de casa meva
- Connecto amb l'ordinador de l'empresa des d'un

ordinador portàtil que m'han subministrat

9. ¿Vol fer un comentari particular sobre la informatització de la tasca periodística?.....

.....  
.....

(segueixi darrera)

10. Per últim,

¿considera que la renovació tecnològica ha modificat el model del seu diari?

sí\_\_\_\_\_ no\_\_\_\_\_ ns/nr\_\_\_\_\_

quan el van posar a treballar amb l'ordinador, ¿va canviar la seva forma de redactar?

sí\_\_\_\_\_ no\_\_\_\_\_ ns/nr\_\_\_\_\_

---

L'enquesta és anònima i secreta, però podria ser d'utilitat fer esment del seu nom en el cas que hagi respost a alguna de les preguntes obertes. Per aquest motiu li agrairia que m'autoritzés a citar-lo amb la seva signatura:

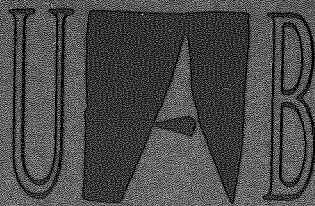
Sí, l'autoritzo

Nom i cognoms\_\_\_\_\_.

Els subjectes d'aquesta enquesta-qüestionari seran tots els

redactors de plantilla de La Vanguardia i El Periódico de Catalunya que treballaven a aquests diaris en el moment en què es va produir la incorporació de la informàtica i van abandonar-se les màquines d'escriure convencionals. En cas que aquest procés s'hagués fet en diferents etapes, ampliaria la relació inicial per fer entrar els periodistes de les darreres fases.





Universitat Autònoma de Barcelona  
Facultat de Ciències de la Informació

Departament de Periodisme

---

La influència de les innovacions tecnològiques  
en l'evolució dels models de diari  
de la premsa d'informació general diària  
de Barcelona

Anàlisi del canvi en el bloc informatiu de  
LA VANGUARDIA  
i  
EL PERIÓDICO DE CATALUNYA  
(1979-1989)

VOL. II

TESI DOCTORAL

Manuel López López

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA  
Servei de Biblioteques



1500132705

Maig de 1992



LA INFLUENCIA DE LES INNOVACIONS TECNOLÒGIQUES  
EN L'EVOLUCIÓ DELS MODELS DE DIARI A LA PREMSA  
D'INFORMACIÓ GENERAL DIÀRIA DE BARCELONA

Anàlisi del canvi en el bloc informatiu de  
LA VANGUARDIA  
i  
EL PERIÒDICO DE CATALUNYA  
(1979-1989)

VOL. II

presentada per Manuel LOPEZ LOPEZ

dirigida pel doctor JOSEP MARIA CASASUS I GURI,  
Catedràtic del Departament de Periodisme de la  
Facultat de Ciències de la Informació

UNIVERSITAT AUTÒNOMA DE BARCELONA

Maig del 1992  
BARCELONA

**SEGONA PART: PROBLEMES, PROPOSTES I SOLUCIONS**



## CAPITOL V

### LA VANGUARDIA I EL PERIODICO DE CATALUNYA, DOS MODELS DE DIARI DE CLAR I PROGRESSIU DESENVOLUPAMENT

Els dos diaris que són objecte d'aquest estudi tenen en comú un clar afany de renovació permanent del model que fa intuir que, durant l'estudi del treball de camp del període estudiat (1979-1989), s'observarà un clar desenvolupament, de vegades enregistrarat, a cops impulsiu, cap a una estratègia de disseny pròpia i, pel que fa a les vendes i incidència dins del públic català, tot fa pensar que ha estat un èxit.

A l'espera de poder analitzar les dades del treball de camp, que mostraran amb xifres els canvis abans apuntats, val a dir que ens trobem davant de dos models de diaris que, si bé l'any 1979 eren divergents, una dècada més tard s'hi poden trobar potser alguns elements coincidents, fruit, com espero demostrar, de l'evolució i de la maduració dels rotatius com a fidel reflex de les mutacions en els gustos socials i, perquè no --recordem ara la substància d'aquesta tesi-- per l'aplicació de les noves tecnologies.

Abans de definir els models actuals de La Vanguardia i El Periódico de Catalunya, cal introduir el marc històric que expliqui les línies mestres del disseny periodístic fins a l'actualitat.

No serà una recopilació de manual, perquè aquesta feina ha estat feta --i ja fa gairebé deu anys-- per Casasús i Roig a la seva ja coneguda La premsa actual<sup>1</sup> reeditada diversos cops.

El que aquí interessa és donar un context a l'evolució dels protagonistes. Aquest context ha de començar, forçosament, per un esclariment de conceptes.

En aquest sentit ens hem de posar d'acord per oferir una definició del que es considera què és un model de diari. Es podria dir que el model d'un diari és el resultat final de la intencionalitat de l'editor en configurar de forma coherent un producte, dirigit a un públic determinat, que té prou definides i establertes, prèviament, les seves propostes gràfiques i literàries en consonància amb les possibilitats tècniques i financeres de l'empresa.

Hi ha teòrics que hi afegirien un element bàsic a aquesta definició i consistiria en el fet que aquest producte (amb propostes gràfiques definides) hauria de ser el fruit del treball en comú de grafistes i periodistes, o dissenyadors i literats. És en aquest sentit que Harold Evans, adverteix que

"...los dibujantes, diseñadores y tipógrafos de los diarios [tienen un important paper en el disseny del producte], pero todos ellos han de mantener un estrecho contacto con los periodistas y con el periodismo"<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup>. Casasús - Roig, 1981.

<sup>2</sup>. Evans, 1984: 10.

Milton Glaser implica un nou concepte, el de la utilitat:

"(...) una silla y una mesa tienen que combinar la utilidad (...) con una cierta dosis de imaginación, con el toque personal de su creador"<sup>3</sup>.

Això podria venir a dir que el protagonisme del disseny del model ha d'estar compartit entre dissenyadors i professionals, però també per la professió (en aquest sentit anticipem que La Vanguardia va recórrer al mètode de dinàmica de grups per a estudis qualitatius en diversos períodes d'assaig del nou model presentat l'octubre de 1989).

¿Podríem assegurar que la major part dels diaris de casa nostra han estat fets gràficament i literàriament pensant en què han de ser un producte de posada en comú? Intuïm que no és així.

Un dels principals problemes històrics que tenen --tenim-- els professionals de la indústria periodística basada en el paper són els empresaris. I no cal dir que ens referim que estan acostumats a una forma de fer les coses que es podria qualificar, fins i tot ara, amb estratègies empresarials poc definides i estudiades.

Voldria incidir en l'aspecte dels empresaris com a relatiu problema de la indústria partint de la base que bona part dels diaris desapareguts a la ciutat de Barcelona durant aquests darrers quinze anys ho han estat per la inexperiència del propietari o del seu quadre directiu; a més, com ja he apuntat

---

<sup>3</sup>. Glaser, 1989: 29-31

abans al parlar de la renovació tecnològica catalana, de la manca d'encert en seleccionar la futura maquinària. I, pel contrari, empresaris com els Godó o els Asensio han assolit sengles èxits en mantenir-se fidels a unes estratègies ben plantejades en moments d'extrema crisi del sector, aprofitant els posteriors moments d'eufòria per relançar els seus productes.

I aquesta, la de la imperícia d'alguns empresaris, no és una tesi pròpia, sinó que l'he agafada de Josep Pernau quan diu que:

"En principi l'empresari desconfia sempre del professional i generalment li mostra models que han pogut tenir èxit a d'altres llocs del món. Li exigirà un Bild Zeitung a l'espanyola o a la catalana, quan en realitat ha contractat uns professionals que voldrien fer Le Monde"<sup>4</sup>.

Pernau hi afegeix el concepte professional com a condicionant del model elegit per l'empresari, però és cert que molts cops els periodistes només han estat preparats per assolir determinats models --els històrics de la zona o en tot cas els més prestigiosos de l'àrea internacional més propera-- sense que ningú no els hagués ensenyat quines serien les línies de treball per adoptar models aliens a casa seva, però que caldria donar una oportunitat per ser coneguts pel gran públic.

---

<sup>4</sup>. Casasús - Roig, 1981: 11.

Evans<sup>5</sup> estaria en contra del model de diari decoratiu, que subordina tot a les línies gràfiques.

"El diseño no es decoración ni distracción, sino parte de la tarea de la comunicación: una parte que debemos considerar constantemente, por el bien de la palabra impresa, en toda redacción periodística, desde Barcelona a Birmingham"<sup>6</sup>.

I afegeix que, si hagués d'elegir entre la comunicació eficaç i l'elegància, sacrificaria certament l'elegància. Amb aquesta afirmació Evans ens demostra com la seva professionalitat no cau en el parany del disseny absolut, del disseny per sobre de tot, del disseny-rei, del disseny-disseny com a objectiu prioritari i per això fa esment, dins de la seva obra, de Robert Harling<sup>7</sup>, que garanteix la puresa del missatge periodístic perquè s'ha respectat el treball mitjançant un procés cap a l'objectiu de mantenir la seva simplicitat, la seva direcció, el seu ordenament i la seva efectivitat. I tot això reprimint la possibilitat d'expressar-se estèticament a costa del contigut periodístic.

El model d'un diari no és "su escaparate"<sup>8</sup>, el seu aparador. Fa

---

<sup>5</sup>. Reiteradament parlarem d'Evans, Glaser, Casasús i Roig perquè han definit en les seves obres diverses línies d'actuació de plena vigència i actualitat.

<sup>6</sup>. Evans, 1984: 7.

<sup>7</sup>. Evans, 1984: 13.

<sup>8</sup> Evans, 1984: 10.

ben poc un dels meus alumnes<sup>9</sup> va tenir l'acudit i l'encert --tot i equivocant-se-- de qualificar de "model d'armari" a cert diari. En realitat volia referir-se a "model d'aparador", però, ¿no és cert que hi ha diaris que més aviat semblen dignes de ser qualificats com ho va fer el meu despistat alumne?.

El model, la selecció del model de diari, no ha de partir de la base que ens trobem davant d'un moble on hi caben "coses". No es tracta de posar-li fantasia a l'embalatge, perquè sempre ens guanyarà la televisió. Es tracta de seleccionar científicament un producte en funció d'una combinació de factors: públic, redacció pròpia, recursos propis (tècnics i financers), col.laboració interprofessional i una certa dosi de voluntat per a mantenir la fórmula el temps necessari sense desanimar-se als dos dies ...

Casasús i Roig ho diuen ben clar quan assenyalen en la seva obra que estudiar un model és reflexionar sobre el problema de la tipologia del diari i de les seves repercussions organitzatives i això imposa una visió de conjunt, estesa sobre tot l'univers de la premsa mundial<sup>10</sup>.

### La dimensió històrica

---

<sup>9</sup>. L'anècdota va succeir durant el primer trimestre del curs 1991-1992, amb estudiants de primer curs d'Estructura de la Informació Periodística de la FCI-UAB.

<sup>10</sup>. Resum dels arguments reflectits a la pàgina 13 de l'obra citada.

Tot sembla indicar que va ser a finals del segle XVIII el moment en què el periodisme --"pre-periodisme", si voleu-- va començar a adoptar unes línies gràfiques definides que durarien fins passada la Guerra Civil nord-americana o Guerra de Secessió.

Martín Aguado té molt estudiat el tema quan assenyala, ben encertadament, que en aquells moments van aparèixer els diaris amb més planes i un format més gran, especialment a Nord-amèrica, perquè les tarifes postals no estaven en consonància amb el pes sinó amb la paginació.

Aquests condicionants industrials van fer que els pre-diaris passessin de ser un recull de fulls amb unes dimensions semblants a l'actual Din A4, a convertir-se en diaris-llençol, més tard reconeguts com estàndards. A més, s'hi afegia la separació dels textos en columnes.

Anys després d'aquesta decisió --la primera pel que fa al model-- apareixen les seccions temàtiques i/o geogràfiques de la mà de The New York Times (1851) i en tan sols vint-i-cinc anys més, la premsa se superava presentant-se amb un cert luxe d'ornaments i d'il.lustracions, també gràcies a les noves tècniques impressores.

La valoració tipogràfica seria el tercer gran pas, junt amb el canvi i millora dels continguts gràcies a l'aparició del telègraf.

L'aplicació exhaustiva dels tipus mòbils de Gutenberg, l'increment de les famílies tipogràfiques i la dinàmica de la societat nord-americana van fer progressar de tal manera el periodisme que cap al tercer terç del segle XIX trobem ja diaris amb una certa valoració de les notícies a través dels titulars, subtítols i sumaris. Apareix, ja, la jerarquització informativa.

D'aquí a l'aparició del periodisme sensacionalista només hi havia un pas, que van donar alguns mitjans dels Estats Units d'Amèrica explotant un fet històric de gran contingut dramàtic per a Espanya: la Guerra de Cuba. Orson Welles va filmar una pel·lícula digna de ser estudiada en totes les facultats de ciències de la informació i de la comunicació del món: Ciudadà Kane.

França va ser el primer país europeu en assimilar les experiències del gegant americà, encara adormit, amb La Presse (1836) que va importar les columnes de text separades amb diversos recursos tipogràfics.

A finals del segle passat es configuren dos models de diaris que encara ara donen personalitat a més d'una publicació espanyola.

Per una part, el model clàssic de columnes amples, tamany reduït i un cert contingut ideològic. D'altra banda, el diari de format estàndard, fins i tot amb nou columnes, profusió de títols i una certa inclinació a la utilització de les il·lustracions.

¿Podem dir que a finals del segle passat hi trobem definits, o