

Portal de la comunicació (www.portalcomunicacio.com)
Ressenya

Maria COROMINAS i Miquel DE MORAGAS (Ed.)
Informe de la comunicació a Catalunya 2000
Incom UAB - Barcelona, 1999
396 pàgines

per Daniel E. Jones

L'objectiu de l'*Informe de la comunicació a Catalunya 2000* -promogut per l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona- ha estat realitzar un estudi exhaustiu i omnicomprensiu sobre la comunicació, la cultura i les noves tecnologies a Catalunya al final dels anys noranta, per intentar esbrinar cap on va aquest hipersector a començaments del segle XXI. La seva originalitat ve donada pel fet de tenir en compte les dimensions econòmica, política, social i tecnològica. Es tracta, doncs, d'una visió més àmplia de l'habitual en els estudis realitzats fins ara. Al llarg del segle XX, els estudis de tipus socioeconòmic sobre la comunicació i la cultura de masses s'han anat consolidant a Catalunya, com al conjunt d'Espanya.

A partir d'uns orígens modestos -en els quals les posicions ideològiques i doctrinals primaven sobre les científiques i metodològiques- s'ha anat assolint un major rigor acadèmic i s'han aclarit camps i conceptes, en consonància amb l'evolució experimentada en el conjunt de les ciències socials. Fins fa poc, però, no hi ha hagut una evolució progressiva i acumulativa de les teories i dels mètodes d'anàlisi, sinó més aviat canvis subjectes a modes que sovint han significat la substitució d'unes formes i mètodes per uns altres, fet que en ciències socials no sembla pas que sigui el millor camí.

D'altra banda, en tractar-se d'un tipus d'anàlisi que afecta molt directament als interessos vitals de les mateixes empreses comunicatives -com són els econòmics, ideològics i estratègics-, els diferents investigadors han continuat camins divergents i en gran mesura s'han ignorat els uns als altres. Això es pot dir dels dos grans corrents d'anàlisi d'aquest fenomen -el microeconòmic i el macroeconòmic-, que, en línies generals, han coincidit, respectivament, amb una certa posició conservadora o crítica. Els qui s'han ocupat de l'economia de l'empresa comunicativa han buscat sobretot contribuir a una major eficiència en la gestió (i, per tant, han adoptat un punt de vista més conformista i acrític). Per contra, els qui s'han orientat per l'economia política de la comunicació han adoptat una perspectiva més crítica i han denunciat els abusos de poder -tant econòmic com polític, cultural i ideològic- dels propietaris i gestors de les indústries comunicatives i culturals. Els estudis realitzats - importants en alguns casos- generalment s'havien fet de forma aïllada i, en ocasions, no havien sabut aprofitar el bagatge acumulat i la labor realitzada amb anterioritat pels altres investigadors. Aquest mal costum, afortunadament, ha començat a canviar

els darrers anys. El nivell d'institucionalització de la recerca en el camp de la cultura i la comunicació presenta, però, algunes mancances importants.

Els darrers anys, principalment, les facultats de Ciències de la Informació / Comunicació i alguns centres de recerca -com els pràcticament desapareguts FUNDESCO, a Madrid, i CEDIC, a Barcelona- han aglutinat al seu voltant experts que han treballat moltes vegades en equip o bé amb l'ajuda de col·legues de la seva pròpia disciplina. Resta encara per què pugui alcançar-se el nivell aconseguit en d'altres països desenvolupats, però algunes mostres són suficients per creure que a la fi anem pel camí adequat. Aquest és el cas d'una quinzena de textos publicats els darrers anys: a) amb relació a la situació espanyola, es poden esmentar l'obra coordinada per Enrique Bustamante i Ramón Zallo (1988), els estudis dirigits per Bernardo Díaz Nosty (1989-2000), els informes elaborats des de la Universitat de Navarra (1990 i 1995), l'estudi del Centre d'Estudis de Planificació (1992), l'anàlisi sobre Espanya i el País Basc de Zallo (1995) i el de Ramón Reig (1998); b) amb relació a Catalunya, s'hauria de parlar de les recerques dirigides per Josep Gifreu (1986 i 1991) i els informes breus de Joan M. Corbella (1991 i 1995); i i c) finalment, sobre la ciutat de Barcelona convindria fer referència al recent informe d'Ezequiel Baró i Xavier Cubeles (2000). Alguns d'aquests estudis han estat especialment tinguts en compte a l'hora de dissenyar i preparar la recerca aquí comentada, ja que són els que més s'assemblen al model d'anàlisi proposat. Efectivament, es tracta d'un tipus d'obres -unes individuals i altres col·lectives- en les quals s'estudien de manera preferent les característiques bàsiques del sistema comunicatiu i cultural -espanyol o català- en els darrers anys, insistint en els aspectes empresarials, polítics, socials o tecnològics, segons els casos. Respecte al període analitzat, algunes s'ocupen dels anys vuitanta i altres dels noranta i, en línies generals, unes poques podrien considerar-se que tenen un caràcter més sincrònic que diacrònic, perquè van ser concebudes com a anuals -el cas més significatiu és el dels informes dirigits per Díaz-Nosty-, i quasi totes les recerques han preferit una aproximació macroeconòmica, encara que també política i sociològica.

D'aquest conjunt de categories analitzades poden inferir-se una sèrie d'avantatges i inconvenients a l'hora d'abordar un nou projecte de recerca com el comentat aquí, que analitza l'evolució del sistema comunicatiu i cultural català a finals dels anys noranta tenint en compte els principals actors econòmics, socials i polítics, i que pretén tenir una continuïtat bianual. És cert que les obres periòdiques de caràcter diacrònic permeten realitzar anàlisis dialèctiques que ajuden a comprendre millor els canvis produïts en un període determinat, i sempre més ampli, però les obres periòdiques de caràcter sincrònic ajuden a seguir l'evolució actualitzada d'aquests fenòmens. Com a conseqüència, la recerca aquí comentada està caracteritzada pels elements fonamentals següents:

a) analitza especialment la realitat catalana, perquè es tracta d'un espai comunicatiu i cultural articulat i força autònom, encara que estigui íntimament relacionat amb altres elements claus provinents de l'exterior -espanyol i internacional- i que existeixen una sèrie de particularitats locals molt importants, ambdós extrems tinguts en compte aquí;

b) la forma d'anàlisi escollida és la sincrònica, per a poder estudiar amb major profunditat la situació actual però sense perdre de vista els canvis produïts en els anys noranta en una societat força dinàmica;

c) es fa un estudi de les branques industrials fonamentals en què es pot dividir el sistema comunicatiu i cultural català, però a més a més de ser analitzades per separat, es posen en relació entre sí i amb el context social, polític i econòmic nacional i internacional,

i d) l'anàlisi socioeconòmica privilegia els aspectes macro, però sense menystenir els aspectes més micro relacionats amb qüestions més concretes i particularitats d'empreses i grups específics, i intentant conèixer amb exactitud quins són els actors principals del sistema (segons els mètodes de medició més fiables dels quals s'ha pogut disposar en aquests moments) i com interactuen entre sí.

Quant a la metodologia que s'ha desenvolupat, bàsicament es van fer entrevistes a experts i es van utilitzar les fonts impreses més fiables públiques i privades que existeixen, amb les quals s'han fet una important quantitat de gràfics i taules estadístiques sobre l'evolució de les diferents indústries comunicatives i culturals a Catalunya els darrers anys noranta, posades en relació amb algunes dades mitjanes espanyoles i d'altres països europeus de població semblant a la catalana.

La recerca s'ha dividit en tres parts fonamentals. En la primera, de caràcter més descriptiu i analític, es fa un repàs a l'hipersector comunicatiu i cultural català dins del context espanyol i internacional en els darrers anys noranta. Per tant, s'analitza la premsa, la ràdio, la televisió, la publicitat, el cinema, els grups comunicatius, les indústries d'edició discontinua (editorial, fonogràfica i videogràfica), el multimèdia i Internet, les telecomunicacions, la comunicació local, les polítiques de comunicació, la llengua i els diaris digitals. En la segona part, en la qual s'aprofondeix en una perspectiva més teòrica i prospectiva sobre les grans tendències de futur, s'analitzen la comunicació corporativa, el dret a la informació i l'ètica periodística, la Unió Europea i la societat de la informació, el futur de l'audiovisual electrònic, l'impacte cultural de les noves tecnologies, l'espai cultural català en l'era digital, les polítiques de comunicació a Catalunya, el control democràtic de la televisió i la comunicació política davant les noves tecnologies. Finalment, el tercer apartat, de caràcter documental, inclou informació bibliogràfica i adreces d'interès.

En resum, es tracta del millor i més ampli informe realitzat fins ara a Catalunya -obra d'un total de 44 experts del país-, que actualitza i també supera els estudis anteriors. Sens dubte, es convertirà en un referent bàsic per a conèixer la situació actual i les perspectives de futur de l'hipersector comunicatiu i cultural català i també, per què no, en model per a estudis similars en altres comunitats autònomes o regions europees i fins i tot per al conjunt de l'Estat.