

La comunicación en Cataluña impresiones de un investigador brasileño

POR JOSÉ MARQUES DE MELO

A partir de una larga experiencia investigadora personal, se abordan las transformaciones de la cultura y la comunicación en Cataluña, sus realizaciones, sus problemas y desafíos.

Mi interés por la Península Ibérica viene desde principios de los años 70, cuando empecé los estudios de posgrado. Mi tesis doctoral, después publicada como libro, está en gran parte dedicada a la comprensión de los mecanismos socioculturales que determinaron la doble estrategia de los colonizadores portugueses en Brasil. Si, por una parte, impulsaron el desarrollo de la prensa en sus colonias de Oriente -Japón, China, India-, por otra fueron los responsables del retraso con que la prensa funciona en Brasil (1).

Seguí investigando el entorno cultural ibérico cuando presenté en la Universidad de Sao Paulo mi tesis de madurez académica, que intenta comprender la influencia de los géneros periodísticos cultivados en Portugal y en España en este siglo, dentro del proceso de mestizaje que caracteriza nuestras culturas. Tuve la oportunidad de constatar que los géneros periodísticos brasileños alcanzaron completa autonomía con relación a las prácticas discursivas del periodismo portugués; en cambio, el periodismo hispanoamericano sigue más de cerca las tradiciones del código lingüístico vigente en España. Esto, no obstante a las corrientes periodísticas que circulan unidireccionalmente desde Estados Unidos (2).

Más recientemente, he tenido oportunidad de dedicarme al estudio de la coyuntura histórica vivida por España después de la muerte de Franco. Permanecí un año en Madrid, becado por el Consejo Superior de Investigaciones Científicas brasileño estudiando el papel que desempeñaron los medios de comunicación en la transición política y en la consolidación democrática. Esta preocupación académica se explica por la similitud existente entre las experiencias brasileña y española superando el autoritarismo y buscando construir sistemas políticos abiertos y pluralistas, en el marco de la economía de mercado. El resultado de mis observaciones fue divulgado a través de dos libros destinados al público brasileño -Espanha: Sociedade e Comunicação de Massa (1989) y Comunicação Comparada: Brasil/Espanha (1990)-, además de algunos artículos o comunicaciones científicas dirigidas a la comunidad internacional de investigadores de la comunicación.



Pero el estudio global de la realidad española quedó, en cierto sentido, incompleto, pues no pude profundizar en el análisis de las implicaciones comunicológicas del singular federalismo posfranquista y de las tensiones producidas por la coexistencia entre una estructura informativa centralizada por el Estado y las emergentes redes comunicacionales de las autonomías históricas. Cuando regresé al Brasil a finales de 1988, nuestro Parlamento había aprobado una nueva Constitución con unos avances en política nacional de comunicación, como era la exigencia de regionalización de la radio y la televisión. Eso reflejaba, indudablemente, la fuerza reivindicativa de las culturas peculiares a nuestra formación socio-cultural, aunque todas ellas estén unificadas por el uso de la lengua portuguesa. Allí me planteaban qué lecciones de la transición política española podrían ayudar a la revitalización de las culturas regionales, a partir del entorno comunicacional masivo. Pero yo no tenía, evidentemente, una respuesta, pues mis observaciones no habían avanzado hasta el nivel de las autonomías. Mi comprensión quedaba incompleta por falta de vivencia cotidiana en una sociedad concreta. Además, era insuficiente la bibliografía universitaria disponible. Por ello, la oportunidad que he tenido de vivir en Cataluña durante cuatro meses, a cargo de la Cátedra Unesco de Comunicación en la Universidad Autónoma de Barcelona, en el curso 1991-1992, supuso la superación de aquella laguna. Profundicé mis lecturas sobre la experiencia catalana de construcción de un espacio propio de comunicación masiva y, al mismo tiempo, he tenido la posibilidad de observar personalmente esta experiencia.

RECUPERACIÓN DE LA IDENTIDAD

La impresión general que me ha quedado ha sido la de avances significativos en la recuperación de la identidad cultural catalana, hecho sin duda protagonizado también por el sistema de comunicación social. El indicio más evidente es el fortalecimiento de la lengua catalana, que ocupa espacios cada vez más grandes en la vida de la sociedad. Los catalanes tienen a su disposición más y mejores productos culturales en su propia lengua, lo que permite ampliar la difusión de los valores peculiares de su nacionalidad, sobre todo para las nuevas generaciones. No puede olvidarse la prohibición a que estuvo sometido el catalán, durante el franquismo, cuando no se permitía que fuera usado en las escuelas y en los medios de comunicación.

La decisión gubernamental de reconocer el catalán como la lengua oficial de la comunidad autónoma y las consecuentes medidas adoptadas para su empleo privilegiado en la Administración pública y en las instituciones educativas, representa una aportación decisiva para restablecer su normalización. Naturalmente, la cuestión de su vigencia como lengua hegemónica en una sociedad caracterizada por el bilingüismo y, además, receptora de contingentes hispanohablantes en las últimas décadas, presupone una incógnita que dependerá básicamente del comportamiento cultural de las futuras generaciones. La juventud que hoy tiene su formación predominantemente en catalán, que también puede emplearlo para consumir los mensajes informativos y culturales que posibilitan su interrelación con el medio ambiente, vive en un mundo cada vez más transnacionalizado, con la particularidad de integrarse en una comunidad más amplia: la Europa comunitaria. Por eso, algunos estudiosos de la identidad catalana temen el riesgo de la latinización de su idioma, por ser una lengua revivida por el Estado pero, tal vez, con poca vigencia en la dinámica de la sociedad civil. No es el caso en el presente, pues cualquier visitante percibe claramente la naturalidad y efectividad con que los catalanes se comunican entre sí en su propia lengua y el orgullo que tienen de su nacionalidad.

El futuro del catalán como lengua de comunicación y cultura está asentado en las directrices que el Estado español, por una parte, y la Comunidad Europea, por otra, adopten respecto de la preservación de las culturas nacionales que siguen vivas en sus territorios y cómo las integrarán en los entornos estatal y continental. A este respecto, Umberto Eco es bastante optimista, pues prevé una Europa políglota y hecha de confederaciones étnicas (3).

La experiencia catalana apunta en esta dirección. La construcción de un espacio de comunicación pública en lengua nacional ofrece a los ciudadanos la oportunidad de hacer un ejercicio cotidiano de pertenencia a su identidad. Aunque tengan la posibilidad de seguir empleando la segunda lengua -en este caso, el castellano- para sus relaciones externas, resulta decisivo que los actos fundamentales de la vida comunitaria sean realizados en el idioma nativo.

Si en el comienzo de la transición democrática el catalán estaba ausente de los medios masivos, esto ha evolucionado positivamente. Ya en la primera mitad de los años 80, un 17 por ciento de los libros editados en Barcelona y un 10 por ciento de la prensa diaria eran en catalán, así como un tercio de las emisiones televisivas. En el caso de la prensa, los cambios no parecen ser muy expresivos. La mayoría de la prensa diaria sigue predominantemente en castellano: solamente dos diarios barceloneses se editan en catalán, pero con tiradas muy reducidas. Pero en el caso de la prensa comarcal, la situación es distinta: un 90 por ciento de los títulos emplea el catalán. Hay indicios esperanzadores de catalanización de la prensa en las ciudades intermedias; ese es el caso de Gerona, cuyos dos diarios usan exclusivamente el catalán. También la radiotelevisión catalana se amplió bastante en tiempos recientes. Después de la ola de las televisiones locales, en los 80, el funcionamiento del canal autonómico TV-3 y, más tarde, el de su homólogo cultural -Canal 33- han permitido a los catalanes tener alternativas concretas para divertirse e informarse. La estrategia de las televisiones autonómicas para competir con las redes estatales -predominantemente en castellano, pero con algunos espacios dedicados a la difusión en catalán- fue la de buscar una mayor calidad técnica y estética. Esto se ha concretado a través de producciones propias que reproducen el código televisivo hegemónico en el mercado internacional, sin olvidar los referentes culturales a que corresponden las expectativas de la audiencia. La televisión mezcla productos importados de distintas procedencias -de las series norteamericanas y las telenovelas latinoamericanas, a los documentales y películas europeas-, doblados al catalán, adicionando los productos genuinos, que tuvieron el cuidado de no alejarse mucho de los modelos vigentes en la televisión española, pues los antiguos canales estatales y los nuevos canales privados siguen intentando cautivar a los telespectadores. Si todavía no hay un patrón propio de codificación televisiva, es evidente que la calidad de los programas de la televisión autonómica catalana supera la de las españolas. Eso explica, seguramente, el mayor éxito publicitario de los canales catalanes, que no obstante su vinculación a una estructura estatal buscan mayor competitividad, acercándose a la dinámica de la economía de mercado.

Aquí radica uno de los desafíos del espacio catalán de comunicación masiva: su dependencia del Estado. Es indudable que si no fuera por la acción decidida de la Generalitat, Cataluña no habría experimentado una ampliación significativa de sus propios medios de comunicación. Pero una incógnita que persiste en este panorama es el poco entusiasmo del empresariado catalán para invertir en productos culturales nativos; son pocos los que se arriesgan a estimular el crecimiento del mercado catalán y por eso buscan el subsidio estatal. ¿Hasta cuándo el aparato estatal soportará ese respaldo a la industria de bienes simbólicos?

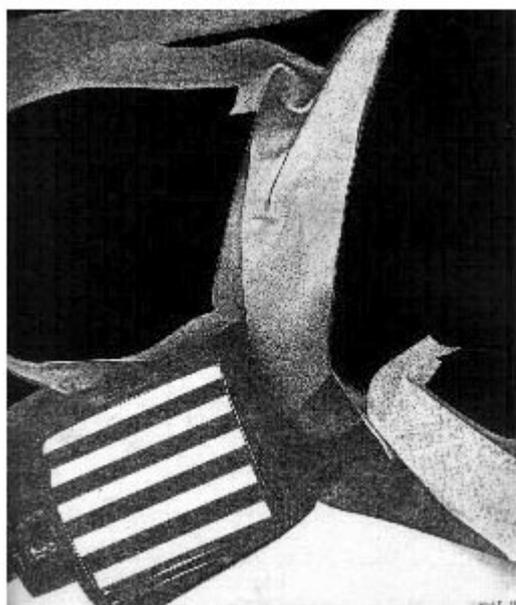
EL PAPEL DE LA INVESTIGACIÓN



Este problema preocupa a los investigadores catalanes de la comunicación, pero no existe un verdadero consenso. Algunos defienden la tesis de ampliación de los espacios públicos, en el viejo estilo europeo. Otros presentan puntos de vista más equilibrados, proponiendo sistemas mixtos, caracterizados por un descenso de la presencia estatal como garantía del pluralismo informativo. También están los que abogan por el liberalismo total, dejando los medios en manos de empresas privadas, al estilo norteamericano.

El debate entre los investigadores representa un factor importante en la vida cultural catalana. Todo el proceso de reconstrucción del sistema nacional de comunicación masiva ha tenido una participación crítica y creativa de la comunidad académica. Las investigaciones respaldadas, por ejemplo, por la Universidad, buscaron al principio describir la realidad catalana de los medios masivos, explicando sus desafíos y sus contradicciones; después, estuvieron orientadas a definir políticas comunicativas y culturales, con el evidente propósito de influir en las decisiones gubernamentales sobre la materia.

Revisando el marco teórico de esas investigaciones, parece evidente el aprendizaje que significó para los catalanes el contacto con la escuela latinoamericana de investigadores y sus aportaciones sobre las políticas nacionales de comunicación (PNC). Tal vez se podría decir que la sociedad catalana aprovechó mejor el planteamiento de las PNC que los propios países de América Latina. De cualquier modo, aquella utopía sigue vigente allí en la dinámica de la participación ciudadana en la sedimentación de nuestras democracias.



THOVAR

Aunque la investigación científica de la comunicación tenga raíces en el período franquista, su consolidación académica se dio durante la transición democrática. La creación de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Autónoma de Barcelona, en 1971, anticipó un espacio que después de la muerte de Franco favorecería la consolidación de la emergente escuela catalana. No se trata, como bien dice Gifreu, de una corriente que se propone hacer innovaciones teóricas o metodológicas; su principal característica es el espíritu o la actitud de un grupo de investigadores comprometidos con la restauración de los valores lingüísticos y culturales de Cataluña (4).

Esta es una lección que puede ser muy útil para los investigadores de las distintas regiones

brasileñas o países latinoamericanos, no siempre atentos a los problemas de sus comunidades y sí fascinados por el entorno nacional o internacional de sus fenómenos comunicativos. El entusiasmo de los catalanes por la contribución al rescate de su identidad cultural ha sido un factor determinante para potenciar los recursos disponibles para la investigación, creando una serie de conocimientos indispensables para las decisiones del poder público.

Es verdad que esta acción intelectual ha sido correspondida por el Estado, proporcionando condiciones para el desarrollo de la investigación científica. La función principal del Centre d'Investigació de la Comunicació, creado por la Generalitat de Cataluña en 1987, ha supuesto un estímulo a la producción de materiales de investigación, encargados a profesores reconocidos de la Universidad, para establecer una especie de atlas comunicativo que mantiene actualizado el conocimiento sobre las industrias culturales catalanas. Además de eso, este centro realiza una labor documental de alto nivel, preparando el camino para que las nuevas generaciones de investigadores puedan seguir avanzando en la producción científica. Otra institución expresiva en nuestro ámbito científico es la Societat Catalana de Comunicació, que funciona como sección del Institut d'Estudis Catalans, que tiene el status de academia de ciencias. Allí están reunidos no solamente los investigadores universitarios, sino también aquellos que en su labor profesional realizan trabajos sistemáticos de análisis comunicativo. Los encuentros anuales de sus miembros representan una oportunidad para compartir los resultados de las reflexiones hechas o de las observaciones registradas cuando se dedican a investigaciones de campo.

Pero el espacio de mayor proyección en la vida catalana de la comunicación es la Facultad de Ciencias de la Información. Allí se están educando a los futuros agentes culturales, en cuyas manos estarán depositados los desafíos enfrentados por la generación que se dedicó a la construcción de un sistema catalán de comunicación. Se trata de un centro universitario que está en sintonía con las tendencias internacionales de la especialidad, sin perder la perspectiva de su misión nacional. Asimismo, la generalización del uso del catalán en las clases indica una opción cultural muy clara.

Se nota una preocupación creciente por superar los desvíos del teorismo que caracterizó los primeros años de la institución, buscándose un mayor equilibrio entre teoría y práctica, entre conocimientos básicos y aplicados. El gran reto de esta Facultad es compatibilizar cantidad y calidad; prisionera de las normas masificadoras de la Universidad española, encuentra bastante dificultad para preparar comunicadores más competentes por el número excesivo de estudiantes en sus grupos de estudio.

EVOLUCIÓN POSITIVA

En términos globales, la experiencia catalana de comunicación es bastante positiva.

Se ha conseguido en poco tiempo rescatar la identidad cultural que adormecía en la resistencia de capas populares de la población, a las cuales se ha sumado el contingente migratorio proveniente de otras regiones o nacionalidades que conforman el Estado español. Un aspecto que llama la atención es la defensa a ultranza del nacionalismo catalán hecha por los hijos de los inmigrantes, plenamente asimilados por la cultura local. Pero también siguen las dificultades para la normalización de la vida cultural catalana, como consecuencia de las tensiones que existen con la cultura española y la coexistencia con las culturas europeas que se integran en el marco comunitario.

Por eso mismo, emerge una tendencia en la producción comunicativa de los medios masivos y

en la propia investigación científica para evitar el aislamiento de Cataluña y lograr establecer mecanismos de mayor cooperación internacional. El hecho de que Cataluña haya recibido en 1988 a la comunidad de los investigadores de la comunicación de todo el mundo, en el I6º congreso de AIERI-IAMCR, significó una disposición para el diálogo internacional como condición misma de su supervivencia en cuanto cultura minoritaria, dentro de un panorama caracterizado por una veloz transnacionalización.

Esta misma cuestión vuelve a preocupar a los catalanes en 1990, cuando el Centre d'Investigació de la Comunicació invitó a destacados investigadores europeos y norteamericanos para analizar la identidad cultural y las relaciones interculturales. En las conclusiones del simposio internacional se puso énfasis en el hecho de que las preguntas eran más importantes que las respuestas obtenidas, pues el movimiento bidireccional particularismo-universalismo aportaba cambios importantes en el ámbito sociopolítico y cultural (5).

La tentativa de buscar nuevas respuestas impulsa a los catalanes a intensificar ese debate internacional. En esta línea de acción, Cataluña recibirá en 1993 a un grupo de investigadores de América Latina, España y Portugal para pensar conjuntamente los problemas de la revolución tecnológica que convierte a los medios masivos en aparatos hegemónicos de socialización de valores culturales en las sociedades modernas. La cuestión que centrará la reflexión de los investigadores ibéricos y latinoamericanos será evidentemente la preservación de la identidad cultural en el mundo de hoy, profundamente afectado por una cultura de matriz transnacional. Sin duda, los ibéricos en general y los catalanes en particular tendrán mucho que decirse sobre sus experiencias de mestizaje, un trazo cultural que empieza a ser reconocido sin los prejuicios del pasado.

Abadal, Ernest i Recoder, Maria Josep: La informació electrònica a Catalunya, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.

Armet, Lluís; Molas, Isidre y otros: Federalismo y Estado de las autonomías. Barcelona, Planeta, 1987.

Batllebó, Anna; Costa, Pere Oriol i Schaaff, Sergi: «Bases per a una política comunicativa a Catalunya», en Primeres Jornades Catalanes sobre Comunicació Audio-Visual, Barcelona, Diputació de Barcelona, 1981, pp. 11-49.

Capmany, Maria Aurèlia: ¿Qué diablos es Cataluña?, Madrid, Ediciones Temas de Hoy, 1990.

Casasus, Josep M.: «Dades inèdites del debat teòric sobre periodisme a la Catalunya del tombant de segle», en Anàlisi, núm. 12, Bellaterra, FCCI, 1989, pp.119-126.

Colomer, Josep M.: Contra los nacionalismos. Barcelona, Anagrama, 1984.

Corbella, Joan M.: La comunicació social a Catalunya, 1981-1991, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.

Deu, Javier: El catalán y los siete pecados capitales. Barcelona, Ediciones B, 1991.

Gifreu, Josep: Mass Communications Research in Catalunya, Bellaterra, FCCI, 1988.

Gifreu, Josep: Comunicació i reconstrucció nacional, Barcelona, Pòrtic, 1989.

Gifreu, Josep (director): Construir l'espai català de comunicació, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.

Gifreu, Josep: «L'espai català de comunicació», en Estructura general de la comunicació pública, Barcelona, Pòrtic, pp. 221-234.

Guillamet, Jaume: La premsa a Catalunya, Barcelona, Diputació de Barcelona, 1988.

Jones, Daniel E.: «El centro catalán de investigación de la comunicación», en Boletín ALAIC, núm. 4, Sao Paulo, ALAIC, 1991, pp. 54-57.

Jones, Daniel E. (coordinador): Spanish Directory on Mass Communication Research, 1991 Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.

- Jones, Daniel E.; Corbella, Joan M. (editores): La indústria àudio-visual de ficció a Catalunya, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1989.
- Maragall, Jordi; Pujol, Jordi y otros: Relaciones de las culturas castellana y catalana. Barcelona, Generalitat de Catalunya, 1983.
- Mateo, Rosario de: Els ajuts de l'Estat a la premsa a l'Europa occidental, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1990.
- Moragas Spà, Miquel de: Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya. Barcelona, Edicions 62, 1988.
- Moragas Spà, Miquel de; JONES, Daniel E.: «Communication audiovisuelle en Méditerranée: difficultés d'un espace autonome», en IMCOM, núm. 3, París 1991, pp. 40-47.
- Morin, Edgar: Pensar Europa. Barcelona, Gedisa, 1988
- Parés i Maicas, Manuel: Communication and Cultural Identity in Catalonia, Bellaterra, FCCI, 1991.
- Parés i Maicas, Manuel: Approach to Catalonia. Bellaterra, UAB, 1985.
- Pinilla de las Heras, Esteban: Estudio sobre cambio social y estructuras sociales en Cataluña. Madrid, CIS, 1989.
- Prado, Emilio; Moragas Spà, Miquel de: Televisiones locales, Barcelona, Col.legi de Periodistes de Catalunya, 1991.
- Prats, Llorenç y otros: La cultura popular a Catalunya, Barcelona, Fundació Cultural, 1982.
- Solé Tura, Jordi: Nacionalidades y nacionalismos en España. Madrid, Alianza Editorial, 1985.
- Varios autores: Comunicació, Identitat Cultural i Relacions Interculturals Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.
- Varios autores: Comunicació social i identitat cultural, Barcelona, 16è Congrés de la AIERI, 1988.
- Vidal-Folch, Xavier: «Cataluña: el nacionalismo polivalente». Claves, núm. 18, Madrid 1991, pp. 16-30.
- (1) José Marques de Melo: Sociologia da imprensa brasileira, Petrópolis, Vozes, 1973.
- (2) José Marques de Melo: A opiniao no jornalismo brasileiro, Petrópolis, Vozes, 1985.
- (3) Entrevista a Umberto Eco en El País, 19 de diciembre de 1991.
- (4) Josep Gifreu: Mass Communications Research in Catalunya, Bellaterra, FCCI, 1988, pág. 41.
- (5) Varios autores: Comunicació, Identitat Cultural i Relacions Interculturals, Barcelona, Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991