

# Una cuestión de Estado

POR JOSEP GIFREU

## EL MARCO INSTITUCIONAL

### ESTRUCTURA DE LA CIRCULACIÓN DE LOS MEDIOS

Un balance de las estructuras y dinámicas de los medios en la sociedad catalana demuestra que no puede dejarse este ámbito a la inercia del mercado. Se trata de una cuestión de Estado que exige una acción política.

## EL MARCO INSTITUCIONAL

Las instituciones relacionadas con la comunicación social y con sede en el territorio del Principado de Cataluña son de titularidad pública o privada. Los medios públicos dependen o bien de la Generalitat de Catalunya o bien de los Ayuntamientos.

Las competencias de las instituciones y las actividades de las empresas de comunicación, públicas o privadas, están reguladas por tres bloques de normas, a saber:

a) Un bloque de leyes fundamentales, el llamado bloque constitucional, integrado básicamente por los artículos 20 y 149 de la Constitución Española de 1978 (CE) y por el artículo 16 del Estatuto de Autonomía de Cataluña de 1979 (EAC).

b) Las leyes específicas sobre el sector. De la Administración central del Estado (Estatuto de Radio y Televisión, ley del Tercer Canal, ley de la Televisión Privada, ley de Ordenación de las Telecomunicaciones, ley de la Publicidad, etc.); o de la Generalitat de Cataluña (ley de creación de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, ley de Normalització Lingüística, etc.).

c) Normativa derivada del desarrollo de esas leyes (decretos, órdenes, reglamentos, etc.).

Las competencias autonómicas en materia de comunicación social para Cataluña vienen determinadas fundamentalmente por el artículo 16 del EAC, que dice:

1. En el marco de las normas básicas del Estado, corresponde a la Generalitat el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de Radiodifusión y Televisión en los términos y casos establecidos en la Ley que regule el Estatuto Jurídico de la Radio y la Televisión.

2. Igualmente le corresponde, en el marco de las normas básicas del Estado, el desarrollo legislativo y la ejecución del régimen de prensa y, en general, de todos los medios de comunicación social.

3. En los términos establecidos en los apartados anteriores de este artículo, la Generalitat podrá regular, crear y mantener su propia televisión, radio y prensa y, en general, todos los medios de comunicación social para el cumplimiento de sus fines.



Con algunas diferencias, las otras comunidades autónomas del Estado español -mención especial merecen aquí la Comunidad Valenciana y Baleares, por compartir la lengua catalana- asumieron competencias similares en sus respectivos estatutos. En este marco, y a tenor de los programas y sensibilidades del partido que ha gobernado en cada comunidad (Convergencia i Unió en Cataluña, PSPV-PSOE en Valencia y Partido Popular en Baleares), se han desarrollado las limitadas políticas sobre los medios en cada subárea.

## ESTRUCTURA DE LA CIRCULACIÓN DE LOS MEDIOS

### Prensa

A principios de esta década, la situación de la prensa en Cataluña ofrecía un panorama inestable. Tendencias a menudo contrarias incidían sobre la dinámica de todo el sector. Destacaban del conjunto algunos factores como los siguientes: la profunda transformación tecnológica en los sistemas de producción, iniciada y consolidada a lo largo de la década anterior; la creciente constitución de empresas multimedias o reconversión de las tradicionales; la entrada de capitales extranjeros en tales empresas; la contradicción entre la existencia de una prensa absolutamente mayoritaria en lengua castellana y las progresivas demandas de prensa en catalán; la pujanza de la prensa local y comarcal, la mayoría en catalán, etc. En prensa diaria, los periódicos con sede en Cataluña en 1991, que tenían o pretendían tener una difusión para el conjunto del territorio catalán, eran cinco de información general y dos de información deportiva. También se editaba para Cataluña y Baleares una edición del diario de Madrid El País. El cuadro 1 ofrece el total de los diarios que se editaban en 1991 en Cataluña, junto con datos relativos a su año de fundación, la lengua utilizada y la difusión controlada. La difusión total a principios de los 90 no llegaba a los 600.000 ejemplares/día. El índice de difusión por mil habitantes se situaba ligeramente por encima de la media española (89/1.000, Unesco 1986). Del total de la difusión, los diarios editados en Barcelona conseguían un 85 por ciento, y más de la mitad correspondía a los dos primeros diarios en difusión, La Vanguardia y El Periódico. En general, la prensa de origen catalán abastecía casi totalmente la demanda generada en este territorio.

CUADRO 1  
 LA PRENSA DIARIA EN CATALUÑA

Periódicos	Año fundación	Lengua	Difusión OJD 1989
Información general			
AVUI	1976	C	38.098
DIARIDE BARCELONA	1987	C	12.715
	(1792)		
EL OBSERVADOR	1990	E	
EL PAÍS	1982	E	52.137*
	(1986)		
EL PERIÓDICO DE CATALUÑA	1978	E	171.439
LA VANGUARDIA	1881	E	210.624**
* Información deportiva			
EL MUNDO DEPORTIVO	1906	E	38.073
SPORT	1979	E	66.923
* Local/comarcal			
DIARIDE GIRONA	1942	C	7.489
DIARIDE LLEIDA	1966	C	
DIARIDE TARRAGONA	1939	E/C	10.916
DIARIO DE SABADELL	1942	E	7.635
DIARIDE TERRASSA	1939	E	5.517**
EL PUNT (Girona)	1979	C	15.832
LA MAÑANA (Lleida)	1938	E	7.409**
NOU DIARI (Reus)	1990	C	
REGIÓ-7 (Manresa)	1978	C	8.331
SEGRE (Lleida)	1982	E	8.750

(\*) Edición para Cataluña y Baleares.

(\*\*) OJD 1989.

Fuente: EGM y OJD. (C: catalán; E: español o castellano).

Como se observa en el cuadro, la mayor parte de prensa era escrita en español (en torno a un 85 por ciento contra un 15 por ciento). Tan sólo en algunas comarcas, la prensa local en catalán conseguía una presencia relativamente importante.

Tres eran los principales grupos de prensa diaria en Cataluña, a saber: el Grupo Godó (La Vanguardia, El Mundo Deportivo, accionista principal de Antena 3 de Radio y de Antena 3 de TV, agencia Colpisa, Talleres TISA, etc.); el Grupo Zeta (El Periódico, La Voz de Asturias, gran número de revistas y semanarios como Interviú o Tiempo, distribuidora Coedis, agencia OTR, Ediciones B, etc.); y el grupo madrileño PRISA (El País, Cadena SER de Radio, accionista de Canal Plus TV, etc.).

La estructura de la prensa no diaria en Cataluña era y es absolutamente distinta de la reseñada para los diarios. Si dejamos de lado la prensa local y comarcal, y nos centramos aquí en los semanarios y revistas de gran difusión, comprobamos que el mercado catalán es totalmente subsidiario del mercado español, tanto en la oferta de títulos y en la difusión, como en el consumo.

En el caso de los semanarios, cabe destacar un fenómeno, de origen típicamente británico, y es la expansión de los dominicales de los grandes diarios. Así, los suplementos dominicales de La Vanguardia o de El Periódico alcanzaban unas medias de 359.258 y de 347.542 ejemplares

en 1990, respectivamente.

En cuanto a los semanarios no vinculados a la prensa diaria, los títulos de mayor difusión, editados en Cataluña y distribuidos al conjunto del mercado español, eran en 1989-90 los siguientes: Pronto (925.109), Tele Indiscreta (612.633), Lecturas (335.841), y Clan TV (276.276).

## Medios audiovisuales

El sistema radiotelevisivo presente en Cataluña a principios de los 90, como en el conjunto del Estado español, se caracterizaba por la coexistencia de emisoras de titularidad pública y privada. La parte más significativa de las programaciones con mayor audiencia era de cobertura española. Algunas cubrían el ámbito exclusivamente catalán. Y muchas emisoras, algunas de las cuales todavía en fase experimental, eran de carácter local.

A principios de la década, el paisaje de la radiodifusión existente en Cataluña ofrecía una gran variedad y riqueza de experiencias. El conjunto de emisoras en OM y en FM que cubrían la totalidad o partes del territorio catalán superaba las doscientas, de las que unas 170 eran municipales. Las grandes emisoras pertenecían a unas pocas cadenas, la mayoría con cobertura de todo el territorio español.

Las emisoras públicas con una difusión para el territorio catalán eran los tres canales de Emisores de la Generalitat, filial de la Corporació Catalana de RTV (CCRTV), a saber, Cataluña Radio, Catalunya Música y Ràdio Associació de Catalunya. Con cobertura similar, Ràdio 4, cuarto programa de RNE, emitía desde 1976 sus programas en catalán, como las anteriores. RNE también emitía para Cataluña sus emisiones para el conjunto del Estado sobre todo a través de sus canales Radio 1 y Radio 5.

Las emisoras privadas con sede en Cataluña solían agruparse en cadenas: en algunos casos a través de la propiedad de la misma emisora; pero en la mayoría, a través de diversas modalidades de asociación o de conexión en cadena para parte de la programación y de los anuncios publicitarios. Las cadenas más importantes en recursos y en audiencias eran de hecho las grandes cadenas españolas (SER, líder de audiencia, Antena 3, COPE y Onda Cero); en ciertas franjas horarias estas cadenas permiten algunas desconexiones. Con cobertura catalana y en catalán, hay que mencionar la pequeña red de emisoras Cadena Nova (antigua Cadena 13), adquirida en 1990 por COPE.

En televisión, el panorama estructural no difiere mucho del descrito para la radio. Por ley del Parlament de Cataluña fue creada la Corporació Catalana de RTV (CCRTV) como ente público de la Generalitat, con dos sociedades públicas, la mencionada Emisores de la Generalitat y la Televisió de Catalunya (TVC). Esta sociedad emite por dos canales, TV3 (desde 1984) y Canal 33 (desde 1989). El presupuesto de explotación de la TVC para 1990 era de 22.913 millones de ptas., mientras que el total de la CCRTV ascendía a 26.321 millones. Las emisiones de TV3 eran sintonizadas desde casi todas las áreas del dominio lingüístico del catalán: Andorra, Cataluña Norte (Francia), Comunidad Valenciana y Baleares.

La corporación estatal TVE, que emitía para todo el territorio español los dos programas TVE1 y TVE2, difundía además para Cataluña un conjunto de programas en catalán, en régimen de desconexión, conocido como el circuito catalán de TVE.

Por otro lado, las tres cadenas españolas de televisión privada (Antena 3, Tele 5 y Canal Plus) empezaron a funcionar desde principios de 1990, con una cobertura inicial del área metropolitana de Barcelona.

De ámbito local, una serie de iniciativas surgidas en los años 80 se fue consolidando, a

menudo con el apoyo de los ayuntamientos. En 1990 podían detectarse un centenar de emisoras locales, de las que una tercera parte ofrecían alguna programación regular.



THOWAR

La televisión por cable sólo había prosperado en algunas poblaciones de poca demografía, mientras quedaba desestimado un ambicioso proyecto del Ayuntamiento de Barcelona, anunciado en 1986 pero jamás iniciado.

## **NORMALIZACIÓN LINGÜÍSTICA: IRREGULAR**

El uso de la lengua propia en los medios de comunicación de masas ha llegado a ser hoy un barómetro inapelable del nivel de normalización de una lengua y de una cultura nacionales en Europa. La reivindicación de esa normalización en los medios no representa ni más ni menos que una aspiración legítima en cualquier proceso democrático de afirmación de los derechos elementales de los pueblos. Es éste el caso de la lengua y de la cultura catalanas, duramente castigadas durante dos generaciones de franquismo, y que ahora se plantean cómo afrontar la nueva fase de integración en la historia europea.

La presencia del catalán en los medios de las diversas regiones del área lingüística catalana ofrecía una situación muy irregular a principios de esta década. En general, la oferta de medios en catalán no se correspondía, ni de lejos, con el uso y el conocimiento real del catalán (en Cataluña, según el padrón municipal de 1986, un 90 por ciento lo entendía y un 64 por ciento lo hablaba).

En la década anterior se registraron progresos indudables en la penetración del catalán, al menos en algunos subsectores de los medios. En este sentido, las emisoras de radio y de televisión de la Generalitat han jugado un papel crucial. También, los medios locales en Cataluña presentaban un alto grado de normalización del catalán.

Ahora bien, si consideramos los datos de circulación de los medios e industrias culturales en el conjunto de los territorios históricos del catalán, hay que concluir que en muchas zonas y en la mayoría de subsectores, la presencia del catalán no ha dejado de ser testimonial o simplemente marginal. El cuadro 2 nos ofrece esta perspectiva global para el subsector de la

prensa diaria, uno de los que presentaban una situación más crítica para la normalización del catalán.

CUADRO 2  
 LECTORES DE LOS PRINCIPALES DIARIOS EN LOS TERRITORIOS DEL ÁMBITO LINGÜÍSTICO  
 CATALAN DEL ESTADO ESPAÑOL (1988)

DIARIO	LUGAR EDIC.	LENGUA	BALEARES	CATALUÑA	C. VALENCIANA
AVUI	Cataluña	C		150.400	
EL PAÍS	"	E	15.366	225.600	102.200
EL PERIÓDICO	"	E	2.364	672.100	2.920
LA VANGUARDIA	"	E	4.728	601.600	5.840
EL MUNDO DEP.	"	E	7.863	225.600	2.920
SPORT	"	E	5.910	150.400	2.920
D MALLORCA	Baleares	E	73.875		
UL TIMA HORA	"	E	85.695		
INFORMACION	C. Valenciana	E			160.600
LEVANTE	"	E			102.200
LAS PROVINCIAS	"	E			183.960
ABC	Madrid	E	4.137	18.800	14.600
DIARIO 16	"	E	5.910	9.400	20.440
YA	"	E		4.700	
AS	"	E	1.773	23.500	14.600
MARCA	"	E	1.773	9.400	32.210
LA VERDAD	Múrcia	E		4.700	52.560

Fuente: EGM, febrero-noviembre de 1988.

En radio, sólo en Cataluña se conseguía una posición relativamente consolidada, no superando en ningún caso un 25-30 por ciento de la oferta total. En televisión, la importancia de los canales de la CCRTV (TV3 y C33), así como del Canal 9 de la RTV de Valencia, bilingüe, y del circuito catalán de TVE, estaba fuera de dudas. Sin embargo, con la progresiva penetración de los tres nuevos canales privados españoles, que utilizan en exclusiva el castellano, las expectativas vuelven a ser muy desfavorables para la normalización del catalán en la oferta televisiva. Finalmente, en los demás subsectores de las industrias culturales de masas, sobre todo en la prensa no diaria, en el cine, en la videografía y en la industria discográfica, la presencia del catalán era escasa, a pesar de algunas medidas de fomento desde el Gobierno de la Generalitat. Por su parte, la industria del libro en catalán, con una tradición más larga, había conseguido notables cotas de presencia en el mercado.

## BALANCE DE UNA DÉCADA

Durante la última década, el volumen de creación y de producción vinculado a la cultura de masas en Cataluña se ha incrementado notablemente. En determinados subsectores, el crecimiento ha sido indiscutible, sobre todo porque se partía de una situación anterior de ausencia total. Es el caso de la industria televisiva, que ha tenido en TV3 y en la producción de TVE para el circuito catalán los dos puntales básicos. Este potencial se amplió notablemente con la creación del Canal 9 de la Televisió Valenciana. Las necesidades de los tres centros de producción y emisión, especialmente TV3 con la creación del segundo canal C-33, indujeron a la aparición de una amplia gama de actividades y de agentes vinculados a la televisión (productores de vídeo, estudios de doblaje, equipos de guionistas, empresas auxiliares de diseño, de montaje o de decoración).

Una conclusión evidente se desprende de estas constataciones: el papel crucial de la iniciativa pública en la potenciación de una cultura de masas audiovisual en catalán. Ello se pone en evidencia por contraste con el papel del sector privado. En este punto, la conclusión parece

igualmente patente: casi ningún sector de los medios y de las industrias culturales en catalán, dejados exclusivamente en manos de la iniciativa privada, han experimentado progresos importantes en los últimos años. Ni en prensa, ni en cine, ni en discografía, por ejemplo, habían aparecido empresas comparables a las establecidas en el sector editorial en anteriores etapas, como son Edicions 62 o Enciclopedia Catalana.

La debilidad del mercado de los medios en catalán deriva de diversos factores que se suman para dificultar los avances en la normalización. Las dificultades para articular un mercado propio de medios y bienes culturales derivan especialmente de tres hechos: el predominio absoluto del mercado español, la presión cada vez más acuciante del mercado internacional y la no menos decisiva fragmentación del mercado virtual de medios y productos culturales en catalán (área cultural que Cataluña comparte históricamente con las demás regiones del dominio lingüístico). Si a estas dificultades se añade el hecho de que la lengua catalana, principal eje diferencial, resulta a menudo discutida o marginada de los circuitos del mercado, entonces se acaba de entender el por qué de la ausencia, fracaso o debilidad de las iniciativas privadas en este sector.

Así pues, tan sólo las corporaciones públicas de radio y televisión aportan un modelo eficaz de vertebración de unas estructuras, infraestructuras y equipamientos de creación, producción y circulación mediáticas en el espacio catalán.

Un balance realista como éste sobre la dinámica estructural de los medios en relación con su papel vertebrador de la sociedad catalana, nos lleva a situarnos en el umbral de una nueva frontera. Es decir, la dinámica de los medios en Cataluña, así como en las demás regiones del área lingüística, no puede dejarse simplemente al arbitrio o a la inercia del mercado. Como tantos otros sectores en crisis o en transformación, éste también desborda el marco de las ocupaciones de empresarios, de profesionales o de expertos, para pasar a convertirse en auténtica cuestión de Estado.

## HACIA UNA NUEVA FRONTERA

La verdadera dimensión del problema, pues, para la sociedad catalana -y, por extensión, para las demás comunidades que comparten la misma lengua- es marcadamente política. Y a demandas políticas, soluciones también políticas. En este sentido, la propuesta de construcción de un espacio catalán de comunicación puede ofrecer, desde una posición previa a las opciones políticas concretas, un marco de comprensión y de canalización de las respuestas políticas pertinentes.

Por consiguiente, y en la perspectiva de la acción política sobre los medios, me permito acabar señalando cinco grandes áreas como las más necesitadas de intervención específica, a fin de avanzar en la estrategia de articulación de un espacio catalán de comunicación:

1. En primer lugar, y limitándonos al Estado español, revisión del llamado bloque constitucional para garantizar las condiciones de creación de este espacio catalán de comunicación, como las siguientes: el reconocimiento territorializado de las lenguas nacionales presentes en el Estado; la oficialidad exclusiva del catalán sobre sus territorios históricos; la posibilidad de federación de las comunidades autónomas, y una revisión de la distribución de las competencias entre el Estado y las comunidades históricas.

2. Renegociación, en cualquier caso, de las competencias de la Generalitat de Cataluña -así como de la Generalitat Valenciana y del Govern Balear- en materia de medios de comunicación. Sería preciso elevar el techo de las competencias asumidas por cada autonomía en aspectos como: distribución y control de emisoras de radio y televisión, intervención sobre

RTVE; cuotas de programación en catalán en las televisiones privadas, control de los niveles de normalización de la lengua propia en los medios, y posibilidad de legislar sobre nuevas tecnologías y nuevos medios.

3. Adopción de políticas de normalización lingüística para los medios de masas con más dificultades en el mercado, como es el caso de la prensa diaria, las revistas o la radio. Convendría actuar especialmente a través de políticas de fomento, sin abandonar del todo ciertas facultades coercitivas de intervención.

4. Adopción de políticas culturales, sobre todo las relacionadas con las industrias culturales, acordes con la centralidad que ostentan los medios en los procesos de producción y de circulación de los bienes y servicios culturales. Ello debería conllevar la negociación y adopción de un pacto cultural y de comunicación entre todas las instancias políticas de gobierno presentes en cada región del dominio lingüístico con dos objetivos básicos: establecer una comisión interregional para la coordinación de políticas en ambas materias y poner las bases para una acción mancomunada, continua y coherente en este campo.

5. Finalmente, negociación de un nuevo modelo europeo de articulación de la comunicación, o de los espacios de comunicación en la Europa en proceso de integración. Este modelo implicaría constitucionalizar unos espacios territoriales/culturales de comunicación, en los que habría que garantizar dos tipos de derechos fundamentales y complementarios: el derecho colectivo de control de la circulación de los flujos comunicativos en el propio espacio y el derecho personal de todos los ciudadanos a ejercer su libertad de expresión y de información. Abadal, Ernest; Recoder, Maria Josep. La informació electrònica a Catalunya. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.

Ameller, Carles (coord.): Catàleg de la producció videogràfica a Catalunya: 1970-1985. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1986.

Anuari de la informació a Catalunya: 1987. Barcelona: Col.legi de Periodistes, 1988.

Ballo, Jordi; Espelt, Ramón; Lorente, Joan. Cinema català, 1975-1986. Barcelona: Columna, 1990.

Bernat, F.; Torres, J. «Mapes per a l'estudi de la llengua catalana», en Com, suplemento núm. 6, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, diciembre 1989.

Berrio, Jordi et al. La política cultural europea: una proposta des de Catalunya. Barcelona: Fundació Jaume Bofill, 1990.

Bonet, Lluís; Cubeles, Xavier; Miralles, Josep M.. La indústria del cinema a Catalunya. Barcelona, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, 1989.

Cardús, Salvador: «Cultura», en Catalunya 77-88. Barcelona: Fundació Jaume Bofill/Edicions 62, 1989.

Carreras Serra, Lluís de. La ràdio i la televisió a Catalunya, avui. Barcelona: Edicions 62, 1987. Catalan films: 1985-89. Barcelona: Departament de Cultura. Servei de Cinematografia, 1986-1989.

Catàleg de la producció videogràfica a Catalunya: 1970-1985. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1986.

Catàleg de revistes en català. Barcelona: Associació de Publicacions Periòdiques en Català, 1990.

Catàleg de vídeos en català per al lloguer i la venda: 1988. [Barcelona]: Generalitat de Catalunya, 1988.

Congrés Internacional de la Llengua Catalana (2n., Perpinyà). Area 4: Mitjans de comunicació i noves tecnologies. Barcelona; Perpinyà: Fundació II Congrés Internacional de la Llengua Catalana; Edicions 62, 1989.



- Corbella, Joan M. La comunicació social a Catalunya, 1981-1991. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.
- Corominas, Maria.; Llines, Montserrat. La televisió a Catalunya. Barcelona: Llibres de la Frontera, 1988.
- Ferrando, A. (ed.). La llengua catalana als mitjans de comunicació. València: Institut de Filologia Valenciana; Universitat de València, 1990.
- Fossas, E. Regions i sector cultural a Europa. Barcelona: Institut d'Estudis Autònoms, 1990.
- Fundesco. Comunicació social/Tendencias. Madrid: Fundesco, 1989-1991.
- Gifreu, Josep. Comunicació i reconstrucció nacional. Barcelona: Pòrtic, 1989.
- Gifreu, Josep (dir.). Comunicació, llengua i cultura a Catalunya: horitzó 1990. Barcelona: Institut d'Estudis Catalans, 1986.
- Gifreu, Josep (dir.). Construir l'espai català de comunicació. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, 1991.
- Giral, Eugeni. La radiodifusió en Andorra: política, economia y espacio comunicacional en un país dependiente. Barcelona: Universitat de Barcelona, 1988. 3 v. (Tesi doctoral).
- Güell Fortuny, Antoni. Llibres en català existents al mercat durant el període: 1985-1986. Barcelona: Associació d'Editors en Llengua Catalana, 1988.
- Güell Fortuny, Antoni. Llibres en català existents al mercat durant el període: 1975-1984. Barcelona: Associació d'Editors en Llengua Catalana, 1987.
- Guillamet, Jaume. La premsa a Catalunya. Barcelona: Diputació de Barcelona, 1988.
- Informació a la Comunitat Valenciana, La. València: Generalitat Valenciana, 1987.
- Jones, Daniel E.; Corbella, Joan M. (eds.). La indústria àudio-visual de ficció a Catalunya: producció i comercialització. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, 1989.
- José i Solsona, Carles. Tendències de l'exhibició cinematogràfica a Catalunya. Barcelona: Institut del Cinema Català, 1987.
- José i Solsona, Carles. El sector cinematogràfic a Catalunya: una aproximació quantitativa. Barcelona: Alba, 1983. 2 vol.
- Lacreu, Josep. Manual d'ús de l'estàndard oral. València: Universitat de València, 1990.
- Llibre blanc de les telecomunicacions a Catalunya. (Informe de l'avanç del projecte). Barcelona: Generalitat de Catalunya; Telefónica, 1990.
- Llibre del cens de la premsa comarcal: 1986. Barcelona: Diputació de Barcelona, 1988.
- Memoria del Departament de Cultura. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, (1989, 1988 y 1987).1989.
- Molla, Toni et al. El(s) model(s) lingüístics de la RTVV. València, 1989.
- Moragas, Miquel de. Espais de comunicació: experiències i perspectives a Catalunya. Barcelona: Edicions 62, 1988.
- Moreno, Antoni i Montserrat. Discografia catalana: 1988. Barcelona, Xarxa Cultural, 1989.
- Prado, Emili; Moragas, Miquel de (dir.). Televisiones locales: Tipología y aportaciones de la experiencia catalana. Barcelona: Col.legi de Periodistes de Catalunya, 1991.
- Romaguera Ramio, Joaquim. Catàleg de films disponibles parlats o retolats en català: 1987. Barcelona: Generalitat de Catalunya, 1988.
- Strubell, Miquel. «Evolució de la comunitat lingüística», en El nacionalisme català a la fi del segle XX. Barcelona: La Magrana; Edicions 62, 1989.
- TV3, Televisió de Catalunya. Barcelona: Televisió de Catalunya, 1987

