

Pròleg

Jordi Berrio

Universitat Autònoma de Barcelona
 Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació
 08193 Bellaterra (Barcelona). Spain

El número que el lector té a les mans inclou un dossier, tal com fa darrerament la nostra publicació, en aquest cas dedicat a estudiar les telenovel·les catalanes. També, com és de consuetud, s'hi afegeixen quatre articles que qualifiquem de miscel·lanis i que tracten sobre diferents aspectes de la recerca comunicativa actual.

El dossier que ha coordinat Joana Gallego tracta sobre les telenovel·les catalanes, tema que, al nostre entendre, presenta una importància significativa, segons subratllen els diferents articles que publiquem i tal com ho evidencia l'acceptació que ha tingut aquest gènere televisiu de part de les audiències del nostre país.

La cultura produïda i difosa pels mitjans de comunicació és hegemònica als nostres dies. Ho és per les audiències que aplega, les més importants de tota la història de la història cultural d'Occident. Tenim l'evidència que els grans films espectacle o les sèries televisives tenen més seguidors que qualsevol obra d'altre temps, culta o popular, no havia tingut mai. Però, a més, també ho és perquè es produeix l'avinentsa que la manera com les indústries culturals conformen els seus productes afecta fins la creació i els continguts de la cultura del nostre temps, fins i tot de les obres d'elit, tant si es tracta de literatura —novel·la o teatre— com de música o, fins i tot, d'arts plàstiques. És evident que la gent de totes les èpoques ha tingut la necessitat i el plaer de consumir obres de ficció. El que abans feien les rondalles, els mites i la literatura, actualment es vehicula preferentment a través de les indústries culturals.

La cultura de masses actual té una vocació universal; tanmateix, no pot deixar de ser feta segons les visions del món, les pràctiques professionals i les possibilitats industrials de cada cultura. En aquest aspecte, la cultura de masses nord-americana és la que se'ns presenta com a paradigmàtica. Elabora uns productes que són en el fons típicament nord-americans, però que s'exporten i són vistos a tot el món. Els productes culturals, siguin films, música, menjar, vestir o telefilms, formen part d'una de les indústries exportadores més importants d'aquest país, alhora que constitueixen una influència cultu-

ral de primera magnitud. De la mateixa manera, els films o telefilms europeus o de qualsevol altre lloc tenen característiques pròpies i presenten les mateixes dimensions econòmiques i conseqüències culturals que les assenyalades per a la gran nació americana. Tot país, tota cultura que vulgui estar en el present i assegurar-se el futur ha de tenir la seva indústria cultural pròpia; si no ho fa, està condemnada a ser colonitzada econòmicament i culturalment per les grans indústries nord-americanes.

Dins d'aquest context hem de situar la producció audiovisual catalana. Des de la Renaixença, hom ha fet un esforç per normalitzar la cultura que es feia al país. Normalitzar volia dir, al principi, assolir els nivells de producció literària, musical, científica i artística que corresponien a una cultura desenvolupada. Els models eren els països europeus, i potser d'una manera especial, França. Es tractava d'aconseguir sobretot, encara que no solament, una literatura digna, després d'algunes centúries de decadència i sempre amb el record d'un passat medieval esplendorós. I aquestes fites en bona part es van aconseguir. Crec que es pot afirmar que la literatura catalana moderna no és que pugui ser comparada amb les dels països capdavanters, com França, Alemanya, Itàlia o el Regne Unit, però sens dubte que ha assolit un gran nivell. Tot i que a menor escala, es podria dir el mateix pel que fa a la música; els autors catalans del segle xx tenen una qualitat més gran que la que normalment se'ls reconeix: només cal recordar noms com Frederic Mompou, Eduard Toldrà o Robert Gerhard. No hi ha dubte que ha estat en el camp de les arts plàstiques i de l'arquitectura on s'han aconseguit els millors nivells. En aquests àmbits, els autors catalans gaudeixen amb justícia de renom internacional.

Però si el problema de la cultura catalana al segle XIX el trobem en els seus nivells cultes, ara, a les acaballes del segle xx, rau precisament en els nivells populars. No hi ha a Catalunya una indústria de la cultura al nivell que el país necessitaria i que els temps demanen. En l'àmbit dels productes culturals de consum, la iniciativa privada no ha complert amb les seves obligacions ni amb les finalitats de fer negoci. Senzillament, i salvant totes les excepcions que calguin, ha abandonat el terreny a la colonització forana en el camp de l'audiovisual. A causa d'això, les possibilitats que tenen els públics catalans de consumir productes audiovisuals en català són clarament insuficients, i molt inferiors no sols respecte de l'oferta que rep en castellà, sinó també en altres llengües, principalment l'anglesa.

La consolidació d'una indústria cultural a Catalunya és imprescindible per al desenvolupament futur de la cultura pròpia. Per mesurar la importància d'aquesta necessitat que denunciem, només cal preguntar-se què hauria passat amb la literatura en llengua catalana si s'hagués hagut d'anar a editar els llibres a Madrid o a Nova York.

A causa de la situació present en què es troba la indústria audiovisual catalana, la iniciativa de TV3 de produir telenovel·les i l'èxit d'audiència que han obtingut ens semblen un conjunt d'esdeveniments de primera magnitud en els àmbits cultural i econòmic. Creiem que és una obligació de l'Acadè-

mia fer-se'n ressò i estudiar-los des de la seva perspectiva valorant el seguiment de les audiències en comparació amb altres productes en castellà; estudiant les característiques tècniques i artístiques que tenen els productes catalans, així com analitzant el registre lingüístic que s'hi emprà.

ANÀLISI li ha dedicat el present dossier coordinat per la Dra. Gallego, com una primera aproximació vàlida i coherent al tema, però amb la consciència que no hem fet més que iniciar els estudis sobre un fenomen que presenta la magnitud i la importància que el lector, de segur, comprendrà. La nostra publicació no descarta de seguir en números posteriors tornar sobre el tema per aprofundir el seu coneixement i per donar compte de la seva evolució.

La part miscel·lània del número 23 està composta pels treballs dels investigadors Francesc Espinet, Martín Becerra, Jordi Farré, María José Canel i José Javier Sánchez-Aranda. Naturalment, tracten temes molt diferenciats però tots d'un gran interès per motius diversos.

El treball de Francesc Espinet tracta un tema molt particular dins la història dels mitjans i la cultura de masses a Catalunya. Aquí hem de remarcar l'esforç que fa l'autor, junt amb altres investigadors, com Joan Manuel Tresserras o Josep Lluís Gómez Mompert, de construir aquest espai de la nostra història cultural. Creiem que és important, i fins i tot urgent, completar els coneixements que tenim sobre com es va desenvolupar la cultura de masses dins l'àmbit cultural català. Una vegada aquesta tasca hagi adquirit una consistència científica mínima, podrà assolir la força i solvència que mereix el tema en la formació dels estudiants de comunicació. Creiem que un dels motors que empenyen la tasca de recerca de Francesc Espinet i dels altres investigadors esmentats és el de donar a conèixer els precedents que hi ha perquè sigui possible crear uns models propis tant en l'aspecte professional com en el de la recerca sobre comunicació social. Actualment, la situació és que patim una colonització excessiva de les pràctiques que fan en altres latituds. Sovint oblidem realitzacions, models i pràctiques professionals propis que en el pitjor dels casos són tan bons com els que ens vénen de fora.

El treball de Francesc Espinet tracta sobre el cinema amateur en una època crucial de la nostra història, aprofitant l'obra d'un realitzador, Francesc Salvans. Un dels missatges que ens vol proporcionar l'autor és que la debilitat estructural que pateix la cinematografia als nostres dies ve de lluny i que cal anar a cercar-la en la manca d'una estructura empresarial sòlida. Per aquest motiu, adquireixen més rellevància les activitats i els esforços d'aficionats com el que centra l'interès de l'article que publiquem. Cal fer ben palès que l'article que comentem conté una informació de primer ordre sobre el cinema amateur que es feia a Catalunya durant els anys vint i trenta, amb una bibliografia molt abundosa i amb pistes per continuar els estudis de la història cultural de Catalunya.

L'aportació que fa Martín Becerra, investigador argentí, es refereix a una qüestió de rabiosa actualitat: la societat de la informació. Actualment, tothom és conscient de la importància que han adquirit els nous procediments de què disposem per tractar, conservar i difondre la informació en les societats con-

temporànies. Tanta transcendència s'atribueix al paper dels mitjans de comunicació i de les xarxes telemàtiques, als quals hom vol atribuir la qualitat de nucli fonamental i definitori de les societats desenvolupades. De la mateixa manera que hom parlà al seu temps de societat industrial o postindustrial, es vol considerar que la informació té una importància paral·lela a la que tingué al seu dia la industrialització en els canvis que experimentaren les societats en tots els seus aspectes i nivells. Tot això, segons creuen els defensors d'aquesta tesi, autoritzaria de parlar de «societat de la informació» en un intent de marcar-la tipològicament i diferenciar-la dels models anteriors. El tema és indubtablement interessant i d'una actualitat innegable dins el domini de les ciències socials; tanmateix, resulta una qüestió oberta per la manca, encara, d'una fonamentació teòrica suficient.

Per la seva banda, els investigadors de la Universitat de Navarra María José Canel i José Javier Sánchez-Aranda tracten un tema cabdal dins els estudis actuals sobre el periodisme: el paper que els professionals fan en la difusió no només d'esdeveniments i opinions, sinó també en la creació dels estereotips culturals del nostre moment, o dit d'una altra manera, com difonen la manera de veure la realitat.

Fins fa poc, la recerca era dominada pels efectes que els mitjans exerceixen sobre les audiències. Hom partia de la base que els qui dominaven els mitjans de comunicació imposaven llurs continguts ideològics. Malgrat els estudis que s'havien fet als Estats Units, per exemple els de la denominada Escola de Xicago, sobre la importància dels aspectes professionals, la tendència general i especialment la dels autors crítics era de centrar-se en les manipulacions ideològiques provinents del món de la política o de l'economia. Ara es veu clarament, i l'article que publiquem va en aquest camí, que els professionals tenen una capacitat important, tot i que relativa, a l'hora de determinar què és el que es publica i com es fa. Tot això ens autoritza a dir que la formació dels professionals té una importància decisiva si volem que la comunicació futura estigui al servei de la democràcia i de la construcció d'una societat més justa.

Jordi Farré i Coma és un jove investigador que ens ofereix un treball teòric molt ambiciós i ben documentat. Si abans parlàvem del paper dels periodistes i de la seva importància en la recerca actual, ara hem de dir el mateix sobre el tema de les audiències. La recerca sobre els aspectes socials de la comunicació mediada s'orienta actualment de manera diversa, tant pel que fa als temes com als enfocaments teòrics que se'ls dona.

Un dels aspectes que interessa aclarir és què fa la gent amb el devesall d'informació, opinió i ficció que els ofereixen els mitjans de comunicació. Una cosa és el que els comunicadors pretenen i una altra és el que passa realment a la societat. Aclarir què fa la gent amb els continguts dels mitjans és avui un tema que constitueix un dels corrents més importants de recerca dels nostres dies. El treball que publiquem va en aquesta direcció. Planteja el problema a través d'alguns dels sociòlegs més importants que tracten el tema. D'una manera especial, s'utilitza la concepció social que ha elaborat Anthony Giddens sobre l'estructuració de la societat.