

## PRENSA EN CATALAN: 500 TITULOS

Josep M. Figueres, autor de un reciente estudio sobre la prensa catalana (La Prensa, 1641-1979, Dopesa, Barcelona 1980), informa del presente y futuro de casi 500 publicaciones periódicas escritas «en catalán».

Efectivamente, existen casi 500 títulos de publicaciones en catalán si hemos de dar fe del espléndido trabajo de l'«Exposició de Premsa Catalana Actual», que visita todavía las ciudades catalanas después de un año de transhumancia periódica. La nómina es elocuente pero hay que ser explícitos en el balance: 2 diarios, **Avui** y **Punt Diari**, éste último de difusión intercomarcal para Gerona; unos 20 semanarios divididos entre los de carácter general, **L'Hora de Catalunya**, **Canigó**, **L'Esplai** o especializado, como **Rodamon** (juvenil); político, **Treball**; religioso, **Catalunya Cristiana...**; y los de cariz local o comarcal, **Hora Nova**, **El Maresme**, **Regió-7**, **Igualada**, **Nova Tarrega**, etc. siguen las mensuales de alta cultura o de gran especialización: **Serra d'Or**, **Butlletí d'Escaes**, **El Correo de la Unesco**, **Perspectiva Escolar**, **L'Avenç**, etc. y así hasta

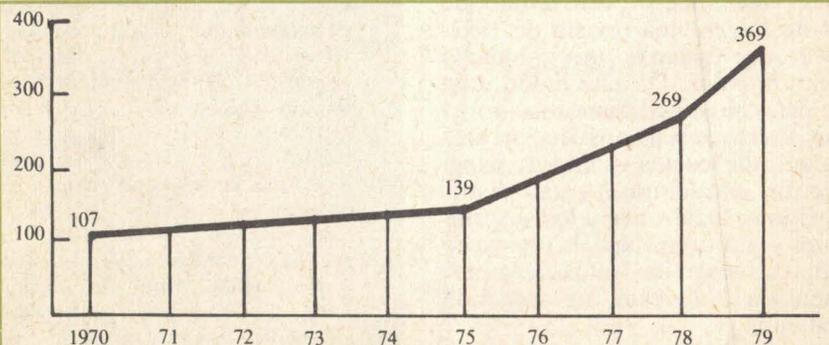
llegar al medio millar de títulos con decenas y decenas de revistas locales y un par de centenares de boletines de entidades de todo tipo desde el Club de Tenis de Vic, al órgano **Banyoles Socials** de la Federació del PSOE-PSC, pasando por los magníficos cuadernos poéticos **Reduccions** de la ciudad de J. Balmes o las numerosas **Fulla Parroquial** de gran número de ediciones.

La cifra, pues, es doblemente elocuente. Manifiesta por un lado la tenacidad del carácter catalán y pone en vigencia la necesidad de seguir la continuidad, rota violentamente en 1939 cuando existían más de 20 diarios y 2.500 publicaciones de todo tipo. Si hemos de atender al verdadero consumo de prensa en catalán y a las cabeceras que se distribuyen en las redes normales de comercialización, el panorama es desalentador. Solamente el 5,62% del consumo es en diarios, mientras que en semanarios la cifra es del 1,47%. Claro está, en cifras de la O.J.D., puesto que la mayoría de ciudades catalanas disponen de un semanario o de un mensual que no pasa en general de los 5 ó 10.000 ejemplares estabi-

lizándose su tirada en los 2 ó 3.000 ejemplares. Y cualquier visita a los quioscos nos depara la tristeza de observar cómo de los dos o tres centenares de publicaciones expuestas es difícil encontrar más de diez en la lengua de Lull y March. A nivel cuantitativo la esperanza es positiva. Cualquier profesional de ciencias humanas necesita de la prensa en catalán. **Els Marges**, **Recerques**, **Taula de Canvi**, **Randa**, **Espill**, **Ciència**, etc. han alcanzado un prestigio universitario y técnico de primer orden como lo prueba su lectura en bibliotecas y por estudiosos suscriptores.

### UNA CRISIS EN LA CRISIS

Se ha hablado y escrito hasta la saciedad sobre la crisis de la prensa. Los antecedentes son conocidos por todos los profesionales. Desde la revista **AEDE** con su espléndido número inicial monográfico hasta **NUESTRO TIEMPO** con el reciente estudio de Francisco Iglesias. La problemática y el apunte de soluciones, a nivel general, escapan de la presente nota so-



Fuente: MARINA SUBIRATS, La utilització del català. Entre la precarietat i la normalització. «Saber», 1 (Febrero, 1980), pág. 44.

bre la situación de la prensa en catalán. Como ha puesto de manifiesto el documento «L'Associació de la Premsa de Barcelona davant la crisi de la premsa diària», la prensa en catalán entra de lleno en el vértice de la crisis. Padece la ausencia de un mercado alfabetizado en su código lingüístico y tiene unos grandes obstáculos: ausencia de capital inversor con el rechazo del empresariado, la banca y la gran burguesía; limitaciones de la empresa periodística —cuando está constituida de este modo, ¡afortunadamente!— por lo que respecta a medios humanos, técnicos y materiales; incapacidades, en suma, derivadas de la falta de catalanización de la sociedad, puesto que mientras la televisión, enseñanza, etc. no sean en catalán difícilmente la prensa catalana podrá dar el salto hacia su expansión. El reciente nacimiento de un semanario humorístico de los deportes, **La Bimba**, pone de relieve, con las tiradas, la dificultad de alcanzar cotas que con facilidad se sobrepasaron antes de la contienda civil. **El Xut!**, un semanario con las mismas características tipológicas de contenido, tiraba tres veces más. Y haciendo mención de este campo es obligatorio citar la ausencia de un semanario humorístico, después del fracaso de **La Pipa d'en Roc** y de **Amb potes roses** sucesor, este último, de **El Be Negre**, una revista de 1932-1936 que alcanzó un grandioso éxito popular. De este modo, con un mercado difícil de motivar por el factor crítico y lingüístico, un alza general de costes —salarios, papel prensa, estructura...—, una distribución reducida casi a los suscriptores y una tirada baja, la prensa en catalán recoge los frutos de la persecución a la cual fue sometida Cataluña.

A pesar de todo la sociedad catalana avanza en la construcción de su modelo cultural. Y las publica-

## PRENSA

ciones contribuyen en gran medida a impulsar la catalanización. Si con los primeros números se llega fácilmente a los cien mil ejemplares —**Avui**, los difuntos semanarios **Arreu**, **Tele/estel**, etc.—, mantener una cifra óptima cuesta lo suyo. El gráfico adjunto del diario **Avui** es una prueba elocuente al respecto. Pero el crecimiento es indudable. Si en 1970 **Cavall Fort** tenía una venta máxima de 28.000 ejemplares, diez años después de la cifra se ha doblado. Y no son solamente los **de siempre**. En el estudio **Demo. Lectura en català a Barcelona** se puede leer cómo, de la muestra casi aleatoria de 2.500 personas, con un margen de error estadístico del  $\pm 2\%$ , la audiencia de la revista mensual del Monasterio de Montserrat, **Serra d'Or**, era del 9,64%, mientras que la también mensual fundada al amparo del Obispado de Vic **Cavall Fort** era del 9,48%. La sospecha puede ser clara: son los padres que la compran para los hijos, pero del cruce hecho resulta que sólo coinciden el 23,4% de los casos. Se trataría en todo caso de un techo de cien o ciento cincuenta mil personas que mantienen la prensa catalana general, así como la especializada y la comarcal.

### ¿UN CAMINO DE SALIDA?

La profesionalización, el capital popular de la fundación, el trabajo bien realizado, etc. son unos componentes esenciales, puesto que el éxito acompaña a la empresa cuando ésta se presenta con todos los pronunciamientos favorables. Así **Regió-7** de Manresa o **El 9 Nou** de Vic están llegando a la cota de los 10.000 ejemplares, poseen un 25 ó 30% de publicidad y el 80% de las familias de la capital son lectoras de

las mismas. Estas publicaciones son la nueva prensa comarcal que, con los profesionales forjados en las publicaciones de la resistencia, las Facultades de Ciencias de la Información, el capital creado con un alto grado de accionariado popular y una real incidencia en la zona a base de ser eminentemente **informativos** y **apolíticos** aceptando en su seno todo tipo de colaboraciones y noticias, han hallado un eco indudable, puesto que su catalanismo, de base ancha y reivindicativa, ha jugado un papel esencial aunque no decisivo. Así la única publicación política de difusión general es el semanario **Treball** del PSUC, mientras que ni **Convergència** del partido en el poder CDC o **La Humanitat** de la ERC hallan una salida eficaz a la periodicidad y a la distribución fuera de los suscriptores. El déficit es constante en el otro tipo de publicaciones que no alcanzan a ampliar los lectores. **L'Esplai**, semanario informativo de variedades dependiente de una promotora de televisión en catalán,

ha perdido varios millones de pesetas y son muchas las revistas que se hallan a merced de una subvención de la entidad o del centro que las cobija. El camino parece pues claro: un buen capital de entrada que permita jugar positivamente la baza del tiempo, unos profesionales neutros políticamente y entregados a la labor y el dotar a los contenidos de la publicación de un interés verdaderamente popular.

Pese a ello la ausencia de una agencia catalana de noticias y contar con el servicio en catalán de Efe, la falta de competitividad de los semanarios que mantienen lánguidamente su vida, sin esfuerzos de renovación y promoción por falta de capital, la estructura de debilidad empresarial con ausencia de organizaciones profesionales de los editores en catalán, etc. hacen que el problema se traslade de la prensa a la sociedad y cristalice en la Generalitat. La prensa es materia de

competencia, según señala el vigente «Estatut d'Autonomia», y cabrá esperar del ente superior ejecutivo catalán una planificación teórica, una adecuación de recursos y una acción decidida de ayuda en espera de recobrar los años del futuro ante los cuales la prensa diaria y no diaria es optimista en grado sumo pues sabe que el futuro trabaja a favor de la lengua.

UN FUTURO INCIERTO

Todavía no se han dado las plenas características de normalización de la sociedad catalana, en tanto no llegan a la mayoría de edad las publicaciones existentes. La mayoría, por no decir todas, se mantienen con la fuerza del voluntarismo y la buena fe. Si se tuviera que mantener una estructura profesional con colaboraciones pagadas, fotógrafos y redactores de plantilla, etc. se podrían contar con los dedos de una mano las cabeceras que se mantendrían. Es gracias al protagonismo, en general, de una persona o de un equipo que funciona colegiadamente, que la prensa catalana se mantiene y recibe el espadarazo internacional con la edición en catalán, por ejemplo, de **El Correo de la Unesco**.

A nivel de difusión cabe esperar un aumento de las tiradas a medida que crezca el mercado y se ajuste el contenido a los sectores populares. La prensa catalana, considerada, por supuesto, la de lengua catalana, es todavía un conjunto desigual de publicaciones en las cuales la cultura es determinante. No existe todavía una sub-cultura en catalán ni publicaciones para un amplio sector popular puesto que el obstáculo lingüístico surge como barrera separadora entre los mismos catalanes analfabetos de su lengua.

Hace pocos meses la empresa Víctor Sagi Comunicación, S.A. elaboró para Prensa Catalana, editora del diario **Avui**, un estudio de imagen sobre este cotidiano y, además de remarcar el alto grado de identificación de sus lectores, daba una serie de consejos que se han puesto ya en práctica: más información deportiva e internacional, presentación y compaginación nuevas, etc. El lector de **Avui** es más progresista que la línea del diario y se mueve por motivos informativos y no de fidelidad al país como antaño. Del mismo modo que **Avui** ha realizado un profundo estudio sobre sí mismo sería necesario que la Direcció General de Mitjans de Comunicació hiciera unos estudios sobre las otras publicaciones que no tienen fuerza económica para encargarlos ellas mismas. Se remarcaría la necesidad de un gran semanario de información general, la transformación de alguna revista mensual en semanal, como **Cavall Fort**, etc.

Los problemas de la prensa catalana no los puede arreglar la misma prensa. A lo máximo que puede llegar es a unirse, fundar un organismo y solicitar ayudas, créditos, subvenciones, organizar actos informativos y de debate, estableciendo las pautas de comportamiento para resolver diversos aspectos susceptibles por su bajo costo de serlo: un archivo fotográfico común, una agencia literaria de colaboraciones, etc. Pero el crecimiento del volumen periodístico hace que, mientras no llega la normalización de la sociedad, toda ayuda que se dé a la prensa en catalán será poca, puesto que es medio y fin en la transformación lingüística y social de Cataluña. ■

