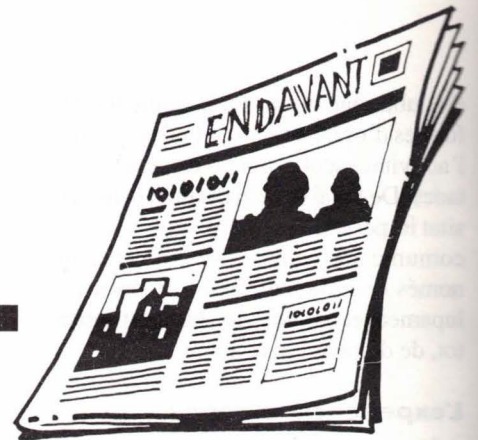


La premsa com a element d'identitat nacional

JOSEP M. FIGUERES

PROFESSOR D'HISTÒRIA DE LA COMUNICACIÓ (UAB i URLL)



La recent convocatòria del Centre d'Estudis de Temes Contemporanis, destinada a analitzar aspectes diversos del nacionalisme, ha posat damunt la taula el paper essencial que té la premsa com a peça clau en la moderna societat dins la vertebració d'una opinió i una mentalitat col·lectives. Efectivament, la premsa la podem entendre com un complex i múltiple sistema de comunicació escrita amb especificitat pròpia, tot i la concurrència d'altres mitjans, caracteritzada per una multitemàtica i una multiperiodicitat que la configuren per a públics delimitats; a diferència dels mitjans audiovisuals que poden ser adreçats, tot i la tendència creixent a l'especialització temàtica, a segments socials extensos.

Ens fixaríem bàsicament en la tipologia específica de la premsa diària informativa, la premsa setmanal també informativa i d'opinió, l'especialitzada com la cultural, erudita, literària, etc., i la premsa d'abast general per observar la varietat d'aspectes que fan de la premsa un espectre de límits ben diversos amb panoràmiques extenses i no centrat només en la periodicitat diària.

De la lectura de l'índex de la convocatòria esmentada, com d'altres camps, per exemple les temàtiques dels dossiers de la teòrica *Debat Nacionalista*, una de les escasses plataformes d'anàlisi de l'estratègia, característiques, etc., del nacionalisme, es pot deduir la constant voluntat de fixar-se en els aspectes relacionats amb els mitjans de comunicació. Ací la contribució de Josep Gifreu¹ és ben valuosa atenent a la pertinència i constància de les seves observacions relacionades amb els dos termes del binomi que encapçala la present nota. Premsa i nacionalisme són paràmetres que dimensionen la veritable força de la col·lectivitat al marge del comportament estrictament polític (electoral). Per exemple, els partits nacionalistes avui reben un milió i mig de vots i els diaris en llengua catalana no arriben al deu per cent d'aquesta xifra. Amb unes altres proporcions, succeïa el mateix amb la *Lliga* i *La Veu de Catalunya* on els vots del partit de Prat i Cambó no tenien equivalència amb el tiratge del periòdic. En

aquest país no existeix correspondència entre la força política i la força periodística de la premsa diària en llengua catalana.

En una esquemàtica ullada de la premsa existent des de la Restauració ençà, podríem comprovar com el catalanisme polític ha tingut sempre plataformes diverses i oposades, no només en la variant política com dreta/esquerra, sinó amb d'altres pols, com el religiós amb laïcisme/clericalisme, el social amb la dualitat tradicional conservador/renovador progressista, etc.; herència que perviu, i precisament en el sector més dinàmic de la premsa com és l'àmbit comarcal on nombroses ciutats disposen de dues publicacions setmanals informatives i d'opinió en les quals podem trobar aspectes de la immediata tradició de la darrerria del XIX i primer terç del XX. Dualitat, pluralisme, varietat; tendències en lluita, i no pas pel mercat sinó per la influència.

En d'altres camps temàtics de la premsa no existeix aquesta varietat i, encara menys, no s'arriba a uns mínims en llengua catalana, tal com vam explicitar en un informe monogràfic² sobre el futur de la premsa d'abast general en llengua catalana que va encomanar-nos el Centre d'Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya i on les conclusions de l'evolució no eren gens afalagadores. El quinquenni passat ho avala per aquest camp, mentre que, contràriament, en els apartats de

la premsa comarcal, especialitzada, acadèmica, erudita, institucional, religiosa i associativa, els progressos són cada dia majors fins a esdevenir hegemònica.

Voldríem ací fer esment d'uns aspectes clau en l'evolució ideològica del nacionalisme en referència a la premsa. Deixarem la imatge i el tractament del nacionalisme a la premsa diària informativa, ja que ho valorarem en la comunicació aportada, en curs de publicació, al centre esmentat en començar la present nota. Ens fixarem només en el paper de suport, o vehicle, que és la premsa per al nacionalisme. De portes endins, a tot moviment de caràcter ideològic li són imprescindibles uns vehicles de caràcter informatiu, formatiu i de debat. En aquesta línia, el nacionalisme català disposa d'una notable cobertura. De difícil accés, però, per a la generalitat de la població. No existeix cap publicació de quiosc, llevat del setmanari *El Temps*, que pugui trobar-se amb relativa normalitat arreu dels punts

de venda generals, a part els punts especialitzats en cultura catalana.

A més de l'absència trobem que existeixen només vehicles periodístics especialitzats que en lloc de ser plataformes de debat són més estrictament publicitàries, opció ben legítima d'altra banda. Publicacions com la desapareguda *Espray* de la Crida que tenia una funcionalitat, com la tenia *Lluita* en una perspectiva sectorial. Contràriament, revistes com *Nous Horitzons* o *Convergència 15* deixen l'aprofundiment del caire d'anàlisi i reflexió a-temporal a fi de ser més bandera d'articles de lluïment d'alts càrrecs o de glossa conjuntural de l'actualitat per als butlletins informatius.

De portes enfora, el nacionalisme necessita la premsa, ja que només té la periòdica concurrència electoral per demostrar la seva força atès que el miting, la manifestació, les pintades, l'acte massiu, o bé es reserven per a les grans avinenteses –LOAPA, judici a Jordi Pujol– o tenen només un to reivindicatiu, de resistencialisme allunyat del pragma-

tisme actual. Fa deu anys escrivíem que preferíem un nacionalisme de talonari a un de barricada; el sentit era el d'una nació normal en lloc d'una nació en lluita. Tanmateix, el procés d'una nació pel manteniment i la consolidació de la seva sobirania passa per etapes crítiques en què li calen vehicles de comunicació escrita de tota mena: formació de militants, informació al sector d'afins, projecció a cercles externs, etc. La premsa d'abast general encara és l'absent en el marc de debat del pensament nacionalista. Quin tractament informatiu ha donat la premsa diària al cas de Núria Cadenas? En un context de sensibilitat de la premsa diària per la qüestió nacional haguera aparegut el fet escandalós de la repressió contra el nacionalisme més jovenívol de forma diferent de la de «successos», com si en un restaurant nepalès fessin hamburgueses amb carn de gos o cosa similar. Quin tractament ha tingut la campanya d'*ABC* sobre la llengua catalana? Han estat els columnistes d'opinió els qui han tingut el pes essencial en la resposta.

Noves opcions, com *Revista de Catalunya*, per exemple, prenen el rellieu ideològic i generacional, en la creació d'idees-eix, a títols clàssics com *Serra d'Or*, reservada més a to erudit, cultural pur o estrictament d'opinió i creació literària personal. Tanmateix, la tendència creixent a la serietat del nacionalisme —d'ací la publicació en augment de revistes que relacionen el nacionalisme amb el dret, la llengua, la cultura, etc., i el fet que pràcticament cada centre d'estudis institucional en crea una— fa menystenir la necessitat de plantejar-se que la més gran iniciativa en l'àmbit de la premsa nacionalista no diària correspon a l'esforç privat, amb el setmanari valencià *El Temps*.

En aquest terreny és on cal moure el debat més profund del nacionalisme, si no resta clos a la cleda oral o bé a l'articulisme periodístic que té una funcionalitat ben diferent de la reflexiva i teòrica de llarg abast, tot i que els camps són intercanviables. La reflexió aprofundida la podem trobar a les columnes d'opinió de *La Vanguardia*, mentre que el text descriptiu apareix a *Convergència 15*. La transformació històrica de la nostra societat, els canvis en el procés comunicatiu, fan que, essencialment, hom hagi passat d'un àmbit públic, d'un centre, casino o institució catalanista a cada ciutat catalana, a una esfera bàsicament privada; i que de la premsa nacionalista d'agitació, formació, opinió, humor, etc., que existia també a cada ciutat, s'hagi passat a la premsa estrictament funcional o instrumental, diríem premsa útil, de to ideològic com la premsa ecològica o de to formatiu/informatiu com la premsa informàtica.

Davant d'aquests canvis, l'única opció sensata per part de la iniciativa tant pública com privada és emmotllar-s'hi, adequar-s'hi; mai no pot fer-se, democràticament i sense esforços econòmics incalculables, a l'inrevés. La llengua dominant continua sent el castellà, i no deixa de ser simptomàtic que el total de cir-

culació de la premsa diària no creixi, com tampoc el nombre de capçaleres, en relació al moment històric anterior de normalitat democràtica com era als anys trenta. De mica en mica, en el camp de la premsa la iniciativa pública va reemplaçant la privada. (*Ciència*) és substituïda, en un altre àmbit més instrumental que especulatiu, per *Tecno-2000*; i fins i tot la que seria revista d'èxit segur com un magazine d'informació televisiva és encara negligit. *Catalunya Música* o *Crònica d'Ensenyament*, per posar només dos exemples, ens mostren que tan sols la dinàmica pública, com ha fet amb tantes publicacions especialitzades, és ara el motor capaç de generar noves iniciatives en el camp periodístic d'àmbit general.

Amb l'ensenyament dominat pel pragmatisme, la privacitat com a senyora i mestressa del comportament, el domini audiovisual guanyat per Madrid —l'anàlisi d'audiències és prou eloqüent com la fragmentació de l'oferta deriva vers la també divisió del receptor—, el control centralitzat dels mitjans —canals per satèl.lit, legislació com la LOT, etc., reservada a l'Estat... La premsa especialitzada esdevindrà l'espai natural on el nacionalisme debatrà el seu paper. Com a premsa especialitzada serà residual. Si no n'apareixen de noves o no es transformen publicacions existents fent el salt de l'especialització a la generalització o, més ben dit, de la baixa periodicitat, mensual, a l'alta, setmanal, es deixarà la batalla ideològica als altres vehicles o a les capçaleres existents. Tanmateix si no hi hagués una transformació, i l'elaboració (creació) del discurs polític fos només en l'àmbit de l'oralitat iniciàtica o ritual, i, també, si la premsa dinàmica, volem dir, la premsa institucional seguís el camí present, restant només com a suport d'aparador, com a premsa luxosa, sense continguts, potser només nacionalista en l'àmbit formal o verbal sense generar sinergia com ha fet sempre històricament la premsa nacionalista, del nivell i de la ideologia que

fos, difícilment es gestaran les bases per a una anàlisi de transformació i projecció del discurs nacionalista.

La formulació actual de debat de nacionalisme amb unes jornades de debat que publiquen les actes en forma de llibre especialitzat i la presència mínima de columnistes que sovint generen no més comentaris sobre l'actualitat conjuntural (superficial o episòdica), i no sobre la profunda (la que crea solcs de marca), ha fet que el nacionalisme, paradoxalment, tingués menys implantació en la premsa del que hom pensava. Repassar la premsa de la dècada passada és veure, per exemple, que de llengua i televisions privades no se'n parlava al seu moment, mentre que sobre el baró del cotxe del president de la Generalitat i l'actitud de Julio Feo s'abocaven rius de tinta. Naturalment el simbolisme era important, i la bandera institucional tenia el seu referent, però la manca de plataformes de debat i anàlisi motivà que aquests esdeveniments, com altres aspectes, que avui poden ser la presència de la història de Catalunya a l'ensenyament o la representació de Catalunya a la Unesco, foren desatesos. Si crear premsa nacionalista és un rept social d'avui, saber combinar actualitat i profunditat és el gran repte dels seus continguts.

Si la premsa amb aspiració nacionalista es distancia de la base lectora pot tenir només continguts especialitzats —i no ideològics—, no podrà aspirar a esdevenir agent de transformació, i amb la passivitat dels altres vehicles la ideologia nacional catalana serà suplantada en el combat ideològic, pel discurs, quasi escaigui, de la ideologia nacional o imperial espanyola.

Notes

1. GIFREU, Josep: *Comunicació i reconstrucció nacional*, Barcelona, Pòrtic, 1989.

2. FIGUERES, Josep M.: *Informe sobre les perspectives de la premsa en català d'abast general a Catalunya*, Barcelona, El Llamp, 1990.