



PORTADA

INFORMACIÓN GENERAL

CONSEJO EDITORIAL

ENVÍO DE ORIGINALES

NÚMEROS ANTERIORES

INDEXACIÓN BASES DE DATOS

CREATIVE COMMONS

BÚSQUEDAS

CONTACTO

Google DENTRO DE C&S

OK



Reseña /

María COROMINAS

Informa de la comunicació a Catalunya 2000

Instituto de la Comunicación (UAB), Bellaterra, 2000, 397 pp.

La conformación del campo académico de la comunicación en Cataluña (como en el conjunto español) ha sido más lenta que en el resto de Europa y, por supuesto, que en los Estados Unidos. La razón es comprensible si se tiene en cuenta el largo período franquista, que no favoreció, precisamente, el desarrollo de la investigación en este campo, aunque en el primer tercio de siglo se hubieran publicado ya algunos textos doctrinales de interés, sobre todo en los campos de la prensa y la opinión pública y, en menor medida, en los de la cinematografía, la radiodifusión y la publicidad.

De todas maneras, el despegue actual de la investigación académica catalana es posterior al franquismo — particularmente los años ochenta y noventa—, sobre todo gracias a la consolidación de las facultades de Ciencias de la Información / Comunicación que se han ido implantando en esta nación / región.

A causa del número de instituciones, personas, recursos, investigaciones y editores, Madrid ha sido tradicionalmente el principal polo del Estado en el campo de la comunicación social. Habría que recordar, a título indicativo, la labor desarrollada en los últimos años por algunas instituciones claves como la Universidad Complutense de Madrid, FUNDESCO o el IORTV, y por todo tipo de institutos privados especializados en marketing comunicacional —estudios de audiencia e inversiones publicitarias—, productores de información comercial de valor estratégico.

Esta situación ha determinado que Cataluña se haya encontrado casi siempre con una cierta desventaja respecto de Madrid —aunque mucho mejor situada que el resto de comunidades autónomas españolas— para la realización de cualquier tipo de estudio de carácter empírico o aplicado que requiera grandes inversiones en recursos técnicos y humanos, especialmente en aquellos relacionados con las nuevas tecnologías de la información.

A partir de la transición política y la restauración de la Generalitat, Cataluña ha desarrollado sus propios medios de comunicación audiovisual, fruto de su vitalidad social y también con la finalidad de afianzar el autogobierno y reafirmar la identidad propia, que se había visto muy amenazada durante cuarenta años de régimen franquista. Por éste y otros motivos, desde finales de los años setenta existe un gran interés en los ambientes culturales, intelectuales, académicos y políticos por consolidar un sistema comunicativo propio —de televisión, cine, radio y prensa, principalmente—, que no dependa de instancias exteriores y que sobre todo promueva la cultura catalana y generalice (y normalice) el uso de la lengua propia.

Como ya se ha dicho, la primacía de Madrid en el manejo de recursos y definición de las políticas de comunicación y de investigación, sumado a las necesidades de Cataluña para reencontrarse, reconocerse y autoafirmarse en su madurez social y cívica, ha determinado en gran medida los estudios de esta especialidad que se han ido realizando en esta nación / región en los últimos años. Por ello, de manera preferente se han inclinado por perspectivas de carácter regional y local, en una proporción muy superior a los esfuerzos que se han dedicado, por ejemplo, al análisis de la realidad española, europea, americana o internacional.

En efecto, las obras publicadas sobre política, economía y estructura de la comunicación se han centrado sobre todo en el “espacio” o “ámbito” regional / nacional. Es lo que se ha venido en llamar “espacio catalán de comunicación”, que para algunos autores comprende estrictamente el territorio actual de Cataluña y para otros el constituido por los diferentes pueblos que tienen la lengua catalana como aglutinador cultural e histórico —en especial Cataluña, Comunidad Valenciana, Baleares, Andorra y Rosellón—, sobre los que se han publicado un grupo importante de obras que dan cuerpo a la que podría ser denominada como “Escuela Catalana de Comunicación”. Entre los representantes más destacados de esta corriente corresponde citar a Miquel de Moragas, Josep Gifreu, María Corominas y Joan M. Corbella, aunque hay otros autores también significativos pero centrados en ámbitos específicos como la prensa (Jaume Guillamet, Josep M. Figueres y Josep L. Gómez Mompert), la radio (Josep M. Martí y Rosa Franquet), la televisión (Josep M. Baget, Lluís de Carreras y Bernat López) o el cine (Miquel Porter Moix y Esteve Ribambau). Casi todos estos autores han participado en el informe aquí comentado.

De esta manera, puede afirmarse que este tipo de investigación que se ha realizado en Cataluña sobre todo en las últimas dos décadas —aunque haya precedentes significativos— se encuentra sin duda a la vanguardia de Europa en este ámbito. Por ello, se la toma como modelo no sólo en otras comunidades autónomas españolas sino también en otras regiones del continente, sobre todo en aquellas con un mayor interés por desarrollar los medios del ámbito “regional” frente a otros más poderosos, como el “estatal” o bien el “global”.

Es cierto que en otras comunidades autónomas también se ha avanzado mucho en esta línea de estudios regionales de carácter estructural, sobre todo en el País Vasco, la Comunidad Valenciana, Galicia y Andalucía. Es decir, particularmente en aquellas con una mayor conciencia nacionalista o regionalista, según los casos. En otras, sin embargo, los estudios realizados hasta ahora son en general más simples y descriptivos o bien de recopilación histórica, sobre todo en el ámbito de la prensa y, últimamente, también en los del cine y la radio.

Por ello, parecía lógico que en Cataluña se realizara un informe de las características y amplitud del coordinado

por María Corominas y Miquel de Moragas, que no tiene precedentes en el conjunto español (los estudios anuales dirigidos por Bernardo Díaz Nosty se centran sólo en el sistema mediático), ni en cualquier otra comunidad autónoma. De esta manera, se erige claramente como un modelo a tener en cuenta para otros estudios de esta especialidad.

El Informe de la comunicació a Catalunya 2000, que nace con vocación de actualización bianual y que ha contado necesariamente con el patrocinio de instituciones públicas y privadas, ha requerido la colaboración de 44 expertos catalanes que han analizado las distintas industrias culturales tradicionales que conforman el macro sector de la comunicación, así como los soportes y las tecnologías digitales que constituyen hoy en día un aspecto clave en su evolución.

En efecto, la obra se divide en tres grandes apartados. En el primero (dedicado a la situación de los medios, con datos empíricos e interpretaciones) se estudian la prensa, la radio, la televisión, la publicidad, la cinematografía, los grupos de comunicación, las industrias editorial, fonográfica y videográfica, el fenómeno multimedios e Internet, las telecomunicaciones, la comunicación local, las políticas de comunicación, las lenguas y los diarios digitales. En la segunda parte (de carácter prospectivo) se analizan la comunicación empresarial, el derecho a la información y la ética periodística, la Unión Europea y la Sociedad de la Información, el impacto cultural de las nuevas tecnologías, el espacio catalán de comunicación en la era digital, las políticas culturales, el control democrático de la televisión y la comunicación política frente a las nuevas tecnologías. Finalmente, el tercer apartado está dedicado a fuentes documentales, como selección bibliográfica, tesis doctorales, centros de estudios y webs de interés en el ámbito comunicativo.

El conjunto de esta obra polifónica constituye una puesta al día de los estudios de estructura de la comunicación social en Cataluña y constituye sin duda la investigación más importante llevada a cabo en esta especialidad. Al tratarse de un libro colectivo, y a pesar del esmero puesto por los editores, aparecen algunas repeticiones — probablemente inevitables—, debido a que los grandes temas son abordados desde perspectivas que se cruzan, como la mediática, la lingüística, la empresarial o la territorial. Esto no resta mérito al conjunto pues es más que probable que, al convertirse en una obra de consulta obligada, el lector se interese por un aspecto específico y no intente abordar de una vez el conjunto del informe.

En definitiva, se trata de un estudio modélico entre nosotros, que esperamos tenga continuidad, para poder seguir la evolución y los cambios que se produzcan en Cataluña en el hipersector de la comunicación en los próximos años. Pero también sería bueno que en otras comunidades autónomas, e incluso en el conjunto español, se pensara en realizar una investigación similar, ya que los trabajos existentes han quedado superados por el paso del tiempo y por las transformaciones tecnológicas, sociales, políticas y económicas.

Daniel E. JONES
d.jones@wanadoo.es

[arriba](#)