

La Communication politique en Catalogne

Manuel PARÉS MAICAS

Universitat Autònoma de Barcelona

Working Paper n.36

Barcelona 1991

I. INTRODUCTION

L'objectif de cette communication est de faire une analyse plutôt descriptive des éléments les plus saillants du développement des concepts de communication et de culture politiques en fonction du rôle que jouent les media. Je m'abstiens volontiers de me référer aux importants apports dans ce domaine de la doctrine étrangère, notamment anglo-saxonne. Ce qu'il nous intéresse c'est d'étudier ces deux concepts de communication et de culture politique à la lumière de la réalité politique et communicationnelle catalane.

Je citerai le concept de communication politique dans le sens de tout message diffusé par les média ayant un rapport direct -ou médiatement direct- avec la dynamique politique d'un système social, quels que soient les acteurs -émetteur ou récepteur-, ou avec les rapports de pouvoir -soit de conflit, soit de consensus-, soulevés par les groupes d'intérêt, pouvant avoir des conséquences politiques.

Les émetteurs ou les récepteurs peuvent être le pouvoir exécutif, législatif ou judiciaire, les partis politiques, les groupes d'intérêt, les mouvements sociaux et même les citoyens. Il est évident, aussi, que la qualité d'émetteur comme institution, est assumée par les média eux-mêmes ou par les professionnels qui y diffusent leurs idées et leurs points de vue, et, naturellement, par les intellectuels.

Dans ce domaine les concepts pouvoir, idéologie, intérêts, conflits et consensus sont essentiels. Ceci signifie que la communication politique, par sa nature même, a toujours une tendance à devenir persuasive et même, manipulatrice parfois.

Finalement, dans cette analyse si sommaire il faut ajouter que, souvent, de plus en plus, dans toute communication politique, en plus de l'information elle-même on peut déceler des éléments de propagande, et même parfois, de relations publiques. D'ailleurs les techniques de la publicité font l'objet d'un usage chaque fois plus fréquent. Également je voudrais indiquer que lorsqu'on utilise ce concept parfois on ne prend pas suffisamment en considération la distinction qu'il faut établir entre la période de gestion gouvernementale et parlementaire et la période de campagne électorale. En effet nous nous trouvons en face, dans la pratique, de deux conceptions différentes sur la communication politique.

En ce qui concerne la culture politique, il s'agit d'un concept qui est de plus en plus utilisé chez nous, mais sans préciser toutefois sa signification ou son contenu. On peut faire plusieurs approches différentes de ce concept, mais je suis

d'accord avec le britannique Dennis Kavanagh (1) lorsqu'il affirme que c'est une expression qui d'une manière sommaire exprime l'ensemble de valeurs dans lesquelles agit un système politique. Il se trouve à mi-chemin entre l'état d'opinion publique et les opinions individuelles d'un citoyen (2). Kavanagh résume sa position en disant, d'après Almond, (3) que la culture politique c'est la distribution globale des orientations des citoyens vers les objets politiques.

Je ne voudrais pas finir ce paragraphe sans remarquer l'étroite liaison existante entre la socialisation politique à travers le processus de l'action de ses différents agents, et la culture politique comme sa conséquence immédiate. Sans doute, la culture politique de chaque société politique est-elle conditionnée par des facteurs historiques, sociologiques, éducatifs, économiques, etc., lesquels lui donnent, dans chaque cas, un contenu spécifique et distinctif. Nous devons indiquer aussi qu'on pourrait parler d'une culture politique socialement dominante et d'une culture politique subjective propre à chaque citoyen. En plus, on doit souligner que chaque idéologie entraîne par elle-même une culture politique avec des traits et un contenu particuliers. 1

II. QUELQUES REPERES CONCERNANT LES RAPPORTS JURIDIQUES ENTRE LA CATALOGNE ET L'ESPAGNE

Bien que mon sujet concerne notamment la Catalogne, il est indispensable dans ce domaine de se référer aux rapports avec l'Espagne. Bien que l'Espagne soit un État plurinational, pluriculturel et plurilingue, comme le reconnaît la Constitution de 1978, dans la pratique il est envisagé souvent d'une façon différente depuis Madrid ou Barcelone, depuis la plupart des territoires de l'Espagne, depuis la Catalogne ou le Pays Basque.

Du point de vue constitutionnel l'Espagne est intégrée par 17 Communautés Autonomes -avec leurs parlements et leurs gouvernements- dont trois possèdent les traits nécessaires pour se définir comme nations, voire la Catalogne, le Pays Basque et la Galice. En plus il y a naturellement, le gouvernement central qui siège à Madrid, la capitale de l'Espagne. La distribution des compétences est réglée par des lois organiques spéciales, les statuts d'autonomie, entre l'État et les Communautés Autonomes.

Depuis notre perspective il faut remarquer que le fait que l'Espagne soit un État d'autonomies n'exclut pas que l'Administration de l'État en tant que tel ait encore d'importants vestiges de la vieille conception centraliste du pouvoir. Cela

signifie l'existence de fréquents conflits de compétences entre l'État et la Catalogne et le besoin de se soumettre aux décisions du Tribunal Constitutionnel .

Logiquement le poids de Madrid dans l'ensemble de la vie espagnole est très grand. En effet, il s'agit d'une ville dynamique, ayant plus de 4.500.000 habitants, qui, en plus d'être la capitale politique et administrative, est la capitale économique et financière, ayant aussi une activité culturelle fort développée. Pour la plupart des espagnols Madrid est le miroir et le prestige de l'Espagne.

Vis-à-vis de l'Espagne et de sa capitale, la Catalogne a toujours montré une volonté ferme d'exercer un droit à la différence, en tant que société distincte. Ce sentiment partagé par la plupart des Catalans n'implique forcément pas la volonté de se séparer de l'Espagne, tel que l'attestent les résultats des élections en fonction des propositions des différents partis politiques.

Tout de même, dans le domaine de la communication de masse, il faut remarquer que le système espagnol est fort enraciné en Catalogne, comme nous verrons brièvement par la suite. En ce qui concerne le système catalan de communication de masse, ce que certains auteurs appellent l'espace catalan de communication, il est évident qu'il existe mais il faut accepter que son degré de développement et d'enracinement est moins consolidé qu'on ne pourrait l'imaginer, d'après ce que je viens d'exposer.

Par conséquent, ces constatations ont une influence certaine sur la manière dont se déroule la communication politique en Catalogne et, aussi, sur la façon d'agir des agents de socialisation politique qui configurent la culture politique dominante en Catalogne.

D'autre part, si l'on accepte avec plus ou moins de réticences que l'Espagne est plurinationale, pluriculturelle et plurilingue, dans le domaine économique, par contre, il existe un consensus plus ou moins généralisé qui fait que l'unité du marché soit une réalité, avec toutes les suites que ceci peut entraîner. Surtout si l'on tient compte du rôle que l'économie exerce dans les sociétés industrielles développées, où la libre initiative privée joue un rôle capital.

Si nous établissons un lien entre communication sociale et économie, nous devons considérer immédiatement le poids essentiel exercé par la publicité dans ce domaine et toutes les conséquences qui en dérivent. Etant donné que Madrid est aujourd'hui la capitale de la publicité espagnole -rôle assumée par Barcelone jusqu'aux années 60- et que la plupart des plus importants média

espagnols sont établis à Madrid, alors il n'est pas difficile d'arriver à la conclusion que la communication politique catalane se trouve médiatisée par toutes ces circonstances. De même les multimédia catalans -groupe Godó et groupe Z - ont déplacé à Madrid bon nombre de leurs activités.

Il faut accepter qu'une partie fort importante du pouvoir réel en Espagne, dans les différents domaines, se situe à Madrid. Puisque les rapports entre communication politique et pouvoir sont très étroits, il n'est pas nécessaire d'insister sur les implications de cette constatation.

En Catalogne, d'autre part, il est opportun de remarquer que le poids réel exercé par Barcelone dans l'ensemble de la Catalogne est plus ou moins comparable au poids que représente Madrid vis-à-vis du reste de l'Espagne. Barcelone, avec son aire d'influence spatiale et démographique immédiate, est une ville qui dépasse les 3 millions d'habitants -par elle-même elle n'a qu'environ 1.800.000 habitants- et la capitale incontestable de la Catalogne dans tous les domaines. Dans le domaine de la communication sociale, aussi, évidemment.

Sans doute, la Catalogne ne serait-elle pas ce qu'elle est sans Barcelone. Ce fait constitue sa grandeur et son hypothèque. On pourrait dire qu'il existe une dialectique, plus ou moins visible, entre Barcelone et le reste de la Catalogne. Voici un fait parfaitement constatable dans notre champ, entre les média catalans placés à Barcelone et les média ayant leur siège et leur espace de diffusion dans les diverses contrées de la Catalogne. Dans le deuxième cas, ces média sont souvent connus sous la dénomination de communication locale catalane. Néanmoins ce concept de communication locale peut avoir plusieurs interprétations, tel que nous le verrons par la suite.

III. LES COMPÉTENCES DANS LE DOMAINE DU DROIT DE LA COMMUNICATION

Pour comprendre les possibilités de développement de la communication politique en Catalogne, il est pertinent de faire quelques considérations sur les principales dispositions régissant les compétences de la Generalitat dans cet aspect concret.

L'article 20 de la Constitution espagnole reconnaît le droit à la communication comme un droit humain fondamental. La seule référence qu'il nous intéresse de remarquer ici c'est son alinéa num. 3 qui établit que "la loi réglera

l'organisation et le contrôle parlementaire des média dépendants de l'État ou de tout organisme public -voire Communauté Autonome, donc la Catalogne- et garantira l'accès à ces média des groupes sociaux et politiques significatifs, tout en respectant le pluralisme de la société et les différentes langues de l'Espagne".

Cette reconnaissance explicite de la pluralité linguistique de l'Espagne en rapport avec les média dépasse, à mon avis, les limites linguistiques et situe aussi la question dans sa pluralité culturelle. Ceci est important aux fins de ce travail.

Cependant, la disposition essentielle pour nous c'est l'article 149.1. 27, selon lequel l'État a la compétence exclusive dans "les dispositions de base du régime de presse, radio et télévision et, en général, de tous les média, sans préjudice des facultés qui, dans leur développement et exécution, correspondent aux Communautés autonomes".

L'article 16 du Statut d'Autonomie de la Catalogne de 1979 établit: "1. Dans le cadre des dispositions de base de l'État, le développement législatif et l'exécution du régime de radio et de télévision dans les termes et les cas fixés par la loi qui régleme la radio et la télévision (j'ajoute, de nature publique), correspondent à la Generalitat" (4).

"2. Elle peut aussi, dans le cadre de ces dispositions de base, prendre en charge le développement législatif et l'exécution 'du régime de presse et, en général, de tous les média".

"3. D'après les termes fixés précédemment, la Generalitat pourra réglementer, créer et maintenir sa propre télévision, radio et presse et, en général, tous les média, pour l'accomplissement de ses objectifs".

En plus, comme une conséquence de cet article, la disposition transitoire num. 7 indique que "en ce qui concerne la télévision, l'application du paragraphe 3 de l'article 16 implique que l'État accordera en régime de concession à la Generalitat l'utilisation d'une troisième chaîne de propriété de l'État -voire, ce qui sera après TV3- qui doit être créée spécifiquement, pour son émission sur le territoire de la Catalogne, dans les termes que prévoira cette cession..."

La Loi du 10 janvier 1980, que régleme le Statut de la Radio et de la Télévision (publiques) exprime dans son article 2 "qu'elle constitue, avec ses dispositions complémentaires d'ordre technique, la réglementation du régime des services publics -essentiels, d'après l'article 1- et elle sera d'application dans tout le

territoire espagnol. Le Gouvernement pourra octroyer aux Communautés autonomes, par l'entremise d'une loi approuvée par le Parlement espagnol, la gestion directe d'un canal de télévision, qui sera de titularité de l'État et qui sera créée d'une manière spécifique pour l'espace territorial de chaque Communauté autonome".

Comme suite de ces textes légaux que je viens de mentionner, on a publié la Loi du 26 décembre 1983 approuvant la création de ces troisièmes chaînes. Cependant, la Generalitat de Catalunya, en s'inspirant de l'article 16 de son Statut d'Autonomie, avait déjà publié le 30 mai 1983 une loi créant l'organisme public Corporació Catalana de Ràdio i Televisió qui a mis en marche le canal catalan TV3 et le poste émetteur Catalunya Ràdio. Cette attitude du gouvernement catalan a suscité une certaine polémique politique et juridique.

D'autres lois d'application générale sont la Loi du 18 décembre 1987 de Ordenación de las Telecomunicaciones (de réglementation des télécommunications); la Loi de la télévision privée du 5 mai 1988 créant trois chaînes à l'échelle de tout le territoire espagnol. Par contre, il n'y a pas de législation spécifique pour la télévision par satellite et par câble, ni pour les télévisions communautaires (ces dernières ayant une grande importance en Catalogne).

Les dispositions régissant la radio ont trait principalement aux concessions de fréquences. En plus, le R. Decreto du 6 octobre 1977 a accordé à tous les postes émetteurs, publics ou privés, la liberté de diffuser des informations, brisant ainsi le monopole dont jouissait, jusqu'alors, Radio Nacional de España. Sur la presse, après la dérogation de la Loi de 1966, il n'y a pas eu de dispositions d'ordre général (5).

La capacité législative du Parlement de la Catalogne est assez limitée dans ce domaine ce qui a des conséquences sur le développement de notre communication politique. Il faut accepter que notre marge de manoeuvre est restreinte et que, du moins dans cet aspect, le degré de notre autonomie est mince.

IV. L'IDENTITÉ CULTURELLE ET NATIONALE CATALANE

Je crois qu'il n'est pas possible d'aborder notre sujet sans faire quelques considérations sur les éléments les plus saillants de notre identité culturelle et nationale.

Les facteurs principaux de notre identité sont l'es suivants:

Le territoire de la Catalogne occupe 31,895 Km² et il se trouve au nord-est de l'Espagne. Il fait frontière avec la France et il est baigné par la Méditerranée.

Sa population est d'environ six millions d'habitants, parmi lesquels il n'y a qu'environ 65% qui soient autochtones. On doit souligner les importantes migrations de population des années soixante en provenance en particulier du sud agricole espagnol. Une partie de ceux qui sont nés en Catalogne correspond à des enfants nés de parents immigrés (environ 10/15%). Il faut remarquer que la Catalogne a été, historiquement, une terre de passage. Ce fait prouve que l'ethnie catalane est pleine d'influences externes.

La langue catalane est considérée par la plupart des catalans comme l'élément essentiel de leur identité. Néanmoins, du point de vue constitutionnel, la Catalogne a deux langues officielles: le catalan et le castillan ou espagnol. La grande majorité de la population catalane est bilingue, tandis qu'une grande partie des immigrés sont monolingues en castillan. En plus, une partie remarquable de la bourgeoisie catalane préfère souvent utiliser la langue castillane.

A cet égard il faut souligner la situation d'oppression vécue par la langue catalane pendant le régime franquiste, qui a eu des suites très adverses, principalement dans son utilisation écrite. En plus, les effets positifs de la Loi de normalisation linguistique de 1983 n'ont pas encore accompli pleinement le but qui visait que le catalan soit employé par la population non-catalane habitant en Catalogne -lesquels sont citoyens catalans avec la même assiduité que le castillan.

L'histoire est un autre élément essentiel, a partir du Moyen Age, lorsque l'essor de la Catalogne a été le plus grand. Tout en acceptant l'importance intrinsèque de ce facteur pour le développement et la consolidation de notre identité, il est évident que, en partant de celui-ci, ainsi que du temps présent, avec tous ses aléas, nous devrions envisager l'avenir comme un projet ouvert.

Cependant, il faut ressortir le rôle que joue notre volonté de développer notre société civile comme l'expression de notre volonté de nous manifester comme Catalans. Il est certain que cette expression est un concept fort ambigu qui n'est pas toujours facile à saisir. Il a même des composantes mythiques.

La culture est un autre pivot essentiel. Il faut distinguer entre le concept de culture dans le sens anthropologique et -la culture dans le sens sociologique de création et de représentation. Dans ce deuxième cas, nous devons faire la distinction entre la culture académique ou d'élites -et, aussi, entre la culture littéraire et la culture des arts plastiques- et la culture populaire et, même, la culture ouvrière. Également, il faut tenir compte de la culture de masse.

A mon avis, il nous manque un consensus sur notre projet d'avenir en termes politiques, sociologiques, linguistiques, culturels, économiques, etc. Souvent, malheureusement, des idées très suggestives ne se correspondent pas à une réalité que nous ne maîtrisons pas toujours.

Il existe une culture d'élite et une culture populaire catalanes,, mais en ce qui concerne la culture de masse notre apport est limité et nous assistons à un certain déclin de notre industrie culturelle -par déplacement a Madrid- sauf dans le domaine des éditions.

Un problème singulièrement important c'est celui des rapports entre culture et langue. Il y a un courant d'opinion qui pense que la culture catalane est celle écrite, parlée ou jouée en catalan, tandis qu'il existe un autre courant qui soutient, qu'il faut considérer comme culture catalane toute la culture réalisée en Catalogne même celle produite en castillan. La question est fort débattue.,

A cet égard, tel qu'on peut le constater lorsque je me réfère au système de communication catalan, on peut voir qu'à côté des média publics ou privés catalans qui ont été créés après 1975, il faut ressortir le rôle important qu'ont joué -et que jouent- dans la consolidation de notre identité des média en castillan, quelques-uns existant depuis de longues années.

En ce qui concerne la politique, nous en parlerons plus longuement ci-dessous.

De même, on doit tenir compte de la dimension économique. Nous sommes l'une des parties les plus développées de l'État espagnol, avec un niveau de vie élevé en termes espagnols. Il y a une présence remarquable des multinationales, européennes, nord-américaines et japonaises. Tout de même, en termes globaux, nous sommes une économie qui dépend beaucoup de l'Espagne et des investissements étrangers.

The last but not the least il faut mentionner le facteur psychologique, voire l'expression de la conscience et la volonté d'être catalan, de se sentir catalan et de s'identifier avec tous ses signes d'identité. (Le drapeau, les hymnes, les traditions, les chansons ...).

Je pense que maintenant on pourrait considérer que celui-ci est l'élément le plus caractéristique de notre identité, tout en tenant compte que chaque personne, en fonction de son origine, son éducation, son idéologie, ses intérêts, etc., peut l'interpréter à sa manière d'une façon subjective. Naturellement, avec des composantes mythiques, qui ne sont pas toujours simples à expliquer.

Il est certain que les élites culturelles catalanes ont une idée de ce qu'on doit entendre par notre identité, mais je dois ajouter immédiatement que là-dessus il existe aussi des formulations idéologiques différentes.

Le grand problème qui se pose c'est de savoir si nous devons refuser le sentiment d'appartenance à la Catalogne, d'identification avec elle, ressenti et exprimé par un certain pourcentage de catalans -immigrés ou non- qui ne connaissent pas suffisamment ou ne partagent pas complètement ces idées. En d'autres termes, ceux qui ont de la Catalogne une conception qui ne coïncide pas avec une vision que nous pourrions appeler puriste de la Catalogne.

Voilà une question essentielle qui joue aussi un rôle dans ce qu'on peut concevoir comme processus de formation de la culture politique des catalans à travers les différents agents de socialisation politique. Malheureusement, je dois souligner que l'apport des intellectuels à ce débat a été restreint et s'est souvent borné à soulever des confusions. Je crois que nous assistons à une certaine crise d'intellectuels, dont leur apport devrait être de formuler de nouvelles propositions d'analyse dans ce domaine.

Tout en regrettant qu'il s'agisse d'un sujet auquel notre doctrine y a consacré jusqu'à présent une attention fort limitée, j'aimerais faire quelques réflexions sur la culture politique en Catalogne. Des considérations semblables peuvent être faites sur le concept d'opinion publique -mieux, des opinions publiques- en Catalogne.

Etant donné les liens étroits existants entre culture politique et socialisation politique, je crois qu'il serait très convenable de voir quel est le rôle, en tant qu'agents de la socialisation politique de nos citoyens, du système éducatif, de l'histoire, des institutions religieuses, des partis politiques, des syndicats, des

associations bénévoles etc. Dans ce travail ce sont les mass media, dont le poids est, à mon avis, essentiel, qui nous intéressent particulièrement.

Si nous envisageons la fonction d'éducation permanente des media, nous constatons que leur influence dans le domaine du développement politique est crucial, puisque nous, les citoyens, nous nous socialisons politiquement grâce à ceux-ci. Par conséquent, nous élargissons et nous consolidons notre culture politique comme suite de l'action qu'exercent sur nous-mêmes les média auxquels nous nous exposons.

Dans notre système politique pluraliste où la volonté démocratique est, dans l'ensemble, indubitable, notre culture politique se fonde, en plus des éléments de socialisation auxquels nous venons de faire référence, sur la Constitution espagnole et notre Statut d'autonomie, et sur la connaissance -plus ou moins explicite- et l'importance des Déclarations des droits humains. Naturellement, l'apport de notre histoire, et particulièrement de notre histoire immédiate, y joue un rôle également.

Je voudrais souligner, simplement a titre d'énonciation, qu'on pourrait distinguer entre une culture politique de base espagnole et une culture politique catalane, chacune répondant aux traits qui les caractérisent. En plus, on pourrait parler d'une culture politique partagée par une majorité de la population et d'une culture politique individuelle étant la conséquence du processus d'intériorisation que chaque citoyen catalan fait en fonction de son idéologie et de ses intérêts.

Si l'on croit qu'il faut formuler quelques-uns des éléments pouvant exprimer notre culture politique, je mentionnerais les suivants:

- Un sentiment de nationalisme, plus ou moins explicite, et souvent ambigu, où il n'est pas toujours clairement perçu le rôle actuel et futur de la Catalogne en Espagne. Cela peut donner lieu à des solutions autonomistes, fédérales ou d'indépendance.

- De même, ce n'est pas très évident ce qu'est notre identité culturelle, ni le rôle que joue la langue catalane, compte tenu de la situation actuelle que j'ai décrite auparavant. En tout cas on remarque que la défense de notre culture et de notre langue devient souvent pour beaucoup un facteur préalable.

- Dans un contexte ou constitutionnellement nous sommes des citoyens espagnols nous nous sentons aussi foncièrement européens, souvent

méditerranéens, et parfois latins.

- Du point de vue idéologique, en général ce qui l'emporte c'est une attitude d'acceptation et de défense -explicite ou implicite- des valeurs libérales et bourgeoises. Les attitudes de gauche doivent adapter leurs positions à ce fait.

- Le sentiment religieux a beaucoup diminué et pour l'instant on ne voit pas de revirement dans cette direction.

- Je crois que nous nous sentons démocratiques et que, en général, nous agissons dans ce sens. Actuellement, les positions extrêmes ne sont pas à l'ordre du jour pour la plupart de la population. Nous sommes aussi un pays qui prône l'ordre en liberté et refuse l'anomie.

V. LE SYSTEME DE COMMUNICATION SOCIALE CATALAN ET SES RAPPORTS AVEC CELUI ESPAGNOL

Pour comprendre le développement et le contenu de notre communication politique il est nécessaire de tracer les grandes lignes de notre système de communication et de ressortir ses liens étroits avec le système espagnol.

En ce qui concerne la télévision, actuellement on reçoit en Catalogne les deux chaînes publiques espagnoles, TVE 1 et TVE 2 lesquelles possèdent à Sant Cugat, près de Barcelone, un centre opérationnel qui produit et diffuse des émissions en castillan et en catalan, dans le deuxième cas surtout à travers TV2.

En plus, il y a déjà trois chaînes privées qui fonctionnent: Antena 3 (sous l'impulsion notamment du groupe multimédia catalan Godó, qui participe aussi au réseau radiophonique à travers Antena 3 Radio et qui possède le principal journal catalan, en castillan, "La Vanguardia"); Telecinco (sous l'égide de Silvio Berlusconi, la ONCE, l'organisation espagnole des aveugles, et aussi du capital catalan); et Canal Plus (dont les principaux actionnaires, en plus du Canal Plus France, avec 25%, sont Prisa -important groupe multimédia possédant le quotidien "El País", le plus important de l'Espagne, et la chaîne radiophonique privée, Sociedad Española de Radiodifusión (SER), qui est aussi la plus puissante de l'Espagne).

Le siège de ces chaînes privées se trouve à Madrid. Elles vont diffuser tout au long du territoire espagnol et en Catalogne elles n'utilisent que le castillan.

Les média publics catalans de télévision sont TV 3 et Canal 33 (le premier généraliste, et le deuxième, plutôt thématique, culturel et sportif). Leur langue est le catalan. Il n'y a pas de télévision privée catalane. Par contre il y a environ 50 télévisions locales ou communautaires qui fonctionnent et qui sont établies surtout en dehors de Barcelone et créées par des associations volontaires ou parfois par les municipalités. Aussi, la plupart utilisent-elles le catalan. On peut dire que ces télévisions locales, de même que la presse locale et, dans une certaine mesure, les radios municipales, sont une expression de la volonté d'expression de la société civile catalane dans ce domaine.

En ce qui concerne la radio, il faut citer d'abord Radio Nacional de España, la radio publique de l'État espagnol, dont le siège central est à Madrid, qui possède en Catalogne (à Barcelone) les postes émetteurs suivants: Radio 1 (le centre du réseau se trouvant à Madrid, mais elle diffuse aussi depuis Barcelone des émissions en castillan et en catalan), Radio 2 et Radio 3 (les deux émettant depuis Madrid et en castillan). A Barcelone il y a aussi Radio 4 (seulement en catalan) et Radio 5 (surtout en castillan).

Etant donné l'importance de la radio privée, en Catalogne on retrouve toutes les grandes chaînes espagnoles, qui ont leur siège à Madrid qui diffusent: Sociedad Española de Radiodifusión (SER), Cadena de Ondas Populares Españolas (COPE, dont le principal actionnaire est la Conferencia Episcopal Española), RATO, Antena 3. Celles-ci y possèdent leurs postes émetteurs respectifs.

Les postes émetteurs de la radio publique catalane dépendants de la Generalitat de Catalunya sont Catalunya Ràdio et Ràdio Associació de Catalunya. En plus, on calcule qu'il y a plus d'une centaine de radios municipales qui fonctionnent, dont leur statut légal est de tolérance, puisqu'elles n'ont pas encore reçu l'autorisation légale nécessaire pour émettre.

Ces radios municipales ont été créées directement par la mairie ou sous l'impulsion de celle-ci. Elles sont financées totalement ou partiellement par la municipalité elle-même ou complémentirement par la publicité. Leur langue usuelle est la catalane. Du point de vue de ce travail, cette sorte de média exerce un rôle important dans le développement politique des villes petites et moyennes de la Catalogne.

A propos de la presse il faut distinguer entre les journaux et même les magazines publiés à Barcelone, (il n'y en a pas à contenu strictement politique) et les quotidiens ou revues ou publications périodiques qui sont édités dans le reste

de la Catalogne. Logiquement, du point de vue quantitatif, la diffusion des premiers est beaucoup plus grande que celle des seconds.

La diffusion des quotidiens de Barcelone (d'après les contrôles de l'OJD espagnole de 1989) est la suivante:

Taula1

J'imagine que cette information est suffisamment explicative par elle-même des prises de position de la presse de Barcelone dans le domaine qui nous intéresse ici.

Il faut remarquer que la plupart des journaux et des publications périodiques catalanes qui paraissent en dehors de Barcelone sont en catalan ou bilingues. Leur diffusion peut se situer au niveau d'une localité ou d'une ou de plusieurs contrées, ou d'une province. Leur importance réelle est remarquable, puisqu'ils reflètent les différents courants d'opinion de la société civile catalane.

A titre de conclusion de ce que je viens d'exposer dans cette section, je pense que le système politique espagnol des médias à travers lesquels circule notre communication est fort centraliste et que souvent il est conditionné en fonction des prises de position idéologiques ou d'intérêts, quelques fois externes à nos soucis les plus immédiats. En outre il n'existe pas une corrélation entre notre degré d'autonomie politique et notre autonomie communicationnelle, qui est, à mon avis, peut-être plus restreinte. A cet égard il ne faut pas oublier que l'Espagne est censée être une unité de marché. Ici nous sommes poussés à établir un lien entre notre développement économique et le rôle des médias à travers la publicité.

VI. LA POLITIQUE DE COMMUNICATION EN CATALOGNE

Le concept même de politique de communication n'est pas d'usage chez nos responsables politiques, bien que les experts l'utilisent souvent. Cela veut dire qu'on n'a pas conscience de la nécessité de définir au préalable une politique qui fixe les objectifs à accomplir en fonction des prémisses politiques, culturelles, éducatives, économiques, technologiques, etc.

D'autre part, en général, il n'existe pas, non plus, le critère qu'une politique publique de communication est étroitement liée aux politiques publiques culturelle

et éducative. Dans le même sens on peut l'affirmer quant aux rapports existants entre ces politiques publiques et la communication politique dans son ensemble.

Il faut cependant tenir compte de la marge de compétence limitée que la Constitution octroie aux Communautés autonomes, reflétée dans notre cas par notre Statut d'Autonomie. Il faut y ajouter la courte durée de l'exercice de ces compétences, puisque la Constitution fut édictée l'année 1978 et le Statut d'Autonomie en 1979.

Néanmoins, j'ai l'impression que le Gouvernement de la Generalitat de la Catalogne n'accorde pas une importance suffisante à cette perspective. Ainsi, on constate que, en 1980, il a créé le Département de Culture et des Média, mais en 1982, il a retiré de ce Département toute compétence sur les média, surtout la télévision et la radio, laquelle a été transférée à la Présidence elle-même. Les aspects concernant la presse et le livre, de contenu surtout administratif, demeurent toujours du ressort du dit Département.

On peut rétorquer qu'on a fait un grand effort politique pour la création de TV3 et que celle-ci joue un rôle important dans le développement de notre identité. Tout de même, bien que notre société civile ait la conscience de l'importance essentielle des média pour son épanouissement, l'absence de cette politique de communication est évidente.

Une société qui se montre si préoccupée par tout ce qui a trait à son identité, devrait avoir aussi un souci spécial pour définir les buts et les priorités de cette politique. Par exemple, quel doit être le rôle de la Catalogne dans les domaines des nouvelles technologies de la communication en général? ou de la télévision par câble ou par satellite? Comment doit-on envisager le développement des télécommunications? y a-t-il des possibilités pour les média catalans de diffuser au-delà de nos frontières? quel est le futur de l'industrie catalane de la publicité vis-à-vis du reste de l'Espagne et de la Communauté européenne?

Je ne crois pas que nous ayons des réponses toujours valables à ces questions ni à beaucoup d'autres qui peuvent se poser. Tout de même des efforts isolés peuvent être mentionnés (6).

VII. LA COMMUNICATION POLITIQUE EN CATALOGNE

Tous les éléments de référence que je viens d'offrir sont nécessaires pour

se rendre compte des bases sur lesquelles se déroule la communication politique en Catalogne dans ses diverses perspectives.

Cette taxonomie a trait aux rapports entre le pouvoir politique, et ses diverses instances, et le citoyen. Mais à ceci il faut y ajouter le rôle qu'exercent les partis politiques, les mouvements sociaux, les groupes d'intérêt et même les citoyens, dans leurs confrontations avec le pouvoir politique ou entre eux-mêmes, comme suite des différends idéologiques ou d'intérêts.

C'est logique que maintenant ces confrontations s'expriment et se reflètent à travers les média, d'où vient la nécessité de remarquer les liens privilégiés existants entre la dynamique politique et les média.

De toute façon, si l'on tient compte des limites des compétences de la Generalitat, on s'aperçoit que l'influence du pouvoir central est déterminante. Par conséquent, aussi, l'origine de beaucoup d'informations de nature politique et leur contenu. En effet, les média accordent une attention spéciale aux nouvelles provenant de Madrid. A ce sujet, il faut rappeler le centralisme médiatique espagnol, le fait que les multimédia -même ceux d'origine catalane- misent sur Madrid et aussi l'absence d'une agence d'information catalane.

En général, la communication politique provenant du Gouvernement de la Generalitat a souvent un caractère fort personnalisé, axé sur son président. Ainsi, après les réunions de son Conseil exécutif, c'est le président lui-même qui expose aux journalistes les décisions adoptées. Comme il est d'usage dans ces cas dans la plupart des gouvernements, ces informations n'ont pas uniquement ces caractéristiques, mais elles prétendent aussi devenir des instruments de légitimation vis-à-vis de l'opinion publique. Voire, elle ont toujours, à des degrés différents, une intentionnalité persuasive, donc propagandistique.

En Catalogne, les principaux émetteurs institutionnels sont le président de la Generalitat, les "consellers" (ministres du Gouvernement catalan) certains députés, notamment les porte-paroles des groupes parlementaires, les hauts fonctionnaires agissant sur des questions de conflits. Le Président du Parlement a une présence aux média moins remarquable. De même on peut dire du président ou des membres des tribunaux, sauf s'il s'agit d'affaires ayant un grand retentissement public. El Síndic de Greuges -l'ombudsman catalan- pourrait être un émetteur plus fréquent, en fonction de ses compétences. De même on peut dire, sur un autre terrain, du Délégué du Gouvernement central en Catalogne.

Les partis politiques essaient toujours de devenir une source d'information ou des émetteurs qualifiés. Tout d'abord, la coalition *Convergència i Unió* au Gouvernement, et principalement *Convergència Democràtica de Catalunya*, car la présence médiatique de l'autre parti (*Unió Democràtica de Catalunya*), qui a beaucoup moins d'électeurs, est moins visible.

En ce qui concerne les autres partis politiques, il faut ressortir le poids du *Partit dels Socialistes de Catalunya*, lequel est le grand rival du parti *Convergència Democràtica*. Il est convenable d'indiquer que des quatre types d'élections qui ont lieu -les législatives, les européennes, les autonomiques et les municipales- ladite coalition gagne uniquement aux troisièmes, car aux autres ce sont les socialistes qui les emportent.

Cela signifie dans la pratique une confrontation entre ces deux partis, en tenant en considération que *CiU* a gagné jusqu'à présent les élections autonomiques à trois reprises depuis le début de l'année 1980, alors que le *PSC* gouverne non seulement à la mairie de Barcelone, mais aussi dans bien de municipalités importantes catalanes. Nous nous trouvons en face d'une des questions clés de la politique catalane: la confrontation entre le parti gouvernant la *Generalitat* (actuellement avec une majorité absolue) et la coalition gouvernant l'Hôtel de Ville de Barcelone. C'est-à-dire, la dialectique entre le gouvernement de la Catalogne et celui de sa capitalité et de sa conurbation urbaine.

Les autres partis (*Iniciativa per Catalunya*, *Esquerra Republicana de Catalunya*, *Centro Democrático y Social* et *Partit Popular*) ont une incidence plus restreinte dans les médias. De même, et dans un degré plus accentué, on peut dire des partis non parlementaires, notamment ceux de gauche.

On a l'impression, également, que les réunions ou conventions ou congrès célébrés par les partis ont un double objectif: d'une part, essayer de définir des politiques en fonction du changement des circonstances, fixer et énoncer des stratégies, établir des consensus entre les divers courants, etc., mais, d'autre part, faire en sorte que les médias s'occupent de ces questions.

Pour les partis politiques leur présence dans les médias est fondamentale, puisque, de plus en plus, ils sont des partis misant sur les électeurs que sur les militants car il y a une élection chaque année depuis 1977. Les médias sont devenus, donc, leur instrument prioritaire.

Sans doute, les divers types de campagnes électorales sont tous très

influencés par les pratiques nord-américaines dans ce terrain. C'est-à-dire, on conçoit maintenant une campagne électorale comme une action dégagée du marketing politique global du parti politique, avec une définition précise des objectifs à atteindre et la mise en oeuvre des moyens nécessaires pour y aboutir. Comme suite à cela, la campagne de propagande électorale de chaque parti est élaborée et réalisée en y appliquant les techniques et les procédés de relations publiques les plus sophistiqués.

Cela pose immédiatement le problème de son financement et malgré ce que prescrit, en termes restrictifs, la loi du 19 juin 1985 sur le régime électoral général, et la loi du 3 juillet 1987, sur le financement des partis politiques, les dépenses accomplies par les partis politiques sont largement supérieures à leur capacité économique. Ceci origine de pressantes exigences d'obtenir des ressources pour faire face aux obligations économiques engagées.

Il faut remarquer néanmoins que ces dépenses élevées se produisent nonobstant le fait que les média publics et la télévision privée accordent aux partis des espaces gratuits d'après ce qu'établit la loi mentionnée du 19 juin 1985. On pourrait se demander que se passerait-il autrement?

Effectivement, l'article 23 de la Loi du 10 janvier 1980 établit l'existence de ces espaces gratuits et la Loi du 23 de mai de 1988 sur la télévision privée applique le même critère. En toute occurrence, les investissements des partis politiques surtout dans la presse quotidienne, l'affichage, la radio privée, les mailing, les dépliants, etc., sont fort élevés.

On peut affirmer que, de même que ce qui arrive dans les campagnes de publicité commerciale, les campagnes électorales sont des actions de propagande où se conjuguent toujours, d'une part les techniques et le langage de la publicité, et de l'autre les techniques des relations publiques. Mais avec la particularité que, à la différence de la publicité commerciale où les études de marché sont réalisés d'habitude au préalable, dans les campagnes électorales les sondages d'opinion diffusés par les, média sont un instrument d'une grande valeur pour essayer d'influencer les voix des électeurs. Pour cette raison, ladite loi du 19 juin 1985 interdit leur diffusion, à travers les média, cinq jours avant la célébration des élections.

Il est logique que nous octroyions un rôle capital aux campagnes électorales dans le contexte du développement de notre système politique et de notre communication politique. C'est pourquoi je me suis permis de faire une distinction nette entre la communication politique dans les périodes de gestion de

gouvernement et dans les périodes d'élections, bien que la première intervienne aussi lorsqu'ont lieu les secondes.

En ce qui concerne les débats politiques, ils ont acquis aussi chez nous le droit de cité pendant les périodes électorales. En Catalogne -de même qu'en Espagne- dans les débats organisés par les médias, notamment la télévision -jusqu'ici de nature publique, car nous n'avons pas encore d'expérience sur la télévision privée- on assiste à la participation des partis ayant eu une représentation parlementaire lors des dernières élections.

Il est intéressant de noter l'importance croissante, par leur présence aux médias, de certains mouvements sociaux et des groupes de pression économiques, culturels, professionnels les plus caractéristiques. Pour eux c'est une prémisse essentielle que de jouir de cette présence médiatique à l'objet d'essayer d'influencer l'opinion publique et, par ricochet, les pouvoirs politiques. Par conséquent leur poids dans notre communication politique est notoire. Il est naturel que le rôle joué par les citoyens, à titre individuel, dans la communication politique, soit minime.

Aussi peut-on dire qu'aujourd'hui, de plus en plus, la politique acquiert chez nous toutes les caractéristiques de la politique spectacle, avec toutes les connotations et conséquences qu'on peut tirer de ce fait.

Dans la domaine international, bien que la Generalitat n'ait aucune compétence, il faut observer que le président actuel -à l'instar des autres présidents de communautés autonomes, mais dans un degré beaucoup plus poussé- mène une action internationale très dynamique. On pense qu'elle produit des résultats positifs pour la diffusion de, l'identité de la Catalogne et de la consolidation d'une image de prestige international. On croit qu'elle est particulièrement fructueuse dans les aspects culturel et économique. Dans le terrain économique à triple sens: a) pour promouvoir les échanges commerciaux; b) pour attirer les investissements étrangers; c) pour stimuler l'action internationale des entreprises catalanes.

Aussi, l'organisation par Barcelone des Jeux Olympiques 1992 a donné un nouvel élan à tout ce qui concerne le rôle international de cette ville, son épanouissement urbanistique, sportif, etc. L'activité de son maire, Pasqual Maragall, est remarquable, et avec lui toute l'organisation qui y travaille.

C'est logique que cette dimension internationale de la Catalogne et de Barcelone ait eu des suites dans leur dimension communicative globale, et,

naturellement dans tous les aspects se rapportant au domaine politique, donc à sa communication politique. Ceci autant au niveau de l'attention accordée par les média catalans et espagnols, que par les media étrangers des pays où ces actions ont eu lieu.

Taula1

Titre	Langue	Difussion
La Vanguardia (groupe Godo)	Castillane	202.741
El Periódico (groupe Z)	Castillane	157.192
El País	Castillane	c.60.000
AVUI	Catalane	37.220
Diari de Barcelona	Catalane	13.674
El Observador	Castillane	----

NOTES

(1) ALLEN, George and UNWIN: Political Science .and Political Behavior. Londres, 1983; p. 50.

(2) Op. cit, p. 49.

(3) Selon Gabriel Almond la culture politique "est le modèle particulier d'orientation vers les objets politiques auxquels un système politique se trouve immergé. Ces orientations sont des prédispositions vers l'action politique et elles sont déterminées par des facteurs tels que la tradition, la mémoire historique, les motivations, les règles, les émotions, les symboles ... Ces orientations peuvent être cognitives, affectives et d'évaluation ou de jugement... Ces objets politiques incluant des institutions telles que les pouvoirs exécutif, législatif et judiciaire, les partis politiques et les groupes de pression, l'image que chaque personne a d'elle-même comme acteur politique, ainsi que son image personnelle sur les autres citoyens".

(4) Il s'agit de la Loi du 10 janvier 1980.

(5) D'autres lois à caractère général qu'il faut mentionner sont les suivantes: Loi du 5 avril 1968 sur les secrets officiels, modifiée par la loi du 7 octobre 1978. Loi du 5 mai 1982 sur la protection civile au droit à l'honneur, l'intimité personnelle et familiale et à l'image propre. Loi du 26 mars 1984 sur le droit à la rectification. Loi du 2 juillet 1987 sur les partis politiques. Loi du 19 juin 1985 sur les partis politiques. Loi sur la propriété intellectuelle (droit d'auteur) du 11 novembre 1987. Loi du 11 novembre 1988 sur la publicité.

(6) GIFREU, Josep: Sistemes i polítiques de comunicació a Catalunya. L'Avenç. Barcelona, 1983.

GIFREU, Josep, dir. (avec la collaboration de RECODER, Maria José et CORBELLA, Joan): Comunicació, llengua i cultura a Catalunya. Institut d'Estudis Catalans. Barcelona, 1986.

MORAGAS, Miquel: Espais de comunicació. L'experiència de la comunicació a Catalunya. Ed. 62. Barcelona, 1988.

PARES MAICAS, Manuel: Politique culturelle et politique de communication en Catalogne, dans Québec-Catalogne, deux nations, deux modèles culturels, sous la direction de Gaëtan TREMBLAY et M. PARES MAICAS, Université du Québec à Montreal. Montreal, 1987; pp.237 et ss.