

La música popular a Catalunya a l'última dècada: obertura, pluralització i reconstrucció

Pep Blay

No seria cap tòpic repetir que la música ha estat l'aneguet lleig de la cultura catalana des del punt de vista institucional. Portem ja més de dues dècades de democràcia i de foment de la cultura popular, i encara no s'han posat les bases ni la infraestructura adequades per fomentar una indústria autòctona solvent i eficaç capaç de descobrir ni d'exportar, ni hi ha els circuits necessaris per desenvolupar aquest art amb les mateixes condicions amb què ho ha fet el teatre o la literatura, per exemple. Paradoxalment, l'interès del públic català per tots els tipus de música ha augmentat notablement, de la mateixa manera que ho han fet els artistes. Mai com ara, a punt d'entrar l'any 2000, la cultura catalana no havia disposat de tants músics ni de tants gèneres variats. Si bé la seva repercussió, dins i fora de les nostres fronteres, encara no és la que mereixeria, és cert que al llarg dels anys noranta ha crescut un planter de creadors obert, plural, que busca el seu camí per trencar els motlles i els estàndards, o bé per afegir-ne de nous que en el nostre país encara no s'havien practicat.

Els setanta, el fenomen de la Nova Cançó va eclipsar la resta de gèneres a nivell popular, mentre es gestava un rock laietà amb esperit d'avantguarda i Tete Montoliu despuntava en solitari en el jazz mundial. Els vuitanta, la cançó va entrar en crisi i els grups de rock en llengua castellana fugien cap a Madrid: el Último de la Fila, Rebeldes, Loquillo. Amb les multinacionals desplaçades a Madrid i sense gairebé indústria, Barcelona perdia elements de capitalitat. Els noranta signifiquen la reconstrucció del panorama musical. Una reconstrucció lenta, amb molts obstacles i a la qual encara queda un llarg camí, però que almenys ja s'ha iniciat. Un elenc

de joves músics que han renovat el jazz es combina amb la proliferació exagerada de grups de pop i rock de les tendències més variades; esclata el techno i tot allò que té a veure amb l'electrònica, mentre neix un incipient moviment de creadors de noves músiques; la cançó no acaba de trobar relleu, però el flamenc català arriba a les cotes més altes de la seva història; s'assenta la música tradicional i la contemporània continua gestant alts talents que es mantenen desgraciadament en la marginalitat, mentre que la clàssica continua vivint dels mateixos noms de sempre. Aquesta sensació que podem tenir els analistes, ¿es veu al carrer? Probablement, no. La música popular anglosaxona domina aclaparadorament la indústria i els mitjans de comunicació i l'aportació autòctona queda en un espai reduït, acompanyada dels típics prejudicis i desconfiances sobre el seu nivell qualitatiu, que no es tenen en altres països de vocació més imperialista o *chauvinista*.

A continuació, donarem algunes pinzellades per entendre quina ha estat l'evolució de la música catalana els anys noranta a través dels seus gèneres, alguns dels quals, com veurem, han aparegut directament aquesta dècada.

El rock (I): l'aventura del català

Si hi ha cap protagonista de la dècada, potser més a nivell sociològic que per un interès estrictament estètic o artístic, aquest és sens dubte el rock: a la fi dels vuitanta, va produir-se un *boom* de grups que utilitzaven la llengua catalana per a aquest gènere. Mentre Barcelona es convertia en un mer aparador de tot allò que sorgia fora del Prin-

cipat, en altres comarques catalanes, necessitades també d'una oferta rockera en directe i a la qual no tenien accés, naixien joves bandes sense grans previsions de renovació artística però amb un llenguatge fresc i proper al seu públic. Sense televisions, sense que cap mitjà de comunicació important a nivell nacional els fes ni cas, sense gairebé ni una discogràfica que apostés per ells, omplien els recintes on tocaven i generaven tot un fenomen de *fans*. Era clar que hi havia una demanda de rockers autòctons més propers a la joventut que els mites inassequibles anglosaxons. Una petita indústria discogràfica va sorgir per donar sortida a aquests grups: Salseta Discos, Discmedi o Picap van veure com hi havia un lloc per a aquestes joves bandes, que no tenien complexos per interpretar música d'arrel anglosaxona en català. Fins i tot no dubtaven a parlar directament de la seva terra en himnes com *L'Empordà* o *Tarragona m'esborrona*. El llenguatge era íntimament proper al seu públic. Des de les terres gironines, sorgia el rock de guitarres i tradició *setantes* de Sopa de Cabra, o el rock dur de Sangtraït. Des d'Osona, el pop aferradís de Sau. Des de Tarragona, el pop festiu d'Els Pets. Alguna cosa canviava a Catalunya.

El 1991 arribava la consagració, l'hora de desembarcar definitivament a la gran capital. Aquests quatre grups van omplir el Palau Sant Jordi en un concert organitzat per Resson, el raconet musical del departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. Definitivament, es podia parlar d'un fenomen: el rock català. De sota les pedres sortien bandes que van viure el seu moment de glòria fonedissa: Mi-te'ls, Tancat per Defunció, la Gran Aventura, Tradivàrius... D'altres, en canvi, es van consolidar: Umpah-pah, Lax'n'Busto o Brams. Fins i tot les multinacionals es van adonar del negoci que suposava la popularitat d'aquests grups, i alguns van ser temptats per la gran indústria del disc: Sopa de Cabra va fer cap a Ariola, Sau a Emi, Umpah-pah a RCA, la Gran Aventura a Sony. L'eufòria es va exagerar fins al punt que les festes majors van canviar la seva filosofia i la nit de revetlla popular es va canviar pel festival de rock català, barrejant els grups sense tenir en compte les diferències de qualitat ni estilístiques: l'important era el denominador comú, és a dir, la llengua catalana.

El 93 va posar punt i a part a aquest *boom*, i a poc a poc les coses van tornar al seu lloc. Les bandes que tenien un projecte sòlid es mantenien i les que no, queien. El públic ja no demanava única-

ment música en català: volia bona música. I les empobrides produccions de discos, al costat d'unes no menys pobres sonoritzacions de concerts en llocs inadequats com camps de futbol per jugar-hi a pedres, no acompanyaven la voluntat de millora artística d'uns músics massa sobrevalorats.

S'havien aconseguit, però, alguns avenços notables. D'una banda, es va assumir amb normalitat pensar que un grup de rock podia utilitzar la llengua catalana per expressar-se. De l'altra, es va trencar amb el mite de la gran ciutat com a únic focus creatiu d'interès. I es va col·laborar a crear un petit teixit de discogràfiques que a la llarga es convertiria en una vintena d'independents, actualment associades per interessos puntuals com a DIBA, i que avui generen el vuitanta per cent del volum de producte català (sigui o no en llengua catalana).

Ha estat en la maduresa artística quan els més destacats grups de rock cantat en català han enregistrat les millors produccions., tot i que en general hi ha una tendència a emmirallar-se en el rock i el pop de dècades anteriors, més que en els últims corrents.

Si algun grup semblava que havia de traspasar fronteres i trencar motlles per la seva originalitat, aquest és, sens dubte, Umpah-pah. Liderats per Adrià Puntí, deutor a inconsciència de personalitats com Pau Riba, i caracteritzats per un univers surrealista propi vinculat a les millors lletres de la dècada, Umpah-pah combinava ritmes com el reggae amb el pop, el mestissatge llatí i el rock més atrevit, i aconseguien un públic amb una franja d'edat més àmplia que la dels seus coetanis. La carrera d'Umpah-pah s'acaba coincidint amb les seves temptatives d'afrontar el mercat espanyol amb la multinacional RCA, i el grup es dissol.

Adrià Puntí continua en solitari, i continua en el punt de mira com un dels personatges més originals de la música al nostre país. L'altra banda que probablement hagi tingut més interès artístic és Kitsch. Creadors d'atmosferes sinistres, els de Banyoles no han conegut la popularitat, per la duresa d'una poètica negra llunyana als adolescents.

Sopa de Cabra ha estat fins ara la banda més sòlida, tot i que va patir una etapa fosca arran d'un disc en castellà motivat per una multinacional i envoltat de polèmica. El quintet (avui septet) d'herència *stoniana* liderat per Gerard Quintana no ha tornat a repetir ni de bon tros les 100.000 còpies de *Ben endins*, un doble en directe emmarcat en el *boom* del rock català. En canvi, *Nou* (1998) és un

excel·lent recull de cançons on el joc de guitarres té matisos propis per a cada cançó, amb lletres acurades i melodies inspirades.

Els Pets, una banda liderada per un gran comunicador, Lluís Gavalrà, refrageix tots els estils més festius del pop que van dels 60 als 80. La seva trajectòria, coherent, culmina amb *Bon dia* (1997). Aquest disc, amb un so proper a bandes britàniques actuals com Blur i unes lletres quotidianes que connecten fàcilment amb la joventut, els ha proporcionat 75.000 còpies venudes, i no precisament en el millor moment del rock català. Lax'n'Busto és un altre dels grups més en forma en l'actualitat. El quintet d'El Vendrell, que es mou entre el pop i el rock de melodia fàcil i ritmes de guitarra que conviden a ballar, han millorat amb *Sí* (1998).

El cas de Sau és diferent. Si bé es mantenen entre els grans, el duet format per Pep Sala i Carles Sabaté ha vist com el seu públic majoritàriament adolescent perdia més l'oremus pels cops de maluc del cantant-actor que no pas per la qualitat de la seva música. El seu pop fresc de l'inici, que el va catapultar a gravar amb tota una llegenda del rock com Robbie Robertson (líder de The Band) el disc *Tren de mitjanit*, o que l'espanyola Luz Casal versionés la tendra cançó *Boig per tu* al castellà, ha caigut en la monotonia dels mitjos temps i les balades. Els intents en solitari de Pep Sala, mentre Carles Sabaté es dedicava a la feina d'actor, tampoc han tingut el ressò que es podria esperar. Un retrocés semblant ha patit Sangtraüt. La banda de rock dur de la Jonquera va caure en l'immobilisme després del seu millor disc, *El senyor de les pedres*. Els ritmes més *heavies* han evolucionat molt més que ells.

En la segona generació de grups de rock català dins aquesta dècada, cal destacar la repercussió popular de Gossos, que han agafat el relleu a Sau com a gran fenomen de *fans*. El quartet manresà, que consta de quatre guitarres acústiques i un joc d'harmonies vocals, desperta passions. Glaucs, més oberts al nou pop britànic, caminen a poc a poc cap al nivell de popularitat dels grans, igual que els Whiskin's o darrerament els gironins Fes-te Fotre. Tots es basen en un gran poder melòdic.

Tota una història diferent és el de la Companyia Elèctrica Dharma. Els germans Fortuny han vist com passaven a convertir-se en rock català de cara al gran públic, després que en dècades anteriors parlaven d'ells com a jazz rock o com a rock

laietà. Les últimes creacions de la banda, que s'ha mantingut fidel al seu so eminentment mediterrani partint tot sovint de melodies tradicionals catalanes, els ha portat a entrar en un altre circuit, el de les músiques ètniques, i a projectar-se arreu d'Europa.

A les Illes, el rock cantat en català ha tingut el seu fenomen paral·lel. De tots, els que més han destacat han estat els Ja T'Ho Diré. Els menorquins, liderats per l'excel·lent veu de Cris Juanico, han aconseguit donar-li al rock de guitarres un to mediterrani gràcies a la manera de vocalitzar del cantant i a les percussions i ritmes llatins que incorporen. Els manacorins Ocults han trobat un punt d'equilibri entre els ritmes tradicionals, el pop i el rock, que han sabut evolucionar cap a l'*easy listening*. Un fenomen a part és el de Tomeu Penya. Músic veterà pertanyent a la generació de l'amor lliure, ningú entèn encara com ven desenes de milers de discos gràcies a una barreja entre el country, la balada i el rock, afegint-hi unes lletres inequívocament mallorquines.

Al País Valencià podríem parlar d'una incipient moguda de grups que utilitzen el català com a llengua de rock, però encara els queda temps per arribar a l'estrellat. Les condicions polítiques i de circuits no els ajuden gens. Tot i així, grups com Els Munlogs (amb una divertida versió d'*Al vent*, de Raimon) es fan un forat a poc a poc.

El rock (II): cap a la diversitat lingüística i estilística

Fora del pop i el rock amb vocació *retro* i de fenòmens de *fans*, la segona meitat de dècada ha vist com l'obertura d'estils i l'ús de tres llengües (català, castellà i anglès) canviava a poc a poc el panorama que havia protagonitzat el rock català. Des del ska i el reggae fins al rock llatí, passant pel power pop, la psicodèlia, el hardcore o el rock experimental, nombrosos artistes catalans han anat omplint aquells buits que ja tenen protagonistes propis en altres cultures rockeres més desenvolupades.

Matamala és un cas característic que representa la progressió de la música a Catalunya en les últimes dècades. Nascuts els anys vuitanta quan el pop espanyol estava més de moda, van triomfar en castellà com a Brighton 64 seguint l'estela *mod* dels anys seixanta. Els noranta es van emmarcar en el rock català adoptant aquesta llengua. Finalment, els germans Gil van decidir cantar en anglès en plena efer-

vescència del *indie-pop* a l'Estat espanyol. Power-pop sense complexos, refrescant i contundent.

Els últims anys, ja s'ha convertit en habitual veure un grup català cantant en anglès o fins i tot barrejant llengües. Un estudi del diari AVUI demostrava que un cinquanta per cent dels joves del planter utilitzava aquesta llengua, per contra d'un trenta per cent en castellà i un vint per cent en català. Els motius van des de la comoditat de cantar en la llengua amb la que han crescut des del punt de vista musical, a causa del domini de la música anglosaxona, fins al rebuig a cantar en català per por a ser etiquetats com a rock català. Grups de *hardcore* melòdic com Parkinson DC van ser pioners en aquesta llengua, i han anat trobant un lloc en el circuit independent. Les propostes més interessants en aquest camp són el *crossover* experimental de la Fellatio de Cupido o Fang: un duet gironí que s'acosta a les últimes tendències del trip-hop i del rock internacional. Grups com B-Violet, Fromheadtoe o Afraid To Speak in Public, entre molts altres, contribueixen a aquest canvi d'imatge del rock a Catalunya i reflecteixen aquesta voluntat de trobar nous referents i noves influències a la música autòctona. De totes maneres, també trobem aquesta voluntat en grups en llengua catalana, com Cranc, les Pellofes Radiatives o Zitzània. O en castellà, com el thrash de Ktulu o el *crossover* d'el Fantástico Hombre Bala. La pluralitat estilística comença a ser un fet en el món del rock al nostre país.

Curiosament, el castellà ha estat la llengua utilitzada principalment per al rock llatí i l'ska. Els mestissatges del rock amb la música caribenya han donat grans èxits a nivell estatal com Jarabe de Palo o Dani Nel.lo. Jarabe de Palo ha arrasat amb *La Flaca*, seguint el discurs de predecessors com el grup madrileny Radio Futura. D'altra banda, Dani Nel.lo, saxofonista de Rebeldes, ha trobat un equilibri entre el món mediterrani i el caribeny a *Derechito al infierno* (1997).

No hem d'oblidar el protagonisme que han mantingut artistes com el Último de la Fila, Loquillo i, en menor mesura, Rebeldes. Les tres formacions catalanes que van triomfar els anys vuitanta s'han adaptat de manera diferent als noranta. El Último de la Fila s'ha convertit en un grup de masses arreu de l'Estat espanyol incorporant elements àrabs i llatins al rock. El 1997 es van dissoldre. Ara Manolo García triomfa amb *Arena en los bolsillos* i Quimi Portet canta en català *Hoquei sobre pedres*. Loquillo,

en canvi, ha progressat del rock més clàssic als cantautors, acompanyat d'un gran lletrista i cantautor, Gabriel Sopena, i deixant de banda l'agressivitat juvenil per endinsar-se en un món més reflexiu. Rebeldes s'han mantingut fidel als seus principis, rockabilly i blues-rock.

Cas a part són los Sencillos, l'única banda amb tendències *cool*, més a prop del funky i de l'àcid-jazz, que ha arribat a la popularitat. El grup sabadellenc, liderat per Miqui Puig, no ha tingut la sort de triomfar com mereixerien les cançons de l'àlbum *Seres positivos*, tot i que amb *Bonito* es van convertir en grup de moda per un estiu. I continuant en la música negra, i endinsant-se en els terrenys del hip-hop, caldria destacar Siete Notas Siete Colores. El grup liderat per Mucho Muchacho és ja una referència del gènere a nivell estatal, amb un discurs agressiu i un àgil rapejat, acompanyat d'un fons de clara influència trip-hop.

Aquesta dècada també ha portat a Catalunya un important moviment de música ska. Entre el reggae i el regust tropical del rock, amb un esperit reivindicatiu, solidari i carregat de missatges positivistes sobre la Terra, bandes com Agua Bendita, Komando Moriles o Skatalà s'han creat una parròquia de fidels que els segueix allà on va. Els que han tingut més repercussió popular són Dr. Calypso, Color Humano (descendents de Mano Negra) i Brams, hereus directes del rock radical que va triomfar a Euzkadi els anys vuitanta. Representatius de la part més agressiva del rock cantat en català, han evolucionat els últims anys cap al ska.

Per acabar aquest repàs a totes les tendències del pop i del rock que han aparegut i/o crescut els últims deu anys, no està de més recordar que alguns dels fenòmens de masses més *kitsch* que han arrasat a nivell estatal des del punt de vista comercial també han sorgit a Catalunya. És el cas dels escatològics Mojinos Escocíos, de la maquinera juvenil Rebeca, o de la postfolklòrica Mónica Naranjo. Efectivament, quan diem que en aquesta dècada hi ha hagut de tot, és que hi ha hagut de tot.

L'esclat del techno

L'altre gran *boom* de la música popular a Catalunya dels últims anys ha estat la música electrònica. Abans que tot, caldria aclarir que no parlem d'un fenomen de nul interès artístic però de gran repercussió sociològica com és el *bacalao*. No s'ha de barrejar amb gèneres més creatius com el

techno, el house, el drum'n'bass o el trip-hop. Tampoc no hem d'oblidar que les grans productores d'aquest tipus de música, que consisteix bàsicament a afusellar els grans èxits del pop i del rock amb una base rítmica programada *matxacona*, té la seu a Barcelona. Max Music, Blanco y Negro o Vale Records, les tres companyies que dominen el mercat de l'anomenat *mix*, exporten des de Barcelona a tot el continent americà. Els milions que maneuen són més a prop de les grans multinacionals que de les modestes discogràfiques independents catalanes.

Però parlem del techno. Seguint una tendència paral·lela en països com França o Alemanya, Catalunya també ha creat els seus segells propis i els seus canals de distribució dels creadors de música electrònica. Moltes sales que abans programaven pop i rock s'han apuntat a aquesta moda de la música de ball. Amb una estructura gairebé jazzística, deixant pas lliure a la improvisació a partir de melodies instrumentals programades, el techno ha estat el moviment que millor ha sabut moure's fora del nostre àmbit; fins i tot ja es parla de Barcelona com una de les capitals europees d'aquesta música.

I no és casualitat. A part l'exportació de grans figures, s'ha consolidat a nivell de masses un festival com és el Sónar, en què durant tres dies actuen el artistes més avantguardistes internacionals i catalans. Aquesta és la punta d'un iceberg que compta amb tres grans noms des del punt de vista creatiu: Teen Marcianas, la proposta més ballable del gironí David Nicolau (àlies An Der Beat), i Àlex Martín, un noi de Cerdanyola que passa del jazz al drum'n'bass amb una gran facilitat, i és capaç de crear atmosferes tan hipnòtiques com suggestives.

Paral·lelament, hem de parlar de la importància que han adquirit els disc-jòqueis en la música electrònica. Ells han trencat el vell concepte de punxa-discos, i s'han convertit en artistes que a partir dels discos com a instruments creen noves músiques. Per exemple, DJ Sideral o DJ Zorra. De totes maneres, no serà fins el 2000 que podrem esbrinar què quedarà de tot aquest moviment electrònic actualment massa absorbit per la moda.

La cançó d'autor: buscant un relleu

Mentre el rock es menjava els índexs de popularitat entre el públic català, la cançó no ha acabat de trobar el seu lloc fora dels artistes ja consagrats. Amb

comptades excepcions com les genialitats d'Albert Pla, el talent de Lúdia Pujol i Sílvia Comes i la sensibilitat de Tralla, la resta del panorama no ha sortit pràcticament de la grisor. L'intimisme de Josep Tero, l'escola de marca Brassens que ha practicat Miquel Pujadó, l'intent de musicar poemes del baterista Santi Arisa o Enric Hernáez, a cavall entre diversos estils musicals, no han acabat de consolidar-se com a relleu generacional de la Nova Cançó.

Albert Pla és, sens dubte, la figura més destacada de la cançó d'autor. Controvertit, polèmic, censurat, surrealista, ha creat lletres amb múltiples lectures, des de la més poètica a la més quotidiana, amb un sentit del directe com a espectacle i com a transformació esquizofrènica de l'artista. Una sensibilitat a flor de pell l'ha convertit en l'artista més popular fora de la geografia catalana, tant pels seus discos en català com en castellà.

Lúdia Pujol i Sílvia Comes, tot just acaben de treure el primer disc i ja són l'última gran aportació al món de la cançó. Amb un bell joc de veus i una guitarra, musiquen poemes de la generació *beat*, de Gil de Biedma o de la generació del 27. Tralla, d'altra banda, és un duet que s'emmarca més en la tradició de la cançó catalana.

En canvi, les velles glòries que procedien de la Nova Cançó han arribat a crear algunes de les millors obres del seu gènere, superant amb escreix l'interès creatiu que havia minvat durant la dècada dels vuitanta. Tal és el cas de Lluís Llach. El cantautor de Verges ha consumat la seva obra amb *Un pont de mar blava* (1992), una esplèndida cantata que reivindica la mediterraneïtat i la bellesa de la diferència, i en la qual incorpora els timbres de noves tecnologies a la cançó d'autor. La mateixa estètica ha predominat en discos com *Porrera* (1995) o *Nou* (1998).

Un altre bany de masses l'ha viscut Serrat. Tot i que la seva carrera és més lineal, va tenir la idea de recuperar algunes de les millors cançons de la primera Nova Cançó en un doble disc, *Banda sonora d'un temps d'un país*, i convertir-lo en el primer àlbum en català que arriba al número 1 de les llistes de vendes a l'Estat espanyol i a Sud-amèrica. Els noranta també han significat el retorn de Raimon. El 1993 es va plantar al Palau Sant Jordi, el va omplir i, després de més de deu anys sense un disc nou, el cantant valencià ha tornat amb noves cançons. Entre polèmiques de fons polític i revisions d'Ausiàs March, gires als Estats Units i al Japó, Raimon ha ocupat pàgines i pàgines de la premsa.

Maria del Mar Bonet tanca el capítol dels grans consagrats. La mallorquina ha tingut una enorme projecció europea emmarcada dins el fenomen de les músiques ètniques, passejant els ritmes mediterranis des de Nàpols fins a Tunis passant pel folklore dels Països Catalans, amb una veu cada cop més prodigiosa i amb uns músics impecables. Marina Rossell, més discreta, també ha intentat renovar-se, fins i tot apostant pel castellà en un dels seus discos per tal d'aconseguir penetrar en el mercat llatinoamericà. La cantautora ha aportat els ritmes llatins i caribenys a la cançó catalana. D'altra banda, els més radicals, com Pau Riba o Jaume Sisa, han sobreviscut en la marginalitat. Sisa s'ha mantingut amagat rere les personalitats del bolerista Ricardo Solfa i d'El Viajante, i sembla que el seu retorn a la llengua catalana és imminent.

La notícia més trista de la dècada ha estat la desaparició del mallorquí Guillem d'Efak i la d'Ovidi Montllor. El valencià, després de tretze anys buscant discogràfica per editar un àlbum i sense trobar pràcticament espais on actuar, va patir un càncer de laringe que el va dur a la mort. Això sí, quan ja no tenia veu totes les institucions li anaven al darrere perquè cantés; fins i tot al Mercat de les Flors hi ha una sala dedicada al seu nom. Lamentable. Tan lamentable com intentar trobar en condicions els seus discos avui a qualsevol botiga.

La recuperació de la música tradicional i l'auge del flamenc

La música d'arrels ha estat prestigiada els últims deu anys, tot i que les infraestructures i la gairebé nul·la indústria discogràfica que l'acompanyen no hi ha ajudat gens. Pel que fa a la música tradicional catalana, Tradicionàrius, el CAT (Centre Artesà Tradicionàrius) i la discogràfica Tram han estat un pilar imprescindible per recuperar el folklore, no només del Principat, sinó de tots els Països Catalans. Festivals, cicles, tallers d'instruments com la gralla o el sac de gemecs... tot per mantenir vives cançons, ritmes i danses. Tot i que la tasca de conservació ha estat més efectiva que la de renovació creativa, cal destacar les aportacions de bandes com la barcelonina Primera Nota, la de l'Ebre de Quico el Cèlio, o el treball de romancer que ha mantingut el veterà Jaume Arnella. Vox Populi és probablement la formació que ha aportat una visió més contemporània de la música tradicional.

La rumba catalana, en canvi, ha vist la deca-

dència posterior al *boom* que va viure al costat dels Jocs Olímpics. Tan sols grups com Jaleo (amb l'esplèndid guitarrista Diego Cortés) o els Ai Ai Ai han sabut retrobar l'herència de Peret o de Gato Pérez amb un projecte musical consistent que els apropa més, en el primer cas, al flamenc, i en el segon cas, als ritmes llatins i caribenys. Lluny queda l'esclat de Los Manolos i tots els grups que van triomfar amb les seves curioses versions rumberes de cançons clàssiques d'altres gèneres.

Curiosament, la música tradicional dels emigrants del sud d'Espanya, el flamenc, ha trobat els anys noranta el seu millor moment a Catalunya. Des de tots els cercles musicals s'ha parlat del nou flamenc català, creat per artistes de pares emigrants però que ja han nascut al nostre país. Es tracta d'una nova generació amb veu pròpia que ha sabut sortir dels *tablaos* típics, les *penyes* i el caràcter amateur que fins fa deu anys havia tingut. Com a guitarrista, és imprescindible parlar de José María Cañizares, el més talentós, Pedro Javier González i el Chicuelo.

Quatre *cantaors* van camí de l'estrellat: el sabadellenc Duquende, per alguns considerat el successor de Camaron; el badaloní Miguel Poveda, hereu de Manolo Caracol i amb una extrema sensibilitat; la barcelonina Mayte Martín, capaç de trencar tots els purismes fins i tot cantant boleros amb Tete Montoliu; o Ginesa Ortega, resident a Sant Boi, que ha passejat la seva veu pel món al costat de la companyia teatral La Fura dels Baus. Tota una generació que despunta, la qual ha generat grans expectatives.

El jazz: neix una jove generació

Catalunya ha mantingut des dels anys seixanta una tradició jazzística que l'ha convertit en el centre més important a nivell estatal. Petits clubs, el festival de jazz que ja ha superat els trenta anys i músics de la talla de Tete Montoliu han donat vida a aquest gènere que, en canvi, mai no ha acabat de sortir de les minories. Actualment, les escoles són veritables plataformes de talents, com el Taller de Músics o l'Aula de Músics de Jazz. Paral·lelament, s'ha mantingut un circuit de locals, bàsicament però no únicament a Barcelona, amb programació diària. L'Associació de Músics de Jazz ha pres protagonisme i ha fomentat les actuacions dels nostres artistes, i Free Sound s'ha convertit, a la fi, en el segell discogràfic necessari per canalitzar la creativitat en forma de disc. Encara queda molta feina

i, probablement, molta més unió del sector perquè els nous talents emergents puguin desenvolupar-se en condicions dins el mercat català, i perquè també puguin ser exportats com mereixen.

El bateria Jordi Rossy, gràcies als seus estudis als Estats Units, ha obert el camí de la nova generació a les noves tendències americanes, com Joshua Redman o Brad Mehldau. El seu germà Mario Rossy, al contrabaix, i Perico Sambeat, al saxofon, han estat altres trencadors que han revitalitzat i reactualitzat els camins del jazz de cara al segle XXI. El pianista Albert Bover ha seguit esquemes més europeus, proper a intencions modernitzadores com les d'un Keith Jarrett. Jordi Bonell, un guitarrista d'una tècnica prodigiosa, té inspiració mediterrània, i el valencià Ximo Tébar és l'únic guitarrista de jazz estatal que ha fitxat per una multinacional. Tot un elenc de primeres figures i profetes fora de la seva terra.

En la tradició més clàssica del gènere, és imprescindible citar La Vella Dixieland, que amb el pur so de Nova Orleans ha viatjat arreu del món i és considerada com una de les millors formacions europees en el seu estil. El gran pianista Ignasi Terraza recorda en certa manera Tete Montoliu, i Oriol Bordas intenta mantenir la formació d'orquestra i de Big Band que havia caracteritzat el gènere ja fa algunes dècades.

Altres figures veteranes s'han mantingut al peu del canó, com el guitarrista Max Sunyer o el baixista Carles Benavent. Aquest darrer, habitual acompanyant de Paco de Lucía, és un dels màxims exponents del seu instrument arreu d'Europa, i ha sabut recollir la tradició del flamenc amb la innovació del jazz, creant fusions sonores insospitades. D'altra banda, el pianista Lluís Vidal, amb una obra més hermètica i al capdavant de l'Orquestra de Cambra del Teatre Lliure, ha acostat el jazz a la música clàssica i a la contemporània. I el pianista Carles Sabatés ho ha fet amb enginy musicant bandes sonores de pel·lícules mudes de principis de segle. Però com a gran figura, Jordi Amargós: compositor i arranador per a flamenc, música clàssica, bandes sonores i tot el que calgui, té una obra difícilment igualable. No hem d'oblidar el mestratge de Joan Bibiloni, que continua influent en les noves generacions del jazz.

La dècada ens ha portat també un tímid retorn de la banda de jazz-rock Pegasus, amb Max Sunyer, Kitflus i l'excel·lent bateria Santi Arisa. La nota negativa ha estat la desaparició de Tete Montoliu,

després d'un emocionant últim concert al Palau de la Música. Sense ell, Catalunya s'ha quedat orfe d'una gran estrella internacional al piano. El seu contrabaixista Horacio Fumero i el bateria Peer Wyboris mantenen la flama encesa de qui va ser tot un fora de sèrie.

El blues també ha trobat un forat. Big Mama s'ha atrevit amb el gènere utilitzant la llengua catalana, creant cançons pròpies que van des del vessant més elèctric fins al més acústic del delta del Mississipí, acompanyada de l'harmònica de Víctor Uris. El guitarrista Amadeu Cases també aposta pel blues elèctric. Txell Sust i August Tharrats, Elisabeth Raspall, Laura Simó o Carme Canela han donat la seva peculiar interpretació vocal femenina dels estàndards de jazz i de blues.

Noves músiques, inclassificables, contemporània i clàssica

El concepte de noves músiques o de *new age* no ha acabat de quallar al nostre país, malgrat que arreu del món les botigues són plenes de discos amb aquesta etiqueta. Buscant els sons de la terra filtrats per l'elèctrica, alternant amb instruments acústics, trobem iniciatives com les d'Héctor Vila (excantautor) o Paco Viciàna. Però encara hi ha pocs adeptes. En canvi, ha sorgit alguna iniciativa per renovar, de la música tradicional mediterrània, (una particular "world music?"), com el guitarrista Toni Xuclà. També amb una inspiració similar però amb un resultat diferent és el disc *Tanganera*, el primer de Víctor Valls, un guitarrista que va del jazz al tango passant per l'havanera i els ritmes mediterranis.

Com a monstre de la guitarra, i definitivament impossible d'etiquetar pels seus constants canvis, és Toti Soler. Capaç de reprendre Bach i la música clàssica, relector del flamenc amb una personalitat inconfusible, de clara inspiració mediterrània i amb un ampli bagatge jazzístic, Toti Soler ho barreja tot en una coctelera única i admirable. El que va ser guitarrista habitual d'Ovidi Montllor també ha continuat en el món de la cançó al costat de la cantant Ester Formosa. Tota una figura que ha hagut de gravar a Suïssa. ¿Algú li farà cas aquí?

I és que a Catalunya no han deixat de sorgir artistes que van a contracorrent, tot sovint inclassificables però no per això menys interessants. Alguns són veritables genis per a minories i que han bastit la seva carrera fugint dels canals comercials. Acostant-se al pop o al rock en clau experimental,

Los Gringos han creat un univers propi on el jazz i l'electrònica matisen peces instrumentals tot sovint àcides, iròniques, i amb una voluntat expressa d'avantguarda. Superelvis és poesia corrosiva, disfressada amb gúitarres elèctriques i distorsions. RAEO explora un so postindustrial i apocalíptic difícil de pair, però en constant investigació. Un artista excepcional i indefinible és Pascal Comelade. Nascut a la Catalunya Nord, Comelade ha creat un món personal a partir del piano i dels instruments de joguina. Il·lusions oníriques, evocacions poètiques de líriques com les d'Enric Casassas, petits fragments que poden recordar Erik Satie i d'altres que revisen les danses de Castellterçol... Autor de nombroses bandes sonores per a pel·lícules franceses, a l'últim disc de Comelade hi col·labora l'estrella del rock.

Més proper a la música contemporània és el treball de Koniec, tot i que també parteix del pop experimental. De les seves performances musicals va néixer la base de l'Orquestra del Caos, una formació on el silenci, la sorpresa i l'acció són també part de la música. Xavier Maristany i Joan Saura en són els seus màxims cervells, dos artistes que funcionen igualment en solitarií. Més galàctics, Víctor Nubla i Juan Crek s'acosten a la poesia, a la música experimental, a la contemporània i al rock (amb Macromassa). Organitzen els concerts de Gràcia Territori Sonor.

El que podríem considerar més estrictament com a música contemporània ha passat una dècada difícil, però en la qual es comença a veure una tènue llum de sortida. Si bé els conservatoris de música al nostre país continuen entestats a ignorar el segle XX, quan estem a punt d'entrar al XXI, alguns cicles com les Nits de Música a la Fundació Miró o el Festival de Músiques Contemporànies de Barcelona, al MACBA, han donat noves senyals de vida d'un interès per aquesta música. A més, l'Associació Catalana de Compositors ha aconse-

guït crear una programació mínimament estable i l'OBC (Orquestra Simfònica de Barcelona i Nacional de Catalunya) comença a incorporar compositors del segle XX en el seu repertori.

Una de les figures més destacades, desgraciadament ja desapareguda, és Jep Nuix. En el camp de l'electroacústica, va barrejar les màquines amb instruments convencionals per crear una obra innovadora. Jesús Rodríguez Picó, en canvi, està immers en les tendències més actuals de la contemporània, abandonant el vessant més dur per crear llenguatges més assequibles. Agustí Fernández, procedent del jazz, també basteix una obra amb registres molt variats que arriben fins al flamenc.

L'última dècada ha significat també la consagració internacional d'un fenomen de la música contemporània: Carles Santos. El compositor de Vinaròs ha recorregut el món amb els seus espectacles provocatius, trencadors, on teatre i música es combinen amb el seu piano com a guia espiritual dels concerts. Òperes, simfonies, concerts amb bandes municipals o accions conceptuals... Els noranta també han significat el reconeixement definitiu a l'obra d'un mestre com Joan Guinjoan, i d'altres com Xavier Monsalvatge o Josep Maria Mestres Quadreny, figures vinculades a l'avantguarda d'altres dècades, han mantingut la seva presència sense la creativitat d'etapes anteriors.

La música clàssica tampoc ha estat la gran beneficiada dels últims deu anys. La notícia més destacada és l'incendi del Liceu i la seva posterior restauració. En aquest marc, i amb Jordi Savall, els germans Claret i els eters Josep Carreras, Joan Pons i Montserrat Caballé com a grans ambaixadors de la música clàssica a Catalunya, no hi ha hagut encara un veritable relleu de vocalistes ni d'instrumentistes. L'OBC és plena d'estrangers i el camí que han de seguir els joves intèrprets és ple d'obstacles abans d'arribar a algun lloc amb una mínima repercussió.

Manifestacions de cultura popular. La festa

Josep Bargalló Valls

El setmanari "El Temps", l'agost de 1998, publicava un anunci de la Diputació de Girona que resumeix l'evolució de la cultura popular festiva en la Catalunya dels darrers anys. Sota el títol "Dinamitzem la cultura popular", l'anunci contenia cinc imatges: una colla gegantera; una dansa de cercols; una colla castellera; un ball de diables; i un grup de grallers. Vint anys enrere, hauria estat estrany que Girona promocionés la seva cultura popular festiva amb diables; deu anys enrere, impensable que ho fes amb castells.

L'evolució de la festa a casa nostra —a les comarques gironines i arreu— ha estat considerable aquests darrers anys. I en dues etapes ben diferenciades: la dècada vuitanta, que podríem qualificar com de recuperació o revitalització d'alguns models festius basats en la cultura popular d'arrel tradicional; i la dècada noranta, d'expansió d'aquests models cap a zones del país que no els tenien com a propis.

La recuperació de la festa

La nostra tradició festiva s'ha centrat històricament en cicles: d'una banda, les festes del pas de l'any (Nadal, Carnaval, Pasqua, Corpus...) i, de l'altra, les commemoratives (festes majors i votives, i modernament diades cíviques). Amb un origen medieval, aquest calendari es va estructurar plenament els segles XVIII i XIX; començà a patir algunes fissures, a la fi del segle passat i l'inici d'aquest, amb la irrupció d'un nou concepte d'entendre la festa. Ara bé, el gran sotrac de l'evolució de la festa a Catalunya va arribar amb les imposicions i prohibicions del franquisme. Per voluntat d'anorreament nacional, d'assumpció de l'integrisme catòlic,

d'uniformització de qualsevol particularitat, d'acabar amb els espais de gaudi i participació..., el franquisme va prohibir el Carnaval ja el primer any de la seva victòria i va aconseguir de malmetre les nostres festes majors. En el cas del Corpus, i de la mà del *nacionalcatolicisme*, va intentar revifar-lo, no pas accentuant els elements populars que s'hi mantienien, sinó subratllant-hi els aspectes formals. En declivi a partir dels anys 50, el Corpus va desaparèixer dels carrers després del Concili Vaticà II.

De l'escomesa del franquisme, se'n van salvar alguns carnivals de pobles aïllats o celebracions privades, semiclandestines o tolerades amb la condició de no esdevenir públiques, algunes festes majors molt concretes, algun Corpus que s'havia singularitzat més enllà del marc religiós... Amb l'arribada dels ajuntaments democràtics, especialment a partir dels primers 80, es van recuperar elements festius, reinstaurant o reinventant models, sovint més a batzegades que seguint criteris clars. No ha estat fins a la fi dels vuitanta i durant els noranta que s'han clarificat els models i, especialment, s'han estès els que havien sobreviscut o s'havien recuperat seguint plantejaments adaptats tant a allò que era tradicional com a les necessitats de la societat urbana de la fi de mil·lenni.

El carnaval

Els diversos cicles que conformen el calendari festiu estructuraven models distints al llarg dels segles. Així, fins als anys 30 del nostre segle, ens arribaren dos models de carnaval prou diferents: un d'establert a muntanya, més primitiu, relacionat amb l'arribada de la primavera i la deshivernació

de l'ós, i un de generat ran de mar, més modern, d'influència italiana –renaixentista i barroca–, que arribà al seu apogeu el segle XIX i que s'estructurà entorn de seguicis al carrer, mantenint de la fórmula agrària les batalles de productes naturals.

Si bé avui els dos models es mantenen, és evident que, des de la recuperació de la festa, el que ha tingut molta més expansió –a partir de les mostres que s'havien mantingut en la semiclandestinitat o en la tolerància– és el segon, i encara en la versió influïda pels indians, com els Carnavals de Garraf –Vilanova i la Geltrú i Sitges– o els de la Costa Brava –Roses, Platja d'Aro... Els últims anys ens han dut, també, l'aparició d'un nou model singular, el Carnaval de Solsona, que ha generat una fórmula pròpia basada en el capgirament dels elements de la seva festa major. Finalment, podríem parlar de l'aparició, contemporània, d'un quart model, que és resultat de l'aplicació damunt el seguici de la costa de les influències televisives tipus Rio de Janeiro o Tenerife.

Avui coexisteixen a casa nostra tots aquests models, amb la preponderància de l'italianitzant-indià i el televisiu. Si la dècada vuitanta va significar la recuperació del carnaval, la noranta n'ha portat l'absoluta expansió, en el sentit de la gran quantitat de ciutats i pobles que el celebren, i ha generat un nou fenomen. Hi ha pobles de baixa demografia que programen els seus actes la setmana anterior o posterior per poder assistir, amb les seves carrosses o comparses, a les rues del Carnaval de municipis més grans. De fet, malgrat l'actual riquesa de celebracions carnavalesques, no podem oblidar que els llargs anys de prohibició han produït un fet irreversible: la desaparició de les formes locals de celebració en moltes poblacions, en les quals es reproduïx algun dels models exposats, però sense aquells trets específics que fins als anys 30 els donaven un to distintiu.

Les festes majors

Dintre el calendari festiu contemporani, les festes majors –grans, petites, de barri...– conformen l'altre gran espai participatiu al carrer. De la mateix manera que succeï amb el carnaval, a Catalunya es donaren, històricament, diversos models de festa major. De fet, a l'època medieval, a tot estirar s'hi realitzaven actes religiosos. Quan la jerarquia eclesiàstica va començar a foragitar elements populars de les processons de Corpus –que n'eren,

tradicionalment, l'origen i el marc–, les festes majors iniciaren un procés de recollida d'aquests elements, conformant el que es coneix com a seguici popular o festiu. Així, van néixer les festes majors tal com les entenem avui: fou a mitjan i final segle XVIII i, especialment, al llarg del segle XIX. Si el carnaval sempre havia estat eminentment participatiu, les festes majors, en els diversos models, van dissenyar espais per a la contemplació (castells de foc...), per a la participació (balls d'envelat...) i mixtos (processons, cercaviles, correbous...).

La zona en què la inclusió dels elements foragitats del Corpus al seguici festiu fou més contundent i fonamental a l'hora de definir el seu model, va ser la de la Catalunya Nova, bàsicament el Camp de Tarragona amb el Penedès, i comarques veïnes com la Conca de Barberà, el Priorat o Anoia. Bestiari, balls parlats, castells, danses i entremesos definien els actes populars de les festes d'aquestes contrades. Tot i que l'impuls del procés d'industrialització i l'assumpció de costums més moderns d'oci –concerts, esport, teatre...–, començaren a qüestionar els diversos models a la fi del segle XIX i en comportaren la desaparició d'alguns elements, no fou fins avançat el franquisme que moltes festes majors perderen els seus trets distintius. Especialment en els nuclis més grans i habitats, les festes majors van arribar a la fi dels setanta que semblaven tocades de mort: eren més una excusa per fer una mena de pont i sortir fora que un espai de vivència comuna i participació ciutadana. Quan els primers ajuntaments democràtics van voler refer el sentit de pertinença a la col·lectivitat, trobaren en la festa major un dels marcs essencials per intentar-ho. El problema fou el de la desaparició de bona part dels models propis: molts d'aquests municipis hagueren de reinventar-se'n un o, en tot cas, adaptar-ne algun altre.

Les comarques que millor havien aconseguit de mantenir un model distintiu havien estat, precisament, les del Camp de Tarragona i el Penedès, no de manera homogènia, però sí en força poblacions, ni que fos amb resultats diferents. La recuperació de la festa major en els municipis d'aquestes comarques fou més fàcil: si el model s'hi havia perdut, s'havia mantingut en algun municipi proper. Sant Fèlix, a Vilafranca del Penedès, en pot ser l'exemple del manteniment; Santa Tecla, a Tarragona, el de la recuperació. Amb tot, el seguici popular no era ni és exclusiu de la Catalunya Nova –en trobem, també, ni que sigui amb components

distints, per les festes del Tura a Olot, de la Mare de Déu del Claustre a Solsona, per la Patum, o Corpus, a Berga...-, però, o bé no defineix la festa major, sinó festes religioses del pas de l'any, o bé resulta un fet aïllat que no estructura cap model més enllà del mateix municipi.

Per entendre el procés d'expansió del model del Camp de Tarragona-Penedès, el cas de Barcelona és el més significatiu: havia arribat a la fi del franquisme amb una festa de la Mercè oficialista, ben poc participativa. Així, a la fi dels setanta i començament dels vuitanta, l'ajuntament optà per una doble via: farcir la festa d'actes contemporanis, com macroconcerts de pop i rock, balls en carrers i places o esport d'alta competició, i traslladar a la ciutat actes del seguici festiu de la Catalunya Nova –castells, diables, cercaviles...-, ja fos contractant grups d'altres ciutats, ja reutilitzant els elements propis –les cercaviles de gegants de les darreres dècades– i generant-ne, posteriorment, de nous.

I el “Correfoc de la Mercè” n'és el paradigma: nascut amb la voluntat de reproduir les cercaviles de dracs i diables de llocs com Vilafranca i Vilanova i la Geltrú, prengué aviat volada pròpia i acabà generant un acte fins al moment inexistent: el correfoc, molt més participatiu que la cercavila tradicional. No podem oblidar que, de “correfocs”, no n'hi havia hagut a Catalunya fins a la Mercè postfranquista, tot i que avui es visquin arreu de la nostra geografia com un dels actes més “tradicionals” de la festa. Conten que, si bé la invenció del model fou més o menys premeditada, la de la paraula fou un atzar: “cercavila de foc” no cabia en el cartell anunciador i, a imitació de “correbou”, es va crear “correfoc”.

Sigui com sigui, gràcies a la consolidació de festes majors com les de Vilafranca, Tarragona, Vilanova i la Geltrú, Sitges i altres municipis de la zona i, especialment, gràcies a l'èxit de la fórmula emprada a la Mercè, el panorama de les festes majors a Catalunya, tret del món més rural i despoblada, continua avui un model genèric, similar. La dècada noranta ha estat la de l'expansió d'aquesta barreja de model tradicional de la Catalunya Nova amb el contemporani de la Mercè.

Les Terres de l'Ebre són l'única zona del país que ha sabut mantenir trets definitoris d'un model distint: els correbous i els diversos jocs amb bous hi són avui tan consolidats i estesos com al començament del segle i continuen emmarcant-hi la festa. De correbous, també en trobem encara en algun

altre indret, com a Cardona, però, en haver restat aïllats, resulten una singularitat local, això sí, prou important.

L'expansió festiva: castells, diables, gegants i havaneres

Del seguici popular de la Catalunya Nova, dos han estat els elements més exportats i que han acabat centrant actes definitoris del model de festa major genèric: diables i castells.

De la gran quantitat de balls de diables existents al Camp de Tarragona i el Penedès el segle XIX –provinents alguns d'ells, fins i tot, de l'època medieval–, pocs van superar la sotragada del canvi de gustos festius del tombant de centúria. Només els balls de diables de Sitges, Sant Quintí de Mediona, Vilafranca del Penedès, l'Arboç i les Borges del Camp poden vantar-se d'haver actuat al llarg de tota la present centúria, tret del període del 36-39 o de fets excepcionals. A aquests balls, n'hi hauríem d'afegir d'altres que, si bé no tenen aquesta trajectòria ininterrompuda, presenten una notable continuïtat, com el de Vilanova i la Geltrú, desaparegut al començament del segle i recuperat a mitjan anys quaranta, o el del Vendrell, desaparegut al principi dels seixanta i recuperat a la fi dels setanta. Com també hi podríem afegir la continuïtat i popularitat dels seus parents, els Plens de la Patum de Berga, una festa excepcional i cabdal, que tampoc no ha generat cap model fora del seu marc històric i físic, ni a la seva pròpia zona.

A la mort del franquisme els balls de diables no arribaven a la desena. Ara el departament de Cultura de la Generalitat té comptabilitzats més de 300 grups de foc. A mitjan dècada vuitanta es donà el gran impuls d'aquesta expansió, a partir de les primeres trobades de diables –inicialment a les comarques tradicionals, després més enllà– i, molt especialment, l'èxit del Correfoc de la Mercè i de l'espectacle “Dimonis” dels Comediants. Si l'expansió dels grups de foc té la base en els balls de diables i el bestiari del Camp de Tarragona i el Penedès, el cert és que la tipologia més estesa a Catalunya és la resultant de l'evolució sorgida arran de la Mercè i els Comediants, que efectuaren una lectura pròpia d'aquesta tradició. La gran majoria de grups de foc de Catalunya tenen avui més a veure amb espectacles de carrer contemporanis que amb els balls tradicionals, que realitzen, almenys quan actuen a casa, més cercaviles de foc que correfocs, incorporen

àngels entre els seus personatges i mantenen el seu ball parlat, barreja de representació de la lluita entre el bé i el mal i versots satírics de l'actualitat.

Si l'expansió de diables n'ha comportat l'aparició d'una diversa tipologia, no ha estat així amb els castells, perquè la seva tècnica és més estable i consolidada i perquè l'expansió s'ha fet directament des del model original. L'eclosió del fet casteller ha estat, d'altra banda, més tardana: de començament dels noranta, amb una clara inflexió a partir de la meitat de la dècada. Podem utilitzar diverses dades per comprovar-ho: el 1970 hi havia a Catalunya 6 colles castelleres; el 1976, 14; el 1980, 17; el 1992, 26; el 1995, 31; el 1996, 51; i el 1998, 59.

L'aparició de noves colles ha estat, doncs, abassegadora a partir de la segona meitat dels 90, però l'eclosió encara més significativa ha estat la de la seva extensió geogràfica: de les 6 colles de 1970, 5 pertanyien a la zona tradicional –la Catalunya Nova que hem descrit–, i només 1 a la zona d'expansió, concretament Barcelona. De les 14 colles de 1976, 3 ja no eren de la zona tradicional; de les 17 de 1980, 5; i de les 32 de 1993, 11. I, a partir d'aquí, el procés s'accelera: apareixen colles més enllà de Barcelona, el Vallès i el Baix Llobregat, el nucli inicial de l'expansió, i arriba fins a Lleida, les comarques gironines, la Catalunya Nord i l'illa de Mallorca i, el que acaba essent més significatiu, per primer cop les colles de la zona tradicional són minoria. Així, de les 51 colles de 1996, 29 eren de les zones d'expansió; i, de les 59 de 1998, ho eren 37.

Dos paràmetres més ens acaben de confirmar aquest esclat: el nombre d'actuacions l'any i el de castells de màxima dificultat. Pel que fa a les actuacions, el 1987 n'hi hagué 415; el 1992, 667; el 1995, 1.064; i el 1998, 1.301. Quant als castells de nou pisos, si el 1981 se'n bastia el primer, el 1988 ja se'n van fer 10; el 1992, 14; el 1994, 44; el 1996, 54; i el 1998, fins a mitjan novembre, 69, amb l'afegitó esclatant dels primers castells de deu pisos de la història.

Tots els paràmetres són constants: més colles, a més llocs, més actuacions i més castells més alts. És, sens dubte, el fet més significatiu de l'evolució de la festa al carrer la darrera dècada i de la implantació del model festiu de la Catalunya Nova arreu del país. Els motius són diversos i complexos: des de la mateixa expansió d'aquest model en el qual havien nascut i s'havien desenvolupat fins als seus trets definitoris, que lliguen de ple amb els de la societat actual –competivitat, rivalitat externa, so-

lidaritat interna, èxits i fracassos...–, passant per l'atenció que hi han dedicat els mitjans d'informació arran de la progressió en els castells de màxima dificultat –les primeres retransmissions televisives regulars daten del 1991–, tot aprofitant-ne la plasticitat i l'espectacularitat.

Si abans dèiem que l'única zona que, com a tal, havia mantingut uns trets propis fora d'aquest model genèric eren les Terres de l'Ebre, ara caldria subratllar-ho: hi han arribat els grups de foc, però ho han fet moderadament i amb la tipologia no tradicional, i no hi ha aparegut cap colla casteller. Més encara, les actuacions castelleres hi són més escadusseres que a la Catalunya central o a les comarques de Girona. Si han rebut menys la influència externa que d'altres zones és perquè s'hi ha mantingut un model propi, que no s'ha expandit, malgrat això, més enllà del seu clos.

Dels gegants, nans, capgrossos i bestiar, no podem dir que pertanyin a una zona concreta, però sí que tenen el seu marc natural en els seguicis festius. Les figures zoomòrfiques i les antropomòrfiques les trobem a gairebé totes les contrades: són, segurament, la resta més homogènia de l'antic seguici del Corpus. Gegants, nans, capgrossos i bèsties –de foc i no de foc– han tingut, en un procés iniciat els anys 80 i accentuat, també, els 90, una altra forta eclosió: avui Catalunya compta amb uns 2.000 gegants, 10.000 nans i capgrossos i 500 bèsties –àligues, bous, mules, dracs, lleons, cucaferes... Les trobades de gegants són un moviment associatiu i festiu remarcable: n'hi ha, a casa nostra, unes 300 al llarg de l'any.

El quart element que podem trobar arreu els darrers anys no pertany al model de la Catalunya Nova ni a cap element del seguici, sinó que forma part d'una altra categoria de la cultura popular, la cançó de taverna. Parlem, és clar, de l'havanera. Aquí les dades són també aclaparadores: de ser, més enllà de la Costa Brava, un element desconegut o inusual en la dècada setanta, ha esdevingut, avui, un component constant de les festes. Segons la publicitat d'una casa de rom, que s'hi ha lligat de ple, va haver-hi arreu de Catalunya 76 cantades d'havaneres entre el 21 i el 27 d'agost de 1998.

Arribada a casa nostra, a mitjan segle XIX, de la mà dels mariners que anaven i venien de Cuba –un punt en comú, doncs, amb el model carnavalesc del litoral–, l'havanera fou durant molt de temps un cant de lleure, de taverna, eminentment participatiu i circumscrit als pobles pescadors de la Costa

Brava. La sortida de l'havanera al carrer, la seva incursió dalt d'un escenari, la podem situar el 1967, en la primera convocatòria de la Cantada de Calella de Palafrugell. Encara avui, les cantades més multitudinàries se celebren en aquells indrets: Calella, l'Escala, Begur, Palamós, Platja d'Aro...

A partir dels anys 80, les cantades gironines assoleixen una gran popularitat, la producció discogràfica es dispara i les colles de cantaires apareixen al nord i al sud, a mar i a muntanya. L'havanera passa, definitivament, de la taverna a la festa. Al principi dels 90, el salt esdevé ja espectacular: hi ha actius més d'un centenar de grups i s'organitzen mostres o cicles continuats de cantades, per exemple, a les ciutats de Lleida i Tarragona. Les havaneres són un espectacle alhora contemplatiu –un concert– i participatiu –quan els espectadors entonen conjuntament alguna peça. Precisament, per entendre l'expansió popular de l'havanera, no podem obviar la seva catalanització. El paradigma d'aquest procés és, sens dubte, "El meu avi", estrenada a la V Cantada de Calella de Palafrugell, el 1971. Un paradigma curiós: el seu compositor, Ortega Monasterio, era, en ple franquisme, tinent coronel de l'exèrcit espanyol i fins feia poc la Cantada de Calella era reservada exclusivament a havaneres en castellà, el seu idioma original.

D'altres aportacions

Les festes majors, aquests darrers anys, han viscut d'altres aportacions, com la proliferació d'"empalmades" –l'oferta musical iniciada a la nit i closa, si més no, a la sortida del sol, "empalmant" amb les matinades dels sonadors, una mena de transportació a la festa dels locals *after hours* o les discoteques *non stop*. I, també, l'èxit de singularitats locals en el model genèric, com l'aplec del cargol, a Lleida, i l'engalanament de carrers, als barris barcelonins de Gràcia i Sants. L'engalanament, per cert, no deixa de ser una reminiscència d'antigues festes agrícoles que des de Barcelona s'estenen ara a d'altres indrets.

Hi ha qui ha aprofitat la festa major per dissenyar una oferta complementària: Sant Eloi acull la Fira del Teatre de Tàrraga. I hi ha qui ha generat una festa nova, prenent com a eix un dels ingredients del model genèric, el correfoc: l'Aquelarre o Festa de les Bruixes de Cervera. Ambdós casos van començar a plantejar-se a la fi dels setanta i al començament dels vuitanta, però no fou fins uns anys després, si més no, que van començar a esdevenir una festa de carrer absolutament multitudinària i, amb diferències, participativa.

Les arts plàstiques i la sensibilitat

Pilar Parcerisas

L'optimisme econòmic i l'eufòria cultural i artística dels anys vuitanta s'ha transformat envers una mirada més realista d'acord amb les darreres convulsions econòmiques i socials dels anys 90.

L'art és un reflex del seu temps i els canvis que han afectat l'estabilitat mundial també tenen a veure amb un canvi de sensibilitat en l'art. Tan bon punt va iniciar-se aquesta dècada que tanquem, va desaparèixer el mur de Berlín, va caure l'antiga URSS comunista, va esclatar la Guerra del Golf, les forces de la policia xineses reprimiren durament els estudiants a la plaça de Tiannanmen, l'antic règim comunista de Romania també caigué i esclatà un dels conflictes europeus més sagnants i encara avui oberts, la guerra dels Balcans.

Si a tots aquests fets afegim l'obertura d'una època postcolonial, l'alliberament dels mercats amb la implantació del mercat únic, la globalització i el pensament únic, així com la mirada global de les noves tecnologies i les comunicacions, i la presència de teories com la fi de la història de Fukuyama, estarem davant d'un panorama sensiblement diferent a aquell de l'eufòria econòmica que tan bé va representar la figura del "yuppie" als anys vuitanta i els elevats preus de les obres d'art a les subhastes internacionals abans del crac del yen japonès.

Els anys noranta ens han retornat a la crua realitat, a la consciència de viure en la barbàrie, a la cohabitació entre la riquesa i la injustícia social. Cultura i barbàrie es troben en el mateix pla de l'existència i conviuen en el marc de les grans ciutats i en el de la geografia mundial, on tot pot ser centre i tot perifèria.

La fusió de l'art amb la realitat que s'ha anat produint al llarg del segle XX ha acabat per abocar-

nos a una crisi del sistema de representació, ara més manifesta encara amb l'adveniment de les noves tecnologies i els nous sistemes de captació, reproducció i apropiació de la imatge.

És evident que la subjectivitat de l'artista està marcada en els anys 90 per una sensibilitat molt diferent a la que regia la dècada anterior. Als anys vuitanta, van renéixer els neo-subjectivismes en l'art, més aviat com a una derivació de l'antiga idea romàntica de "geni", materialitzant-se en els corrents "neo" i "trans" (neoexpressionisme, transavantguarda, neo-geometrisme, nous salvatges alemanys, anacronisme, etc.), que comportaven un cert ressorgiment d'un "art nacional".

Els anys noranta han tingut un interès per l'hibridisme i l'heterogeneïtat com a temes, propis d'un capitalisme avançat, fill del multiculturalisme social, que coexisteix amb el multinacionalisme econòmic. Com diu Hal Foster: "*En cert sentit, la mort del subjecte és morta ara el seu torn, però disfressada d'una política de noves, ignorades i diferents subjectivitats, sexualitats i etnicitats*".

L'art no ens havia parlat mai tant de mestissatge, de pluriculturalitat, però no com a camí per arribar a definir una identitat, sinó en tot cas per a negar-la. Amb la mundialització, l'art ha deixat de ser fruit d'un territori concret o d'una identitat; cada vegada serà més difícil parlar d'un art francès, espanyol, català, americà, etc. L'art es comença a moure en uns paràmetres extraterritorials, en una

¹ Hal Foster, "*Postmodernisme en Paral·laxi*", al catàleg "Anys 90. Distància Zero", Centre d'Art Santa Mònica, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1994, p.23

franja de treball on l'arrelament territorial no és possible.

L'art ha entrat en el camp de noves estratègies, com l'apropiació o la simulació, i també en una nova situació de retorn al subjecte, però ara més lligada al cos humà. La fragilitat de l'individu ha esdevingut un tema capital en l'art contemporani. Probablement, hi hagi també influït l'esclat i expansió d'una malaltia com la SIDA. El cos humà i la seva indefensió i efimeritat davant la malaltia, la violència o la mort ha arrelat profundament en l'art dels anys 90.

L'art de la dècada que vivim ha desenvolupat o ha posat l'èmfasi en alguns temes bàsics: el cos humà i la seva decadència física, el feminisme, l'art i la política, la fotografia com a nou recurs visual, les noves tecnologies i la virtualitat.

La imatge de la malaltia i la mort, la condició física i perible del cos humà, la mutilació i la recomposició del cos, les deformacions, són variacions temàtiques recurrents de l'art d'avui. Només cal recordar les campanyes publicitàries de Benetton mostrant la camisa sagnant d'un soldat bosnià o la imatge d'un malalt terminal de Sida, la sèrie de fotografies de cadàvers a les sales d'autòpsies d'Andrés Serrano, els fluids corporals emprats per Kiki Smith o la referència al cos utilitzada en instal·lacions i "performances" de Mathew Barney, Félix González Torres o en les instal·lacions videogràfiques de Bill Viola i Gary Hill. La imatge del cos com a negació de la identitat, la vàrem trobar a l'exposició "Post-human", un retorn al subjecte a partir dels retocs de la cirurgia digital.

L'altre tema, el de l'art al servei d'un missatge de caràcter social o polític el trobem, per exemple, en el treball de Jenny Holzer difós a través dels rètols lluminosos de les grans ciutats o en els missatges feministes de les Guerrilla Girls o en l'art que pot fer referència a grups oprimits, a temes de drets humans o "apartheid". També el caràcter social i/o polític es deixa sentir en les instal·lacions dels artistes catalans Antoni Muntadas o Francesc Torres, encara que també en els treballs videogràfics de l'artista ja esmentat Gary Hill.

Pel que fa a la fotografia, cal assenyalar l'ascens del seu ús, unit, sobretot, a nous sistemes tècnics de reproducció, apropiació d'imatge, manipulació i adquisició de nous significats. Cal tenir en compte que la fotografia pren la realitat trobada, a la manera d'un "ready-made", de la qual s'apropia fragmentàriament. Aquesta idea de fragment, tan prò-

xima a l'al·legoria, fa que la producció artística vinculada a l'ús de la fotografia prengui un caràcter al·legòric. La fotografia ha deixat de ser una disciplina específica per passar a integrar-se al territori híbrid i pluridisciplinar de les arts plàstiques, formant part del territori d'ús de pintors, escultors i artistes de concepte.

Les noves tecnologies han estat el nou àmbit que ha guanyat molts adeptes, tant entre els artistes que ja es dedicaven a altres disciplines plàstiques, com entre els que ja s'han adscrit d'una manera directa a l'art virtual. L'avenç tecnològic ha determinat molt el treball de la imatge, però també el del so i el d'aquells treballs basats, sobretot, en la comunicació. La fotografia i les seves extensions en el vídeo i el cinema han estat influïts enormement per les possibilitats de les noves tecnologies, les quals, a més, permeten la retransmissió i comunicació en directe de la imatge creada per les xarxes telemàtiques. La possibilitat tecnològica de digitalitzar la imatge permet generar nous discursos sobre la simulació, la veracitat o la falsedat, tot creant un nou joc sobre la retòrica de la imatge.

Amb l'adveniment de la virtualitat, l'art s'ha desterritorialitzat del tot i ha esdevingut encara més efímer. Essent un reflex encara més directe d'allò que viu la societat. Com ens recorda Luk Lambrecht, "*...l'art pot esdevenir i ser el reflex directe d'allò que viu a la societat: en aquest cas, la majoria de les vegades l'artista manipula i/o il·lustra unes imatges de simulació amb les mateixes anomenades tècniques d'innovacions i estratègies d'imatge, que permeten així que l'art i la vida esdevinguin un reflex complementari, encreuat i sincrètic d'elles mateixes. En aquest cas, les produccions d'art esdevenen "producció" en el pitjor sentit de la paraula: producció del moment, el moment que està formalment i substancialment cristal·litzat en la noció de "moda" i en la idea boja i particular de mercat de curta vida a la qual es troba associada*"²

La situació de l'art al nostre país

L'homogeneïtat que ha pres la creació artística arreu ha fet que Catalunya no sigui una excepció a

² Luk Lambrecht, "Associacions amb els plecs del nostre temps" al catàleg "Anys 90. Distància zero", centre d'Art Santa Mònica, Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Barcelona, 1994, p. 40.

la situació descrita abans. A l'eufòria dels anys vuitanta, ha seguit una estabilitat institucional en la programació d'exposicions, s'ha multiplicat l'oferta d'espais expositius i les grans infraestructures museístiques —projectes que s'arrossegaven dels anys vuitanta— han obert al públic. D'altra banda, s'ha avançat molt en el reconeixement a l'estatut de l'artista com a professió i els seus drets, així com en l'obtenció de tallers i espais de treball assequibles als artistes. El projecte que s'ha consolidat en aquest sentit ha estat el d'Hangar al Poblenou, promogut per l'Ajuntament de Barcelona i l'AAVC (Associació d'Artistes Visuals de Catalunya).

Una de les activitats que els anys noranta han ajudat a consolidar són els cursos, seminaris i tallers amb artistes, una mena de formació de postgrau exercida des de la pràctica i la teoria, els més remarcables dels quals han estat els de la QUAM (Quinzena d'Art de Montesquiu), amb el suport de la Diputació de Barcelona i l'Associació H, de Vic.

Pel que fa a Barcelona, hi ha hagut una protecció institucional a l'art realitzat pels artistes joves mitjançant programacions estables, com a l'Espai 13 de la Fundació Miró, a la Capella de l'Antic Hospital de l'Ajuntament de Barcelona, a la Sala Montcada de "La Caixa" o bé al desaparegut Espai Balmes 21 de la Universitat de Barcelona. Cal remarcar, però, que a comarques, la feina feta en aquest sentit és encara més remarcable: Tarragona, amb el Tinglado 2; Lleida, amb la sala del Roser i la sala d'exposicions de la Plaça de Sant Joan; Mataró amb la sala d'exposicions municipals i Can Palauet; Reus amb el Centre de Lectura; Valls amb la Capella de Sant Roc, la Sala H, a Vic; l'espai B-5 125 de la Universitat Autònoma, la Fundació Espais a Girona, la Sala 4 del Museu de Granollers, el Centre Cultural Tecla Sala a L'Hospitalet, Sant Corneli Arts a Cardedeu, el Centre Cultural La Mercè i la sala de la Biblioteca municipal, també a Girona, la Nau Còchlea, a Camallera, i ja més a prop de l'art jove i les noves tecnologies, tenim la Sala Metrònom i l'Associació de Cultura Contemporània L'Angelot, a Barcelona.

Pel que fa als certàmens, un cop desapareguda la Biennial de Barcelona, va prendre el relleu la Biennial de Girona, que també ha deixat de convocar-se, essent actualment les Biennals de Valls, Lleida i Amposta les úniques que segueixen vigents. Això no obstant, cal tenir en compte la Biennial "Carambolage", en la qual hi participa Catalunya

com a part integrant del projecte dels "Quatre motors per a Europa" (Ontario, Lombardia, Baden-Württemberg, Rhône-Alpes i Catalunya) i de la qual s'han celebrat tres edicions coordinades pel COPEC del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, el qual també ha promogut altres intercanvis artístics amb l'estranger, com el "Flandes-Catalunya" (1997-1998) i exposicions continuades de diàleg amb el Quebec.

Potser els anys noranta s'han caracteritzat per una convivència de generacions diverses, per l'augment de l'ús de la fotografia, pel pas a les noves tecnologies, pel caràcter efímer del discurs artístic, per l'escassa consolidació de noms nous en el panorama artístic, malgrat el gran moviment expositiu; una convivència de generacions, però potser amb poc enllaç entre elles, com si les unes ignores sin les altres.

A nivell de llenguatge, tant la pintura com l'escultura o fins i tot la fotografia, ha derivat cap a la instal·lació. En el panorama expositiu, han perviscut els noms d'artistes vinculats a la generació dels anys setanta, com és el cas de Francesc Torres, Muntadas o Miralda, Benet Rossell, Eugènia Balcells, Joan Rabascall, Noguera, Carles Pujol, Frederic Amat, Àngels Ribé, Carles Pazos, Francesc Abad, Jaume Plensa, Susana Solano o Zush, si bé s'han afiançat més potser aquells artistes sorgits de les files dels anys vuitanta, com Pep Agut, Ignasi Aballí, Joan Rom, Antoni Abad, Pep Durán, Jordi Canudas, Salvador Juanpere, Ramon Guillen Balmes, Perejaume, Aureli Ruiz, Jordi Colomer, Margarida Andreu, Lluís Lleó, Josep M. Martín, entre altres.

A aquesta panorama, cal afegir noms que pròpiament s'han desvetllat durant els anys noranta, com és el cas d'Eulàlia Valldosera, l'artista que, aportant un discurs més proper a la representació femenina del cos humà, tant a nivell d'acció com d'instal·lació, ha assolit un reconeixement internacional. Però hi podríem afegir molts altres noms, com Ester Baulida, Octavi Comerón, Pep Dardanyà, l'espai de missatge polític i de protesta agafat pel Group Public Project, o el treball de comunicació social en els treballs de Ramon Perramon i Xavier Rovira.

Un cert discurs feminista —o una manera d'entendre el fet diferencial femení— ha passat a formar part de moltes obres d'art realitzades per dones. Així, el cicle "Polifonies", a "La Capella" (1995-96) es va proposar mostrar-ho mitjançant les exposicions de Tere Recarens, el trio Mía Guiteras,

Sonsoles García-Ramos i Carme Viñas, Núria Canal o Mirta Tocci. Podríem afegir-hi altres noms com Begoña Montalbán, Begoña Egúrbide, Helena Cabello i Elena Carceller.

La sala d'exposicions que ha marcat més la pauta dels artistes emergents dels anys noranta ha estat, però, la sala d'exposicions de l'Ajuntament de Mataró, portada per Martí Perán i Pilar Bonet, marc per excel·lència dels llenguatges híbrids dels anys noranta. Instal·lacions, escultura, pintura, fotografia, convivència de llenguatges i mitjans que han omplert aquesta sala de noves sensibilitats. Hi ha passat noms com Dani Montlleó, Domènec, Ramon Enrich, Jordi Abelló, Manel Margalef, Carles Guerra, Miquel Mont, Mònica Vilert o Joana Cera.

També, des de Mataró, s'ha obert el camp d'exposicions a un ús de la fotografia més experimental, com hem trobat en les exposicions "Rera l'ull de vidre", amb Daniel Canogar, Núria Canal, Erich Weiss; "Cambra de forasters", amb Eloi Puig, Mayte Vieta i Joana Cera, o "Karis", amb Neus Buira, Ramon David, Ester Rovira i Juan Urrios.

L'àmbit de la fotografia segueix tenint bona salut a Catalunya, mantinguda en part gràcies a la continuïtat d'un certamen com la Primavera Fotogràfica. L'afiançament de personalitats destacades, com Joan Fontcuberta, Pere Formiguera, Manel Esclusa o Jorge Ribalta ha obert les portes a una nova generació, encapçalada per Marc Viaplana i Mabel Palacín. La fotografia, però, ha anat de bracet els darrers temps amb les noves tecnologies, encetant un camp immens de manipulació, el que ha propiciat que molts artistes vinculats inicialment a la plàstica treballassin també en aquest àmbit, com és el cas de Muntadas, Eugènia Balcells, Francesc Torres, Carles Pujol, Eulàlia Valldosera, Ramon Parramon, Núria Manso, Xavier Manubens, Antoni Abad, Carles Congost, Xavier Rovira, Chus García, Mercè Batallé o Zush.

També, però, hi ha hagut altres artistes que ja s'han format en les noves tecnologies, que han estat gairebé el seu primer llenguatge, com Teresa Picazo, Núria Canal, Xavier Hurtado, Joan Pueyo o Maite Ninou.

L'altre àmbit de creació que s'ha desenvolupat molt durant els anys noranta ha estat el de l'acció o la "performance", mitjançant els cicles organitzats per Jorge Luís Marzo a la Sala Montcada de "La Caixa", per Carles Hac Mor i Ester Xargay a la Virreina –impulsors també d'accions/revista com la

"Revista parlada" o la "Revista caminada"–, o per Marta Pol al Centre Cultural la Mercè de Girona o al MACBA. Si bé molts dels artistes que s'iniciaren els anys setanta han seguit practicant l'acció, el cert és que durant els anys 90 han sorgit nous impulsors d'aquest llenguatge, com Borja Zabala, Joan Casellas, Dídac P. Lagarriga, Ramon Guimaraes, Marcel·lí Antúnez o equips com Kònic Teatre, practicant una barreja entre acció i noves tecnologies.

Estructures artístiques i "art públic"

El món galerístic, que va moure el seu interès cap el sector del Born durant els anys vuitanta, ara ho ha fet cap al barri del Raval, entorn del MACBA. Han aparegut noves galeries i altres s'hi ha desplaçat, si bé encara és un sector a consolidar, pendent de l'assentament definitiu del programa del Museu d'Art Contemporani i de la seva col·lecció. La Galeria Palma XII, a Vilafranca del Penedès, ha dut a terme un programa exemplar d'instal·lacions "in situ" de reconeguts artistes contemporanis (Muntadas, Plensa, Valldosera, etc.)

Pel que fa a l'art contemporani, és important el projecte d'exposició de la Col·lecció "la Caixa", a l'antiga fàbrica modernista Casarramona, ja que pot ser un punt de referència a tenir en compte a partir d'ara.

La dècada que tanquem és, sens dubte, la dels museus. La posta en marxa del MNAC i del MACBA, tot i les seves dificultats, és el tret més remarcable pel que fa a les estructures museístiques del país, que cal acompanyar de l'obertura del CCCB –espai d'interès per a exposicions temàtiques sobre art i cultura– i del Museu d'Història de Catalunya, al costat del Museu Nacional de la Ciència i la Tècnica de Catalunya.

La posta en marxa d'aquests museus a Barcelona ha generat també remodelacions i canvis en altres museus del país, que han canviat la seva museografia i en alguns casos també han dut a terme un nou projecte arquitectònic, reequilibrant la situació dels museus a tot el país, destacant els casos de Tarragona, Olot, Lleida, Vic i Girona.

Els programes d'"art públic" o d'escultura pública han estat presents a tot el país en menor o major grau segons les possibilitats de cada població, començant pel programa olímpic, seguit del projecte "Configuracions urbanes" a Barcelona, el qual ha estat l'exemple que han seguit altres ciutats de Catalunya, com és el cas de Terrassa, amb el

projecte "Càtex Entorn", els programes d'escultura pública iniciats a les ciutats de Girona, Lleida i Sabadell i el que du a terme el MACBA en els entorns del museu.

Cal valorar molt positivament el paper jugat per l'Escola Massana en la incorporació d'artistes joves a les files generals, sobretot a partir de les seves exposicions a "La Capella de l'Antic Hospital" i de la seva experiència d'art públic al recinte de les Piscines Picornell, així com els tallers, seminaris i exposicions dels alumnes de la Facultat de Belles Arts.

Queda, però, una assignatura pendent important, que és la coordinació dels dos grans museus, el MNAC i el MACBA. Ambdós museus han obert les portes al públic, sense uns criteris massa clars sobre la distribució del segle XX, malgrat els acords de la Junta de Museus, que fixaven que el MACBA havia d'acollir l'obra a partir dels anys 40, el que parteix pel mig fins i tot la trajectòria personal de

molts artistes. Tot i que el MACBA ha rebut en dipòsit nombroses obres procedents dels fons de la Generalitat i de l'Ajuntament de Barcelona, la col·lecció està per fer, les trajectòries de la major part d'artistes contemporanis interessants pel país estan per revisar i l'autèntica tasca de consolidació museística de la història de l'art contemporani del país no s'ha fet. L'altre tema pendent és el de l'edició del llibre d'art, absent del món editorial, amb la qual cosa difícilment s'arriba a poder historiar i revisar els fets artístics, si no hi ha una garantia d'edició. Ara per ara, són els catàlegs de les exposicions les referències historiogràfiques més vàlides, tot i que van al ritme de les institucions i dels museus, que no treballen sistemàticament i amb un ordre.

Confiam que en els propers anys es pugui avançar cap a la consolidació d'aquests dos museus i, sobretot, de les seves col·leccions, punt de partença bàsic per a l'art del segle XXI al nostre país.

El Periodisme

Josep Lluís Gómez Mompert

Després d'uns anys de pràctica periodística en condicions de llibertat —però sense acabar de recuperar la singular tradició estroncada per la guerra i el franquisme—, el periodisme català dels darrers anys del segle XX va tornar a homologar-se amb el de l'Occident més desenvolupat pel que fa a estils i característiques. De bell nou, el nostre periodisme sintonitzava amb el més reeixit d'arreu i s'arregljava amb les praxis informatives que s'imposaven internacionalment com a patró del periodisme de fi de segle.

El decenni anterior (1977-88) havia estat considerat, pel que fa al primer lustre, com el de la transició, adaptació i transformació dels mitjans de comunicació, mentre que el segon representava la consolidació de nous mitjans, en especial pel desplegament de la xarxa comunicativa de caràcter públic. Si aquestes situacions van traduir-se en activitats periodístiques força conseqüents, l'última dècada del segle ha pogut ser caracteritzada a Catalunya com la d'una metamorfosi periodística; una transformació radical del rol professional que, tot i haver-se iniciat abans, s'ha acabat d'arrodonir recentment.

Els canvis sociocomunicatius del periodista a la Catalunya dels darrers anys de segle XX són fruit d'un conjunt de factors generals, com ara l'evolució del context sociopolític i socioeconòmic, dels corrents de pensament hegemònics, del desenvolupament i de les aplicacions tecnològiques, i de factors específics com són: possibilitats i límits del sistema informatiu i comunicatiu; propietat, finançament, estructura i relacions de les empreses mediàtiques; origen, formació i inclinacions polítiques dels professionals; condicions de treball i

particularitats de les tasques informatives; cultura i influències professionals; i, finalment, la pròpia conjuntura del «camp periodístic».

L'inici dels anys noranta marca un punt d'inflexió en l'activitat informativa dominant al món fins al punt que, poc després, alguns analistes parlaren de «*la fi del periodisme*». La tasca periodística dominant en les pròpies societats democràtiques defugirà els criteris de la mediació responsable per tal que l'opinió pública no només pugui conèixer imparcialment els fets rellevants, sinó que permeti als ciutadans prendre decisions lliurement, sense coaccions ni manipulacions flagrants. Per alguns crítics, la transformació principal consistia en haver passat de la informació a la comunicació (dos termes homòlegs però no sinònims). En altres paraules, el periodista esdevenia cada cop més un comunicador (un professional de la persuasió); l'informador havia de ser cada vegada més un entretenidor. Fins alguns dels professionals més emblemàtics anaven convertint-se en veritables mitjancers, en mèdia (mitjà de comunicació ells mateixos).

A més, aquest procés de metamorfosi periodística es produïa al mateix temps que la implantació de l'anomenada *societat informacional*, amb tot un ventall de noves possibilitats i usos comunicatius. Les noves tecnologies feien versemblant el miratge de l'aldea global que havia preconitzat molts anys abans McLuhan. La creixent popularització d'Internet, per exemple, feia ombra als fluxos durs o decisius de la informació massificada i d'influència massiva dels mitjans convencionals. L'entusiasme comunicatiu permetia somniar que en l'era de la informació vivíem més informats que mai, en-

cara que la saturació informativa –com es va palesar arran de la Guerra del Golf de 1991- implicava confusió i censura encoberta.

A Catalunya, la consolidació dels mitjans de comunicació de la Corporació Catalana de RTV, juntament amb una munió de ràdios i televisions locals, moltes d'elles de caràcter municipal, va implementar el panorama informatiu audiovisual públic. Això va reportar beneficis pel que fa l'ampliació de llocs de treball i d'espais informatius, no necessàriament lligats al mercat de notícies, i també crítiques, des dels mitjans privats –per la competència- i des de la ciutadania, perquè algunes informacions sovint estaven tenyides del color polític del partit dominant a la institució que ostentava la titularitat del mitjà.

Cal remarcar, però, que en general la qualitat periodística audiovisual dels ens públics va ser formalment notòria i, en alguns casos, excel·lent: per exemple, els grans *magazines* matinals de ràdio o els programes informatius especials de televisió. Com a contrapartida, tant el mitjans públics com els privats van deixar-se penetrar per un excés de primera matèria informativa que provenia de la proliferació de gabinets de premsa i comunicació (d'ençà de 1986-1990). Aquesta estratègia va contribuir a un augment del periodisme precuinat, sobretot institucional, i del periodisme de declaracions. Sobre aquesta última qüestió, i a banda d'àrees on aquella rutina ja era habitual com ara la d'Esports, el 1994 es calculava que el 70% de les informacions de Política i Economia i el 50% de les de Cultura i Societat estaven elaborades amb declaracions.

Un altre factor que va condicionar i enterbolir la informació periodística va anar associat al boom de sondeigs i estudis d'audiència, particularment, perquè sovint aquests reforçaven els estereotips socials i els clics dels consumidors. Encara que també per altres raons, aquest *sociologisme* va suplantar el periodisme d'investigació o de precisió, alhora que va induir la planificació de reportatges seguint els patrons dissenyats pels resultats de les enquestes. L'anomenada tirania de les audiències va tenir també altres efectes perversos per a la informació, perquè habitualment es qualificaven els continguts de programes i productes segons una mesura estretament quantitativa. En opinió de molts professionals, de vegades el nombre de receptors ha servit als editors per justificar polítiques informatives de trivialització, o de no aprofundiment i seguiment

de certs temes sota l'excusa del mercat. El pes de l'audiència, a més, va ferir singularment el mitjà televisiu, en imposar uns productes mediocres i fins i tot poc ètics a través de l'espectacularització xarona de la realitat.

Des del vessant sociològic professional, el sector dels periodistes d'aquest període es destaca respecte del d'etapes anteriors per tenir més formació universitària (90%) i de caràcter específic (85% titulats en Ciències de la Comunicació); per un eixamplament de l'origen social i el rejuveniment (80% menor de 40 anys); i, finalment, per un nombre major de dones periodistes (35%, tot i que molt poques en càrrecs directius). Tot plegat ha tingut uns efectes positius pel que fa a un periodisme més àgil i modern, i amb uns enfocaments socials i de gènere menys conservadors; però alhora –també per la mobilitat professional i la precarietat laboral- menys madur i especialitzat. Aquests aspectes han influït l'actitud periodística i el tractament informatiu, que poden caracteritzar-se per una escassa autonomia professional, una informació política subsidiària i una tendència a la superficialitat.

Tot i que els periodistes han compartit uns valors simbòlics i una cultura professional prou comuna (com s'ha palesat en l'homogeneïtzació de la praxis professional i en l'estandardització de les rutines productives), majoritàriament no s'han mostrat com a tendència política, llevat d'alguns nuclis reduïts. No obstant això, el gruix dels periodistes ha tendit a decantar-se en dos grans segments cap a les posicions de les dues grans famílies polítiques que giren al voltant de CiU i del PSC-PSOE. Bé fos per raons de pragmatisme professional, bé perquè els periodistes en tant que intermediaris informatius formen part del conjunt d'agents culturals, i com a tals no poden sostreure's de les vinculacions institucionals, els informadors professionals han semblat sovint atrapats per les lògiques dels entorns dels dos dirigents emblemàtics, Jordi Pujol i Pasqual Maragall. Aquests partidismes també s'han acabat reflectint en la creació de dues plataformes periodístiques: els grups Gaziol i Josep Maria Lladó, respectivament. Encara que amb finalitats preferentment professionals, el seu tarannà –fins i tot a l'hora d'actuar dins del Col·legi de Periodistes- no era aliè a la política de blocs.

Tanmateix, les disputes entre col·legues o mitjans gairebé sempre s'han mantingut dins d'un to prou acceptable, cosa que ha permès parlar –per comparació amb Madrid- de l'«oasi català». Aquest

ambient, d'alguna manera, ja prové de molts anys abans, acostumats els periodistes a conviure en organismes de conciliació (com el Grup de Periodistes Democràtics, durant el franquisme, l'Associació de la Premsa de Barcelona, durant la transició i, posteriorment, el Col·legi de Periodistes de Catalunya) i a compartir tasques de consens polític d'èpoques difícils (Assemblea de Catalunya, Consell de Forces Polítiques, etc.). Justament aquesta llarga experiència de pluralitat democràtica també ha donat fruits en d'altres iniciatives com ara els Estatuts de Redacció, el Codi Deontològic o el Consell de la Informació.

Pel que fa a les condicions de treball, crida l'atenció una desigualtat evident: d'una banda, les clares millores econòmiques per als professionals estables i, d'altra, l'índex creixent de periodistes en situacions precàries (un 40% dels professionals el 1999). Paradoxalment, aquesta inestabilitat no ha fet pujar la sindicalització (un 15%), atesa l'escassa consciència de treballador, l'autoimatge de pertànyer a la classe mitjana amb l'afegit de relacionar-se amb la classe dirigent, i l'estesa esperança d'aconseguir la glòria mediàtica preferentment a la ràdio i a la televisió. És en aquest període (1989-1998) que va acabar de conformar-se el nucli elitista dels periodistes-estrella, amb fitxatges i sous multimilionaris, i la culminació del que podríem anomenar els *multimèdiams* (professionals prou destacats que influeixen persuasivament a través de múltiples mitjans de comunicació).

Val la pena destacar l'activitat periodística de l'anomenada premsa comarcal i/o local, en especial d'aquells periòdics que sorgits en la transició de-

mocràtica, gràcies a l'empenta comercial, però sobretot a un periodisme de carrer i d'indagació força interessant, amb els anys van esdevenir mitjans d'abast intercomarcal o supracomarcal. Perquè en aquests darrers anys, i malgrat una sobreexplotació dels professionals, han consolidat un periodisme competitiu, sovint imaginatiu i prou vinculat als interessos informatius de la ciutadania, aprofitant la seva proximitat. En un sentit diferent, s'ha d'esmentar també l'edició electrònica -via Internet- d'alguns mitjans de premsa i audiovisuals, o la creació de mitjans periodístics estrictament *on line*, com ara l'experiència de *Vilaweb*, mentre -durant els mateixos anys- es va encetar el procés de digitalització de les principals redaccions dels mitjans periodístics de Catalunya.

En albirar-se una nova època tecnològicament i cultural diferent, titllada de *societat de la informació*, els mitjans convencionals aconsegueixen les següents particularitats dins del denominat «camp periodístic»: la televisió ha passat a ser el mitjà que descriu i ordena la representació del món, la qual cosa la fa ser la convenció del periodisme més versemblant, per la fal·làcia del periodisme en temps real (en directe); la ràdio ha acaparat la transmissió de sentiments compartits i d'idees preparades per consumir, gràcies, entre d'altres aspectes, a la seva facilitat per explotar el factor emotiu; i, finalment, la premsa influent o de referència ha retingut encara el fòrum dels grans debats conjunturals, a més de mantenir-se com a registre dels patrimonis ideologicopolítics. Si no la fi del periodisme, sí un periodisme prou diferent sembla en portes.

La recerca científica i les universitats

Xavier Duran

L'evolució de la recerca científica a les universitats catalanes s'ha d'emmarcar en l'evolució general de la investigació els darrers anys. El 1987, a tot l'Estat el percentatge del PIB dedicat a R+D (Recerca i Desenvolupament) havia experimentat un augment important, si bé partia d'un nivell molt baix. En total, el percentatge se situava entorn del 0,7%, lluny encara dels països capdavanters, que superen el 2%.

A Catalunya, l'elaboració del primer Pla de Recerca (1992-96) va significar la potenciació de la recerca i l'enfortiment de la seva estructura, en un intent de coordinar tots els centres del Principat. Això va comportar, entre altres coses, un augment del percentatge dedicat a R+D, que el 1995 se situava vora l'1,2%. Com a mostra de la distància respecte a d'altres països es poden esmentar dades del 1998. A més del Japó (2,83%) i dels Estats Units (2,62), cal destacar França (2,32%) i Alemanya (2,28). Encara més lluny es troben països més petits, com Suècia (3,59% el 1995) i Suïssa (2,75%).

El relativament baix pes de la inversió pública en centres de recerca a Catalunya ha jugat en contra del desenvolupament d'aquesta activitat. Pel que fa al Consell Superior d'Investigacions Científiques (CSIC), centralitzat sobretot a Madrid i amb important presència a Catalunya, va ser potenciat al Principat a la fi de la dècada vuitanta. Aleshores es van crear el Centre Nacional de Microelectrònica, l'Institut de Ciències dels Materials (tots dos a Bellaterra, al campus de la UAB), el d'Intel·ligència Artificial i el d'Estudis Avançats (a Blanes). Amb aquests, el nombre de centres del CSIC a Catalunya arribava a 12.

En diversos àmbits, es pot dir que la producció científica a Catalunya prové bàsicament de les universitats. Això no significa menystenir la recerca que els grups i centres d'àmbits com la biotecnologia o la microelectrònica, entre d'altres, produeixen als centres del CSIC. Tampoc no cal oblidar que en alguns sectors molt lligats al desenvolupament industrial l'empresa privada fa un esforç important de recerca. Per exemple, en tecnologies de la informació i les comunicacions les universitats i el CSIC tenen 60 grups de recerca que integren 380 investigadors. Al sector privat hi ha uns 1.050 investigadors. En volum d'inversió, l'àmbit públic hi dedicava, el 1993, uns 7.440 milions de pessetes i el privat uns 12.371 milions. Això darrer, però, significa una inversió del 0,11% respecte al PIB, que situa les nostres empreses per sota de les d'Itàlia (0,17%) o de França (0,22%). Les dades són extretes d'un dels reports sobre la Recerca a Catalunya publicat per l'Institut d'Estudis Catalans.

Precisament aquest report, en parlar de recerca pública en aquestes tecnologies, no separa universitats i CSIC. Això pot ser un senyal que en molts sectors la col·laboració entre les institucions és molt estreta. Dels nous centres del CSIC esmentats abans, dos es troben en ple campus universitari de la UAB per afavorir precisament un treball en comú. També hi ha centres on es dona participació tant d'universitats com del CSIC. En canvi, hi ha sectors, com la física, on la producció és bàsicament universitària i perfectament diferenciable. En aquest camp, el CSIC només compta amb 5 dels 52 grups de recerca catalogats en el report corresponent de l'IEC.

Aquestes dades impliquen que parlar de la recerca científica a les universitats no equival a parlar

de la recerca científica a Catalunya, ja que tant CSIC com empreses privades i públiques realitzen inversions i fan producció —en alguns sectors molt important. El pes de les universitats varia, com hem dit, segons els sectors. En tot cas, creiem que junt a unes dades generals l'evolució de la recerca a les universitats ofereix un bon panorama, per bé que incomplet, de la recerca científica a Catalunya.

Des del 1988, la producció científica catalana ha augmentat significativament. Segons l'Institut per a la Informació Científica (ISI) de Filadèlfia, el 1988 s'havien produït a Catalunya 2.278 articles, que el 1996 —darreres dades de què disposem— eren 5.132 —això és, un augment del 125% en 8 anys. Aquesta corba ascendent situa Catalunya, dintre Europa, al nivell de països com Dinamarca, Àustria, Noruega o Grècia, però molt lluny, lògicament, dels capdaventers —Gran Bretanya, Alemanya i França.

Quant a ciutats, un estudi de C. Mathiessen i A. Schwarz, del Centre de Coneixement Tecnològic de Dinamarca, van establir una classificació de producció científica entre 1994 i 1996. Es basa en les dades de l'ISI i inclou dintre la ciutat els centres urbans que es troben a menys de 45 minuts. Això fa que, en el cas de Barcelona, la UAB i el seu entorn hi estigui inclòs. També comporta que certes ciutats importants estiguin agrupades.

La classificació pel total d'articles situa en primer lloc Londres, amb 64.742, mentre Barcelona es troba en el lloc 25è, amb 11.467. Quant a articles per càpita, els primers llocs són per a Cambridge (81) i Oxford-Reading (41), però una ciutat universitària ha de produir una òbvia deformació en les dades estadístiques. Les segueixen Ginebra-Lausana amb 29 i Basilea-Mühlhausen-Friburg, amb 20. Barcelona en té 5, poc per sota de Manheim-Heidelberg i Oslo (8), Londres i Lió (7), Milà, Frankfurt-Magúncia, Praga i Dublín (totes amb 6) i empatada amb París, Berlín, Manchester-Liverpool, Roma, Sheffield-Leeds, Brussel·les-Anvers, Viena, Birmingham i Aachen-Maastricht-Lieja. En articles per càpita Barcelona supera, entre d'altres, Madrid —amb una producció total de 16.230 articles—, Hamburg i Stuttgart, totes amb 4.

A més del total de publicacions, cal tenir en compte el seu nivell i impacte. Prenent el camp de les matemàtiques, Catalunya se situava el 1995, per total de treballs en relació amb la població, en el lloc quinzè del món —amb 234,26—, just darrere de Noruega i davant de Grècia. Però per articles d'excel·lència respecte a la població, Catalunya és catorzena i

en la relació de publicacions d'excel·lència respecte a publicacions totals és, amb 8,2, la quarta, just després d'Estats Units, Noruega i Dinamarca. Això dona una idea de la qualitat de la producció en un àmbit com les matemàtiques, on la recerca es genera principalment a les universitats.

En canvi, en un altre àmbit que, com hem dit, també se centra sobretot a les universitats, com la física, el nivell de publicacions totals no és tan satisfactori, malgrat l'increment produït. En el període 1985-89 el nombre d'articles era de 2,24 per mil habitants, mentre entre 1990 i 1995 va ser de 3,9 per mil. Això encara és lluny del 5,5 per mil que caldria esperar. També es va detectar un augment del nombre d'articles d'impacte, però encara baix quant a articles d'influència àmplia i en revistes punta de gran audiència.

Un dels camps destacats en recerca, tant per la seva influència en la qualitat de vida com pel volum que comporta arreu del món, és el de la medicina —o, més en general, les ciències biomèdiques. En aquest camp, la producció científica de 1991 a 1995 es deu majoritàriament (89% del total) a les universitats i els seus centres afiliats, sobretot a aquests darrers. El percentatge significa un total de 2.854 articles, que han estat signats per facultats o departaments universitaris no clínics i serveis d'hospitals universitaris. Més de la meitat dels treballs els signen membres de la Universitat de Barcelona o dels seus centres afiliats (51%), mentre la UAB hi contribueix amb el 41%. Hi ha contribucions menors de les universitats de creació més recent —Rovira i Virgili, Lleida i Girona.

Quant a la qualitat, cal destacar que mentre el nombre total d'articles ha disminuït lleugerament del 1991 al 1995, l'impacte dels articles ha augmentat. Així, el 1991, amb 688 articles el factor d'impacte era de 1,85 per article, mentre el 1995, amb 559 articles aquest índex era de 2,45 per article.

Per centres, la major producció correspon a l'Hospital Clínic, que se situa tercer, però, en impacte per article —el primer és l'IRO, Institut de Recerca Oncològica, i el segon el CSIC. Tanmateix, el Clínic té el major percentatge d'impacte respecte al total de la producció catalana (32%).

La productivitat cal relacionar-la amb l'esforç inversor. A les universitats catalanes els fons tenen procedència diversa —Catalunya, Espanya, Fons Europeus, convenis amb empreses. Les dades globals mostren un progressiu augment des del 1988. Aquell any, les despeses en R+D a les universitats

catalanes, considerant qualsevol origen, era de 8.632 milions de pessetes. Aquesta xifra ja era de 16.765 milions el 1991 –augment del 94%–, mentre l'any següent es va produir un gran salt i s'arribava als 25.755 milions –augment del 198% respecte al 1991. La xifra va anar augmentant els anys següents i el 1995 era de 33.762 milions –gairebé quatre vegades més que set anys abans.

Quant al personal destinat a R+D a les universitats catalanes, l'augment també havia estat notable. El 1988 hi havia 2.245 persones –amb dedicació plena–, que el 1991 eren 2.749 –augment del 22%. Com en el pressupost, aquell any es va produir un gran augment per arribar a 3.710 persones i l'any 1995 eren 6.414 persones, gairebé el triple que el 1988.

Una altra manera de mesurar la producció de les universitats en l'àmbit de la recerca són els convenis signats amb empreses i institucions. Això, però, serveix per avaluar recerca aplicada i, per tant, les xifres van en detriment de la recerca bàsica. En especialitats més allunyades dels interessos comercials directes, la mesura donaria una falsa impressió de baixa producció.

Inicialment, els contractes amb empreses i institucions es feien a través del CTT (Centres de Transferència de Tecnologia), però ara hi ha figures jurídiques diferents, segons la universitat; pot ser que tot continuï facturant-se a través del CTT o que hi hagi fundacions o altres ens que tramitin els contractes en certs camps. També cal pensar que les xifres que es donen sobre facturació i contractació poden variar, perquè s'hi poden incloure o no certs conceptes –com ara cursos de formació– que poden donar unes xifres tergiversades.

Aquí mostrarem unes xifres que podem considerar força ajustades a la realitat i que es refereixen només als CTT. La seva facturació i contractació era, el 1987, de 1.994,6 milions de pessetes, que el 1990 ja eren 4.478,9 milions. Segons dades de la direcció general d'Indústria, que inclouen també la facturació del CSIC, el 1991 el volum era de 6.080 milions i el 1993 ja s'havia passat a 8.350 milions.

Finalment, les dades més recents amb què comptem han estat recollides pel CIDEM –del departament d'Indústria, Comerç i Turisme– i no inclouen el CSIC. Per al 1994 assenyalen un volum de 7.485 milions, que ja eren 10.321 milions el 1996. El 1997 es va produir un descens molt lleuger, amb un volum de 10.300 milions.

Segons el CIDEM, el major volum d'aquests

diners correspon a convenis amb empreses, que signifiquen, aproximadament, la tercera part del total. Després sembla que se situen els projectes de la Unió Europea, cap a la quarta part. Després deuen venir els projectes finançats per l'administració que només inclouen recerca aplicada i no recerca bàsica. Els convenis amb institucions encara es veuen superats per l'apartat "altres", mentre el darrer lloc és per a contractes de formació.

Concretament, per a l'any 1997 tenim la següent distribució: convenis amb empreses, 3.047,3 milions; projectes UE, 2.247 milions; projectes de l'administració, 1.365 milions; convenis amb institucions, 1.290,3 milions; formació, 573,4 milions i d'altres, 1.783 milions.

El que interessa destacar d'aquestes xifres és que la facturació va augmentant força any rere any i que aquests contractes o convenis signifiquen una font d'ingressos molt important per a les universitats catalanes. D'aquesta manera, es compensa en bona part l'escassetat d'institucions públiques de recerca no universitàries a Catalunya.

Les xifres encara serien més altes si no fos perquè la competència estatal sobre algunes instal·lacions –com ara ports– limita molts encàrrecs, que es fan a universitats o centres de recerca de Madrid. La transferència de la gestió, doncs, també tindria impacte en els fons de recerca.

Un camp on els convenis signifiquen un volum molt important és el de Tecnologies de la Informació i les Comunicacions. Universitats i centres del CSIC varen facturar el 1991 570 milions de pessetes, que eren cap al doble (1.041 milions) el 1994 i gairebé el triple (1.679 milions) el 1996. Això implica un fort augment en només sis anys, cosa que palesa tant un augment de la recerca de qualitat com una notable millora en els fons de què disposen els investigadors per a la seva feina. El primer aspecte és destacable pel fet que el nombre de grups i investigadors no havia augmentat significativament des del 1991. El 1996 s'arribava a 5,5 milions de pessetes per investigador en convenis amb empreses i el percentatge de diners generats respecte als rebuts era del 24%.

Això té també una lectura negativa, segons el report de l'IEC: la necessitat immediata de transferència de tecnologia pot produir a llarg termini una minva en la recerca bàsica de qualitat. D'altra banda, també caldria destacar que la recerca en aquests camps pot tenir un impacte positiu en el camp social i cultural.

Un fet destacable produït els darrers anys és la creació –o l'aprovació de projectes– de parcs científics o tecnològics, estructures que impulsades per universitats, empreses o altres institucions permeten una massa crítica important per a la potenciació de la recerca i la transferència de tecnologia. En el cas de la UAB, la seva situació en una àrea molt industrialitzada i propera al Parc Tecnològic del Vallès –creat el 1988–, ofereix una bona posició. La fundació Empresa i Ciència, creada per fer de pont entre la UAB i la indústria– i el Parc Tecnològic del Vallès varen impulsar el 1997 la creació de l'anomenat Club B-30, per aglutinar institucions, municipis, empreses i associacions situades entorn de la via de comunicació que li dona nom.

D'altra banda, la UB, a més de crear la Fundació Bosch i Gimpera, destinada a la formació tècnica continuada per a les empreses, va elaborar i aprovar el projecte de Parc Científic, que, instal·lat a Pedralbes i amb 50.000 metres quadrats, hauria de significar un nou pol de recerca, transferència de tecnologia i col·laboració entre diverses entitats. El Parc Científic pretén constituir una gran concentració d'equips de recerca de qualitat, centres d'investigació, serveis científicotècnics i oficines d'innovació i transferència de tecnologia.

A aquesta concentració de centres de recerca s'afegeix el potencial de la Universitat Politècnica, que pels seus treballs molt propers a l'aplicació industrial té una gran incidència en potenciar la relació universitat-empresa.

Un altre element important són els centres lligats a universitats. Se'n poden esmentar dos que es troben al campus de la UAB: el Centre de Recerca Matemàtica i el Centre de Recerca Ecològica i Aplicacions Forestals (CREAF). El primer suposa un element important en el desenvolupament d'una ciència bàsica no directament explotada per les empreses. El segon significa un important pol de recerca bàsica i aplicada en un camp cada vegada més important. També és un bon exemple de participació de diverses institucions, ja que del seu patronat en formen part: els departaments d'Agricultura, Ramaderia i Pesca, de Medi Ambient i de Política territorial i Obres Públiques de la Generalitat, el Comissionat per a Universitats i Recerca, les Universitats de Barcelona i Autònoma de Barcelona i l'Institut d'Estudis Catalans.

Malgrat aquesta presència d'institucions i el nivell i l'abast de la recerca feta al CREAF, sembla

que a l'hora de plantejar els objectius ambientals els nostres dirigents no ho aprofiten prou.

Efectivament, la recerca mediambiental és un dels camps que més ha progressat els darrers anys i a Catalunya ho ha fet de manera important, tant en el camp teòric com en el de projectes aplicats. Una part de dirigents, economistes, industrials i professionals en general han anat entenent que, al contrari del que han pensat durant molt de temps, la protecció del medi ambient no es limita a tenir cura d'espècies en perill i d'espais naturals, sinó que engloba tota una nova forma de desenvolupament i de planificació del territori amb consideració dels aspectes ecològics, econòmics, industrials, educatius, socials, sanitaris, etc.

En el camp universitari això s'ha plasmat en la potenciació de la recerca a diversos departaments i a la creació d'organismes o centres que coordinen la recerca ambiental des de diferents punts de vista. Cal destacar, d'altra banda, la creació de la carrera de Ciències Ambientals, que es va iniciar a la UAB i, un any després, a la Universitat de Girona. En el cas de la UPC, l'objectiu ha estat encara més ambiciós, amb un pla que inclou la planificació ambiental en totes les activitats de la UPC, la coordinació i potenciació de la recerca ambiental de tots els departaments i el caire ambiental que reben totes les carreres. Amb això darrer es persegueix que tots els llicenciats per la UPC –enginyers de les diverses branques, arquitectes, etc.– tinguin en consideració els temes ambientals en el desenvolupament de les seves activitats professionals.

El no aprofitament dels coneixements i les reflexions que es generen en el camp ambiental ens permet connectar amb una activitat que en els darrers anys ha augmentat, però de la qual encara no es treu prou rendiment: la comunicació científica. Per bé que activitat minoritària entre els investigadors, la pràctica de la divulgació científica s'ha estès aquests anys entre els universitaris i els científics d'altres institucions.

Però, més enllà de la pura divulgació s'ha observat, per part d'alguns investigadors –universitaris o no– la voluntat d'influir en l'opinió pública intervenint en debats generats per temes d'actualitat –animals clònics, incendis i política forestal, malaltia de les “vaques boges”, etc. La generació d'opinió científica, però, no ha tingut la repercussió que hauria pogut tenir. L'absència gairebé absoluta de científics a les pàgines d'opinió dels diaris i en les tertúlies de ràdio i televisió ha promogut els

comentaris frívols i poc o gens documentats sobre algunes notícies, l'absència de diversos temes importants i, en definitiva, ha impedit afavorir el debat social sobre uns avenços científics que provoquen discussions ètiques o sobre arguments de gran impacte social i econòmic. També cal destacar una pobra producció d'assaig basat en temes científics, al contrari del que passa en altres països.

Si la influència de la recerca a la universitat ha augmentat pel que fa a l'aprofitament dels treballs a les empreses, el balanç és molt menys positiu en el camp del pensament. Mentre en ciències polítiques i socials hi ha hagut força presència d'universitaris en els mitjans de comunicació, en l'àmbit

científic i tecnològic no ha estat la pràctica més habitual d'anar a buscar les persones que poden aportar coneixements i criteris clars sobre alguns temes. Això ha estat perjudicial per a la societat, enfrontada a debats globals importants, per a la cultura –perquè temes com la normalització lingüística o la identitat nacional no poden ignorar la incidència de les noves tecnologies– i per a la recerca i la universitat, ja que la presència assídua d'aquests investigadors augmentaria el prestigi d'aquestes institucions. I ajudaria a donar la base social de reconeixement que, més enllà de cada política concreta, fa avançar la demanda –explícita o implícita– de potenciació de la recerca.

La historiografia i la recreació del passat

Francesc Espinet i Burunat

1.- El 1988 Josep Fontana publicava una obra emblemàtica que repensava els inicis de la contemporaneïtat catalana: *La fi de l'antic règim i la industrialització*¹, un dels volums d'una extensa *Història de Catalunya* dirigida per Pierre Vilar (ara reeditada en llibre de butxaca). Des d'aleshores, en aquest mateix terreny de les «grans obres», s'han editat – de fet, estan en curs d'edició – dues altres sèries: una història de la cultura catalana dirigida per Pere Gabriel i una història del Paísos Catalans dirigida per Borja de Riquer, dos catedràtics d'història contemporània experts en el segle XX, tots dos deixebles de Fontana. Aquestes són les dues «grans obres» que clouen el seguit de les editades al llarg del segle: des de la del publicista Rovira i Virgili (iniciada els anys vint), passant per les del medievalista Ferran Soldevila (dels anys trenta i dels anys seixanta), continuant per la dirigida pel medievalista-modernista-vuitcentista Vicens i Vives (anys cinquanta), seguint per la dirigida pel medievalista Salrac (anys setanta) i acabant amb l'esmentada obra coordinada pel modernista Vilar. Simplificant, podríem dir que al llarg del segle la «gran història catalana» ha passat d'estar en mans de publicistes (excel·lents publicistes) a ésser dirigida per professionals universitaris, que començaren veient-la des d'una perspectiva medieval per acabar fitant-la des de la contemporaneïtat: ja el 1987; en un singular exercici, Vilar, en el pròleg al primer volum de l'obra, havia assajat una síntesi de la història catalana des del present cap al passat; ara, a les obres

¹ Igualment emblemàtiques han estat, després, les seves obres *Europa ante el espejo* (1994) i *Introducció a l'estudi de la història* (1997).

dirigides per Riquer i per Gabriel, la contemporaneïtat del segle XX ocupa un espai privilegiat, entorn de la meitat dels volums.

La segona problemàtica plantejada és la de l'àmbit territorial abastat. Catalunya-Països Catalans és la qüestió. Mentre la perspectiva fos essencialment medieval, la resposta era predeterminada: Paísos Catalans. Quan el franquisme és present i alhora la perspectiva temporal s'inverteix, la qüestió es complica; no obstant, la resposta no és unívoca: hi ha una tendència majoritària «regionalista» (que contempla la regió catalana de la «Catalunya estricta»), però també hi és present amb força la visió nacionalista que abasta tot el domini lingüístic català (i «zones adjacents», diríem), tant pel que fa a aquestes obres generals (com succeïx amb la de Riquer, i s'esdevingué amb la dirigida per Albert Balcells a la fi dels setanta) com a algunes publicacions periòdiques historiogràfiques (*Recerques*, *Afers*, *El contemporani*, etc.).

2.- No és gens estrany que una comunitat que es reivindica com a nació tingui en la història un dels més notables centres d'interès cultural. Posat que reivindicar-se com a nació vol dir autorepresentar-se amb una forta identitat. I tota identitat social potent té en la memòria, en el passat, un dels seus ancoratges més segurs.

Perquè el dia a dia –la vida– no és consistent sinó formant part d'un projecte. I a tot projecte li calen uns fonaments. Fonaments adients al projecte. La història, el passat, la memòria col·lectiva s'afaiçonarà d'acord amb el projecte, també col·lectiu, d'aquesta societat poderosament autoidentificada com a nació.

Calen, però, els mitjans per convertir-la en quelcom consistent. I, durant aquests darrers anys, de mitjans n'hi ha hagut, potser no tots els que calien, però suficients per tenir unes bones collites. Amb esforç, això sí. I tot plegat, havent de contrarestar els pals a les rodes posats des de l'Estat espanyol per un normal desenvolupament d'una historiografia pròpia. Només al·ludirem a tres casos conflictius: l'afer del nomenament d'un director de l'Arxiu de la Corona d'Aragó totalment aliè als interessos de la institució, l'afer de la negativa al retorn dels documents de la Generalitat republicana dipositats a l'arxiu de Salamanca sobre la Guerra Civil al·legant «dret de conquesta», i l'afer del difícil retorn a Catalunya de les cintes de la productora Laya films.

Retornem, però, a Catalunya. D'antuvi potser cal dir que en història també s'ha entrat en el terreny de les noves tecnologies. Posem-ne alguns exemples ben dissemblants, com ara la conversió de documents escanejats en textos informàticament manipulables, la representació digitalitzada –gràfica i animada– de paleopaisatges, la creació de setis –o espais– internet especialitzats en temes històrics, la florida de recursos didàctics en vídeo o en cd-rom, o la nova concepció aportada per la Universitat Oberta de Catalunya.

En un altre sentit, ens trobem amb la importància adquirida, en certa manera en detriment del discurs textual, per la materialitat de la història: el paisatge, el monument, l'artefacte o l'objecte històrics, fins i tot per la reconstrucció, la simulació, la representació i àdhuc el simulacre històrics (quants mercats i festes medievals?). Començant, en la fase investigadora, per la forta presència de l'arqueologia i acabant, en la fase exhibidora, amb la vigorosa remodelació o la creació de nova planta de museus històrics –i parcs temàtics– de tota mena (des del museu gironí de cinema, al terrassenc de la ciència o als barcelonins d'història de Catalunya o el d'art de Montjuïc, passant per espais a l'aire lliure prehistòrics o d'època romana, i acabant per la representació del món monàstic medieval a Santes Creus). En aquests nous espais d'exhibició permanent de la història, a més, s'hi han fet aquesta darrera dècada un munt d'exposicions temporals, moltes de notable repercussió, sovint destinades a reblar políticament determinades claus de volta. Així, sobre l'exposició del 1888, el modernisme, el noucentisme o les avantguardes; sobre els ibers, Roma a Catalunya o L'islam i Catalunya; sobre la contribució de l'Església catòlica a l'art català, so-

bre les Bases de Manresa i el catalanisme, sobre «Les dones fan història» o sobre el 98 a Catalunya. Sovint aquestes exposicions han estat paral·les a congressos, de vegades lligats a commemoracions políticament o acadèmicament rendibles, com ara: el mil·lenari de Catalunya, els aniversaris de Carles III o de Felip II, dels remences o dels moriscos, de les Bases de Manresa, del 98, de la revolució francesa, del *Tirant lo Blanc* o d'Ausiàs Marc, del Císter. O en ocasió de «magnes esdeveniments», com els Jocs Olímpics.

Paral·lelament a aquesta florida de la materialitat com a objecte de desig historiogràfic, la presència de la imatge ja no per il·lustrar la història, per il·luminar els llibres d'història, sinó la presència de la imatge fotogràfica –i, de seguida, cinematogràfica– com a presència de la història mateixa. El document fotogràfic –o cinematogràfic... o sonor– explicant-se per si mateix. Els llibres d'història a través de la imatge. Sovint, a més, lligat a la microhistòria, especialment a la història local. I les jornades gironines de **La imatge i la recerca històrica** fent d'aglutinants.

La història local, Un altre vessant fonamental de la historiografia catalana en aquests últims anys. La tradició d'aquesta mena de discurs local és vella, fins i tot podríem afirmar que Catalunya ha estat de fa temps un dels racons del món on aquest tipus d'estudis ha estat més abundós. El gir dels darrers anys, però, és de consideració: teorització sobre la matèria, pas d'un estadi d'erudició fàctica a un nivell d'interpretació de caràcter diríem científic (acadèmic, universitari, etc.), percepció de la història de les localitats en marcs concèntricament més amples (comarca, regió, nació, continent, univers), estudis d'abast comarcal com a peces que cal lligar dialècticament per comprendre la formació del trencaclosques nacional, etc. Han estat molt valuosos els congressos generals d'història local, les trobades d'estudiosos catalans, les revistes d'abast local o comarcal (sovint lligades als consells comarcals) i els **Plecs d'història local** (iniciats el 1986). Caldria afegir-hi l'informatitzat **Fons bibliogràfic d'història local**, creat a la Universitat Autònoma de Barcelona.

Aquest factor local ha estat un dels motius de l'apropament de la història al públic. Un altre, de pes semblant, hauria pogut ser la seva presència en els grans mitjans de comunicació. Aquí, però, els dèficits són força notables. Especialment en la ràdio i la premsa diària (no tant en les publicacions

periòdiques no diàries), i també a la TV. No obstant, alguns programes televisius –sobre Nin, Carrasco i Formiguera, Cambó, per exemple– han tingut una notable repercussió en l'opinió pública, han generat polèmiques entre professionals del món de la cultura en general, i fins i tot han anat a parar als tribunals. Cosa que posaria de manifest l'acuitat d'aquestes qüestions històriques (recordem que el mateix tema Companys ha originat una altra polèmica: la de l'ètica professional, en diversos aspectes). D'altra banda, alguns diaris han editat en fascicles, en cd-roms o per d'altres mitjans dominicals diverses històries (o geografies o plànols) de Catalunya.

Sens dubte, és a l'escola on ha de començar el coneixement generalitzat de la història. Aquí, malgrat que els plans d'estudi no hi han ajudat gaire –incloent-hi el recent ESO i el batxillerat–, s'ha produït una certa presència en el món editorial, com ara en les sèries de Graó, Barcanova o *L'aventura i la història* d'Oriol Vergés. Semblantment, ens trobem amb col·leccions pedagògiques de vídeos. I amb estudis sobre la presència de la història en els *currículums* pedagògics, inclosa alguna tesi doctoral. Algunes publicacions especialitzades (en història o en pedagogia) s'ocupen esporàdicament o metòdicament de la qüestió (com ara la secció **Història i ensenyament** de L'Avenc).

3.- Hem començat referint-nos a l'aspecte nacionalista de la nostra historiografia. Coherentment, no és estrany que el catalanisme hagi estat un dels temes centrals de l'estudi històric d'aquests anys (Anguera, Balcells, Colomines, Casassas, Duarte, Ivern, Llorens, Murgades, Manent, Marfany, Sallés, Termes, etc.).

Tot espai nacional és clivellat en els seus distints estrats, formant grups socials de diversa entitat i consideració. Sovint aquests grups s'oposen entre ells o són genèticament constituïts en tant que contraris a un altre grup social. Ens trobem, doncs, amb un immens manyoc de solidaritats i de conflictes –sovint motors de la història– dels quals la historiografia ha de donar raó.

Doncs bé, en aquesta darrera dècada hem tingut una bona collita d'històries de solidaritats i de conflictes.

Comencem per la més evident: la cada vegada més poderosa presència –conflictiva i solidària– de la dona com a subjecte de la pròpia història... i com a elaboradora d'historiografia. El llibre col·lectiu

Més enllà del silenci. Les dones a la història de Catalunya en seria alhora la prova del treball fet i el tret de sortida (1988) de la dècada que estudiem.

Un altre grup serien els joves. D'aquí la celebració d'un congrés de joves historiadors. O l'estudi col·lectiu sobre la història de la *Juventut a Catalunya* (1987).

En el terreny economicosocial, els dos grans grups d'empresaris i assalariats han tingut els seus estudiosos, però, a diferència d'allò ocorregut des dels anys seixanta, aquesta dècada han estat els empresaris els que s'han endut la palma, bé sia a través de la immensa majoria d'històries econòmiques (des de la col·lectiva *Història econòmica de la Catalunya contemporània* fins a la recent síntesi de Jordi Maluquer, passant per les *Fàbriques i empresaris* de Cabana), bé sia en estudis més socials (les patronals o els seus òrgans) o polítics (com *L'últim Cambó*, de Riquer). La classe obrera també ha tingut les seves obres, com *Història gràfica del moviment obrer a Catalunya*, o els estudis de Ricard Vinyes sobre els comunistes catalans. O la Fundació utopia.

Lligant-ho amb això, caldria dir que la història econòmica encara pateix d'una visió excessivament esbiaxada en la consideració del procés de producció i dels seus elements. En primer lloc, contempla el procés de producció com si es tractés d'un procés de creació *ex nihilo*, sense tenir prou en compte que tot procés de producció ho és també de destrucció (absència de consideracions ecològiques, o d'una visió ecològica de la història de l'economia). En segon lloc, a l'interior del mateix procés contempla asimètricament els agents, de manera que tendeix a valorar el capital pels resultats propis i, en canvi, el treball per la seva aportació als resultats aliens, els del capital, i no als resultats del mateix treball (absència de consideracions socials, o d'una visió social de la història econòmica). Dit d'una altra manera, la història econòmica a casa nostra encara té poc en compte els processos de destrucció de riquesa, de distribució de la riquesa generada i de consum (en tant que benestar). Aquest consum, d'altra banda, és contemplat sobretot com a element indispensable del comerç –dels termes d'intercanvi–, en tant que generador de capital... i no pas de riquesa (presència exagerada d'una visió mercantil de la història econòmica). D'aquí, per exemple, que una puja de salaris sigui vista en principi negativament, com també ho és una baixada de preus o de producció (la història econòmica des

del punt de vista del capital). Alhora, doncs, una vaga serà considerada com un element extern distorsionador del procés de producció... i potser comptabilitzada com a «risc natural», com si fos una tempesta destructora, i no pas un element moderador, dins del procés, de la tendència del capital a apropiarse de tanta proporció de beneficis com sigui possible (història econòmica com a història aritmètica). Malgrat tot, hi ha senyals de canvi quan, per exemple, s'introdueix entre els nostres paradigmes l'ecològic o el de la quotidianitat. Ecologia que força la contemplació dels elements destructius dins dels processos econòmics o quotidianitat que obliga a mesurar aquests processos pels seus efectes en el benestar (qualitat de vida) de la gent. També fugiu d'aquestes simplificacions una certa història socioeconòmica, de manera especial, per exemple, la que s'ocupa, en un marc regional o comarcal, de la transició d'una societat agrària a una altra d'industrialitzada (com ara Congost per a les terres gironines, Mayayo per a la Conca de Barberà, Vicedo per a la Terra Ferma, Ferrer per a la Catalunya central, Tello per a la Segarra, Benaül pel Vallès Occidental, Valls per a Anoia, Calvo per al Baix Llobregat, etc.).

4.- Una darrera reflexió s'hauria de fer. El pes cada vegada més gran del món de la cultura en el repertori d'interessos dels historiadors. Un resultat –i alhora un esperó– dels més vistents seria la referida *Història de la cultura catalana*. Immediatament abans havia aparegut una renovadora *Història de l'art català* (1983-1986), coordinada per Francesc Miralles, com ho fou la part contemporània de la *Història de la literatura catalana* (1986-1988), dirigida per Joaquim Molas.

Paral·lelament es renovaven –i es renoven– els estudis d'altres sectors de la història cultural, com la història del cinema amb estudiosos com Alonso, Alquézar, Caparrós, Espinet, González, Gubern, Ibarz, Minguet, Oltra, Porter, Romaguera, Riembau, Torreiro, Sala, etc.; les revistes **Cinematògraf**, **Cinema rescat** o **Film historia**; i temàtiques específiques com el cinema amateur i el cineclub. També s'innova en la història del cartellisme, el disseny, la publicitat, la fotografia, la música, l'arquitectura i l'urbanisme, l'esport, el lleure, el viatge i el turisme, etc. El llibre, el correu, la telegrafia, el telèfon, la ràdio, la televisió.

Especialment s'ha renovat la mateixa concepció de la cultura, que contempla una àmplia gam-

ma de «cultures» les menys estimades de les quals no són precisament la «popular» o la «de masses»: la història de la comunicació social de masses ha comportat avenços notables en la concepció de la història cultural, per no dir de la història *tout court*. En aquests espais, pedagogia, ciència i tècnica, socialització–associacionisme–sociabilitat i recepció cultural tenen una forta presència en l'ocupació dels estudiosos. Com la temàtica del professional, l'intel·lectual, l'artista. O de l'expressió de la consciència de la identitat personal a través dels egodocuments.

Tot això vist no sols des de l'angle de la creació, sinó de la recepció dels «productes» (tant objectes com mentalitats, tant cosmovisions com modes, etc.), siguin creats en el si del mateix grup receptor, o hi siguin aliens. I de les influències, de l'abast de l'ona expansiva dels productes, dels creuaments d'ones.

Així ha pogut aparèixer un seguit d'investigadors individuals o col·lectius que han produït estudis i obres de divulgació que s'ocupen d'aquestes temes de manera cada vegada més aprofundida. Fins a gosar d'intentar crear, per exemple, una **Xarxa d'història cultural mediterrània**.

I caldria no oblidar la ineludible i alhora polèmica qüestió de la interculturalitat.

5.- M'adono que el meu discurs ha girat especialment entorn de la història contemporània. No podia ser d'altra manera, atesa la meua especialització en aquest terreny. No voldria acabar sense esmentar els grans avenços realitzats en altres terrenys, amb publicacions periòdiques especialitzades que en deixen constància.

Així, en el món del paleolític s'ha fet recular en mil·lennis la presència de restes humanes en terres catalanes o aquesta mateixa presència ha estat estudiada per especialistes catalans en altres terres. Paleoambients i arqueozoologia; estratègies alimentaries i d'habitació; neolític i urbanització, han estat objecte igualment de noves interpretacions. Com el món romà. O les qüestions entorn de l'arqueologia subaquàtica. Entre les publicacions periòdiques innovadores en aquests terrenys caldria mencionar, d'altra banda, **Cota zero**, **Tribuna d'arqueologia**, **Faventia** o **Auriga**. A més de les comarcals, com ara **Cypsela**, **Laietania**, **Limes** o **Gala**, per posar alguns exemples.

En història medieval és innegable el pes del llegat de Bonnassie (amb Salrac com un dels seus més

notables continuadors), mentre els plantejaments d'un Barceló (arqueològics i alhora d'ample abast teòric) innoven tot sotraguejant; Sénac des del nord potser faria de pont. Estudis de tipus comarcal, local o regional han aportat precisions de notable interès (Guilleré per Girona, Cuadrada pel Maresme, etc.), mentre Balaña ha compendiat la presència de l'Islam, o s'han estudiat les relacions amb el Magrib a la baixa edat mitjana. Des d'un punt de vista de la llengua i la literatura, el segle XV ha estat privilegiat (Nadal-Prats interpretant l'evolució de la llengua; el *Tirant* i el poeta Marc especialment estudiats en commemorar llurs cinc-cents anys).

L'edat moderna també ha vist renovacions. Fonamentalment, ha aparegut la teoria de la no-decadència durant el Barroc, encara que amb poca eficàcia en el paradigma: no només literatura, sinó llengua, llibre i cultura, en general, han estat objecte d'especials miraments. Bandolers i moriscos del primer XVII, Guerra dels Segadors i Guerra de Successió han estat els temes-moments més remoguts, tot insistint en la teoria dels plantejaments constitucionalistes de les elits. El segle XVIII vinya i cotó han continuat essent estrelles. I el baró de Maldà n'ha enlluernat molts, i les guerres dels francesos, en el trànsit cap al XIX, no han quedat en la foscor (el segon centenari de la seva revolució, la dels francesos, hi ha ajudat). *Manuscrits* i *Pedralbes* han estat portaveus d'aquestes inquietuds, mentre es realitzaven dos congressos generals d'història moderna de Catalunya.

6.- Queden un seguit de qüestions que no em resigno a obviar. Per tal que en quedi constància, n'anuncio algunes de les més pregnants:

El mite mediàtic del «fracàs dels historiadors». L'erecció de monuments commemoratius («Visca Macià, mori Cambó», encara?). La creació d'institucions, des d'universitats fins a arxius (ubicació al nou edifici de Sant Cugat de l'Arxiu Nacional de Catalunya, del Centre d'Estudis Històrics Internacionals a la reconstrucció del pavelló espanyol de l'Exposició de París del 1937, creació de l'Institut universitari d'història Jaume Vicens i Vives, etc.) . L'edició de diccionaris i d'atles històrics de Catalunya.

La història oral, amb la revista *Història y fuente oral*, dirigida per Mercè Vilanova. Analfabetisme. Història antropològica. I el museu de la Roca del Vallès. Les publicacions de documents inèdits, assenyaladament egodocuments, i d'entre ells, textos d'egohistòria, sobretot el de Pierre Vilar a instàncies de Rosa Congost. Estudis sobre historiadors catalans i sobre la teoria de la història. La presència d'historiadors contestataris de la historiografia oficial, assenyaladament Miquel Izard.

El carlisme. La polèmica entorn del «catalanisme popular» o del «republicanisme catalanista d'esquerres». La història de la república i la guerra civil. Del franquisme i l'antifranquisme. De la transició. La «història actual».

L'especialització d'historiadors catalans en temàtica externa, des del món arabomusulmà a la Xina, l'Àfrica subsahariana o l'Amèrica llatina.

I un immens etcètera.

El pes dels mitjans i les xarxes de comunicació

Mònica Terribas i Sala
Xavier Bosch i Sancho¹

Introducció

Els interessos polítics, econòmics, socials i culturals han definit i defineixen l'estructura dels mitjans de comunicació. Acabant la dècada dels noranta, la qüestió és: ¿amb quines xarxes i mitjans de comunicació arribarem al segle XXI a Catalunya?

Aquesta darrera dècada és la que ha catapultat la indústria dels mitjans cap a un canvi tecnològic: el pas del sistema analògic al sistema digital. La digitalització ha obert nous horitzons en dos aspectes: la possibilitat de multiplicar el nombre d'ofertes i diversificar-les –plataformes digitals i tematització de l'audiovisual a través de canals especialitzats– i la qualitat i la diversitat del procés comunicatiu que modifica els hàbits de consum –la telemàtica–. El progressiu accés dels ciutadans a Internet ha facilitat el creixement del periodisme electrònic que deixa un gran camp obert per al segle que ve.

La integració tecnològica ha conduït les empreses del sector a agrupar els seus interessos en diferents àmbits i constituir grups multimèdia. Així, aquesta darrera dècada ha estat caracteritzada per un moviment empresarial convulsiu d'associacions, aliances i fusions que, encara ara, desconcerten i canvien dia a dia.

En aquest sentit, la dècada dels 90 ha estat marcada per l'assentament de les iniciatives privades de comunicació, principalment de canals de televisió, però també de noves xarxes radiofòniques que tímidament van eixamplant les seves estructures.

A Catalunya, malgrat la sòlida estructura pública dels mitjans de comunicació, els canals privats espanyols de televisió que emeten en obert, Tele-5 i Antena 3 TV, han constituït una competència econòmica que ha afectat els objectius culturals dels mitjans catalans. En l'àmbit radiofònic, aquests darrers anys, dues iniciatives insinuen canvis en el paisatge d'aquest mitjà al nostre país. D'una banda, l'arrancada de la xarxa de ràdio pública COM, que ha absorbit una part destacada de les ràdios municipals catalanes i constitueix en aquest moment una sana competència a les Emissores de la Generalitat. D'una altra, el naixement i progressiu establiment de la xarxa privada d'emissores, Flash FM, que té el potencial per a convertir-se en el primer projecte de ràdio privada en català amb programació convencional. Una última iniciativa, és la dependència de Radio Associació de Catalunya del Grup Godó, després de molts anys de ser una de les Emissores de la Generalitat. L'aparició de projectes radiofònics i multimèdia al voltant dels grups de premsa Godó (*La Vanguardia*) i Zeta (*El Periódico*) apunta com un dels eixos de futur més interessant de la batalla per l'hegemonia en les indústries i els mercats informatius i culturals.

Paral·lelament als fenòmens de concentració de mitjans i empreses, s'ha produït a Catalunya en els darrers deu anys la consolidació d'un teixit de petits mitjans de comunicació locals –butlletins de premsa gratuïta, premsa local, ràdios i televisions municipals– que alimenten els vincles informatius de les comunitats més petites, i que, en el cas de la televisió, són l'embrió de la futura organització de les xarxes a través dels canals de cable. És tota la vertebració de xarxes de comunicació de proximitat.

¹(Quadres: J. Àngel Guimerà i Marta Rizo)

La premsa escrita no constitueix un àmbit d'iniciatives tan afalagador, potser pel fet que el futur del consum comunicatiu es defineix més en termes de producte audiovisual que no pas de lletra impresa. Això explicaria el relatiu estancament del sector industrial de la premsa en català. Malgrat això, aquesta dècada tanca amb dues iniciatives afortunades: la publicació d'una edició en català, idèntica a l'edició castellana, d'un dels diaris de consum més sòlid: *El Periódico de Catalunya*. i també del diari distribuït a les terres de Ponent, *El Segre*. Potser d'aquesta feta, l'*AVUI*, primer diari en català després de la dictadura, i *La Vanguardia*, la competència directa d'*El Periódico* a Catalunya, han redefinit les seves polítiques: l'un per a aproximar-se més al seu mercat natural i l'altre per a orientar la seva difusió totalment o parcial en català.

La relació de tots aquests factors constitueixen l'estabilització d'un espai comunicatiu a Catalunya, i en la nostra llengua, en tots els mitjans –televisió, ràdio i premsa escrita–. Aquests gaudeixen de l'estructura necessària per afrontar els canvis polítics i econòmics que comportarà el nou mercat europeu, caracteritzat per la liberalització i la desregulació. En l'àmbit de la cultura, aquesta estructura, però, no garanteix que els productes que difonguin aquests mitjans puguin mantenir una política pròpia que sigui fidel a la seva identitat cultural. Altrament, tot sembla indicar, que el mercat els abocarà a defensar les prioritats econòmiques que situen el concepte de bé cultural en un segon terme.

Prensa escrita: una dècada que acaba amb més edicions en català

En tots els àmbits de la cultura, Catalunya reflecteix una situació econòmica i cultural dual que comporta el compartir la producció en dues llengües –català i castellà– que, alhora, gaudeixen d'estructures econòmiques desiguals, però que les situen en un mateix mercat lliure i competitiu. Aquest condicionant en determina els resultats i això és particularment així en la premsa escrita.

La dècada dels 90 en premsa escrita té noms propis. D'una banda, el fracàs de noves i antigues capçaleres de premsa diària, que no aconsegueixen fer front a la pressió del mercat i els baixos índex de lectura, i que han desaparegut després de períodes curts de difusió. En aquest sentit, aquesta darrera dècada han fet fallida els projectes següents: *El Nou Diari*, que va arrossegar les antigues capçaleres de

Diari de Barcelona i *Diari de Lleida*, *El Observador*, *Claro* i *Eco*, entre d'altres. Per contrast, cal destacar l'embranchida d'iniciatives en català que actualment competeixen amb el segment de vendes del diari *AVUI*: *El Segre* i *El Periódico*, tots dos editats en català i en castellà, l'ampliació d'edicions de *El Punt* a gran part del territori del Principat, i la consolidació de *Regió 7*, *Diari de Girona*, *El Nou 9* i *Diari d'Andorra*, aquests en català, i les edicions bilingües de *Diari de Tarragona*, *Diari de Sabadell* i *Diari de Terrassa*. El balanç global és positiu, entre altres coses, perquè l'edició en català de *El Periódico de Catalunya* pot tenir un efecte normalitzador en el segment de lectors que, habituats ja a aquest producte, el trien en la llengua que parlen habitualment.

Els projectes fallits posen de manifest que la indústria de la premsa diària no sembla admetre més capçaleres, però l'embranchida de les edicions en català demostren que els lectors estan preparats per assumir un consum de premsa diària, que anys enrere llegien en castellà, en la nostra llengua. Les corporacions multimèdia que protagonitzen el rànquing de capçaleres de premsa diària han entès que editar en català no suposa necessàriament una reducció de vendes. La veritable prova de foc ha estat l'experiència d'*El Periódico de Catalunya*. Davant d'una gran expectació, l'octubre de 1997, el Grupo Zeta va col·locar als quioscs de tot el país dues edicions idèntiques del seu rotatiu líder de vendes a Catalunya, que es distingeixen per l'idioma –castellà i català– i per la franja de color de la capçalera –vermell i blau–. La necessitat de figurar com a diari de gran difusió, els força a mantenir el nom original del rotatiu que es manté en castellà en totes dues edicions. L'èxit d'aquesta iniciativa, segons informacions del mateix diari, és palpable des de bon principi. Així, aquella xifra desencoratjadora del 1997 que situava en només un 12% el nombre d'exemplars venuts cada dia en català del total de diaris consumits al nostre país, ara ha estat superada amb escreix, atès que fonts d'*El Periódico* i *El Segre* informen que la distribució de les seves edicions en català i en castellà ronden el 40% i el 60% respectivament.

Tot i que aquestes notícies són alentadores, seria desorbitat magnificar-les, perquè els índexs de comprensió del català s'apropen ja al 95% en la nostra població i la comprensió del català escrit al Principat és superior al 73%. Així doncs, seria lògic que, atesa la destacable oferta de premsa en la nostra llengua, el nombre de lectors fós molt superior al que ens indiquen els índexs de difusió. Aques-

ta reflexió sembla pertinent si tenim en compte que els mitjans de comunicació de ràdio i televisió en la nostra llengua són líders a Catalunya per davant de les iniciatives públiques i privades en castellà.

En qualsevol cas, el final d'aquesta dècada de la premsa diària en català marca una tendència a la recuperació tant de la indústria de premsa com del consum, que es distancia del clima d'estancament que es va viure a la dècada anterior. A part de l'impacte directe en el creixement del nombre de lectors en català, la nova etapa de *El Periódico* en doble edició pot funcionar indirectament com a revulsiu per a d'altres capçaleres: tant el diari *Avui*, que, malgrat les remodelacions tecnològiques i de disseny de l'any 1994, mostra un estancament en la seva difusió, com *La Vanguardia*, rotatiu centenari a Catalunya i principal competència d'*El Periódico*, hauran de replantejar-se el seu futur. Probablement, l'un confiarà la seva estructura empresarial a un grup multimèdia amb prou cabdal financer per remuntar el projecte, i l'altre haurà de modificar la seva política lingüística si vol continuar mantenint el pols del rànquing de difusió amb el vaixell insígnia del Grupo Zeta a Catalunya. En aquest sentit, hi ha hagut negociacions per comprar l'*Avui* per part del Grup Godó per assumir la remodelació del projecte d'un diari en català dins del grup, cosa que els estalviaria la incòmoda decisió política i d'imatge de, o bé seguir els camins que ha marcat el seu competidor, o bé fer un gir absolut i acostumar els seus lectors a llegir el seu diari totalment en català.

En l'àmbit de la premsa no diària, la lluita pel mercat entre les publicacions en castellà i en català és encara més desigual. La potència del capital estranger en els grups editorials espanyols deixa poc marge de maniobra a les iniciatives catalanes dins d'aquestes empreses. Així, es pot dir que només existeix un setmanari sòlid en català que es distribueix per tot els Països Catalans i que l'any 1996 va celebrar el desè aniversari: *El Temps*. Hi ha dos factors que fan d'aquest setmanari un cas peculiar: s'edita fora del Principat per Edicions del País Valencià, S.A. i té voluntat de cobrir tot l'àmbit de parla catalana amb redaccions a València, Barcelona i a Mallorca. *El Temps* ha mantingut els seus objectius d'independència econòmica i ha sobreviscut sense haver de pertànyer a cap grup multimèdia.

Com es pot observar en el quadre adjunt, la majoria de publicacions no diàries que es difonen a Catalunya són, doncs, en castellà. Hi ha, però, més de noranta publicacions periòdiques en català, agru-

pades a través de l'Associació de Publicacions Periòdiques en Català (APPEC), que en conjunt distribuïen a finals del 97 uns 600.000 exemplars. Entre aquestes publicacions, cal destacar recents iniciatives com la revista de cultura semestral *Transversal* (editada per l'Ajuntament de Lleida), el naixement de la revista mensual *Descobrir Catalunya*, del Grup 62, la publicació cultural *Lletra de canvi*, la iniciativa privada *Marc de Referències*, un intent de reproduir una publicació de reflexió sobre temes monogràfics a l'estil de *Le Monde Diplomatique*, i el manteniment d'altres capçaleres històriques com la revista de cultura mensual *Serra d'Or* i nombroses publicacions infantils i juvenils que es mantenen, malgrat les ofertes que els mateixos rotatius diaris han posat en el mercat per a competir-hi (*La revista dels Súpers*, de La Vanguardia). Aquesta iniciativa, juntament amb la publicació dins del setmanari *Lecturas* de la separata *Tot i més*, són el ressò de la influència de Televisió de Catalunya sobre la premsa escrita. En aquest cas, contribueix a assentar a través de la lletra impresa un star-system que es consolida des de la televisió i s'escampa a altres àmbits de la nostra cultura com el teatre, la literatura i el cinema.

En aquest quadre no hi figura un fenomen que mereix una atenció especial: la premsa gratuïta. Tot i que algunes d'aquestes publicacions tenen OJD, la gran majoria no consten en cap llistat oficial. Són iniciatives promogudes a vegades pels ajuntaments, i a vegades pel sector privat amb l'objectiu de difondre informació local, vinculades a les poblacions petites i mitjanes, i barris de les grans ciutats. Consten de cròniques locals, entrevistes, articles de serveis i salut i, sobretot, anuncis dels establiments del seu àmbit de cobertura. Solen ser en català, de petit format, tant pel seu tamany com pel nombre de pàgines. A tall d'exemple, és el cas de *Zona Alta* (Sarrià-Sant Gervasi, de Barcelona), *Tot Cerdanyola*, ó *Tot Sant Cugat*. Aquestes publicacions són significatives perquè vertebreren les comunitats i configuren, juntament amb les ràdios i les televisions locals, la vitalitat creixent d'aquestes xarxes de comunicació paral·leles als grans mitjans de cobertura nacional.

Consolidació de les xarxes radiofòniques: consum, competència i continguts

La ràdio i la televisió han protagonitzat la normalització del consum mediàtic en català des del final de la dictadura. És des d'aquests dos mitjans que

Quadre de difusió de la premsa diària a Catalunya

	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997
Diaris espanyols d'informació general										
ABC	6025	8943	10255	11910	12772	12905	11673	11770	10212	s.d.
El Mundo	0	0	2991	3093	4118	5775	12497	18580	17357	14510
El País	51844	52137	53261	56795	57699	56497	57606	62046	55994	51994
Diario 16	1316	1291	1228	1228	1201	1465	1143	1143	0	s.d.
Diaris catalans d'informació general										
Avui	37220	37321	38098	38939	35423	33337	38638	42184	37290	34156
El Periódico	157192	164174	171439	171995	180992	185517	193576	215581	210793	207722
La Vanguardia	202741	210624	218276	210000	206829	208029	207112	203026	196807	210012
Diari de Barcelona	13674	14122	12715	10752	10000	10000	0	0	0	0
El observador	0	0	0	20218	25000	12500	0	0	0	0
Diaris d'informació general locals										
Diari de Girona	7432	7712	7489	7302	7501	7639	7206	6028	5448	6006
Diari de Sabadell	6787	7118	7635	7773	7874	7587	7164	6725	6582	6262
Diari de Tarragona	8443	9417	10916	12202	12145	12407	12302	12760	13126	13088
Diari de Terrassa	5390	5517	5657	5662	5727	5567	5737	5517	5597	5483
El Punt	12203	14061	15832	16137	16297	15399	15351	17894	18572	20950
La Mañana	6385	7409	7815	8222	8032	7244	6992	6661	6331	6268
Regió 7	6204	7332	8331	8206	8070	8173	8277	8777	8556	8596
El Segre	7656	8216	8750	9835	10695	11389	12363	12827	12564	12722
El 9 Nou	0	0	0	0	0	0	0	2499	2105	s.d.
Diari de Lleida	2500	2500	2500	2500	2500	2500	0	0	0	0
Nou Diari	0	0	0	2000	2000	2000	1500	1500	1500	s.d.
Diaris esportius espanyols										
Marca	3895	5805	9943	10160	11765	13903	17399	23655	28763	20171
As	8076	9431	10092	8870	10485	10768	10206	11038	12582	14566
Diaris esportius catalans										
Sport	56775	64256	66923	70069	78201	88972	100405	101193	105537	131140
El Mundo Deportivo	57030	57011	587337	57100	61441	67373	73059	78376	90974	101072
Diaris econòmics espanyols										
Cinco Días	2205	2061	2247	2823	2801	2416	2576	2182	2750	s.d.
Expansión	2835	3819	2991	3352	4124	5086	5170	4509	5142	9152
Gaceta de los negocios	0	3810	4340	2998	3428	3330	3337	2436	2295	s.d.

Font: elaboració pròpia a partir de les dades publicades a *Anuario el País 1998 i 1999*, i a Cardús, Salvador (1998) "La premsa diària a les Illes Balears, el País Valencià i Catalunya (1976-1996)" a *Finestra Oberta* nº4, Barcelona, Grup de Fundacions-FUS

Quadre de difusió de les publicacions no diàries a Catalunya

1988		1997	
Revistes amb difusió superior a Catalunya			
Teleprograma	242427	Pronto	146944
Pronto	143183	Hola	122365
Hola	143157	Lecturas	118980
Lecturas	127240	Mía	61897
Diez Minutos	68288	Diez Minutos	46184
El Temps ¹	18772 ²	El Temps	17543 ³
Revistes amb difusió a Catalunya			
ACPC ⁴	51460	El mercat d'Hospitalet	64802
Claxon Sabadell	40006	Aquí Hospitalet i B. Llobregat	61621
Claxon Tarragona	38716	Revenda Girona	55338
Claxon Lleida	34896	Baqueira Beret	50355
Claxon Garraf-Penedès	34251	El mercat de Badalona	49790

Font: Elaboració pròpia a partir de l'*Anuario El País* de 1988 i 1997 i dades facilitades per *El Temps*.
Les publicacions que apareixen en aquest quadre són controlades per OJD.

Notes:

¹ *El Temps* l'hem inclòs pel fet de ser l'únic setmanari d'informació general en català que cobreix tots els territoris de parla catalana, malgrat que les seves xifres de difusió són molt inferiors a les de la resta de revistes que apareixen en aquest quadre.

² Aquesta xifra fa referència a la difusió de 1991

³ Aquesta xifra fa referència a la difusió de 1998

⁴ Aquesta xifra fa referència a la suma de la difusió de totes les publicacions de l'ACPC

en els darrers vint anys s'ha construït un univers de referents que, a poc a poc, va consolidant un star-system català, que comparteix espai amb l'espanyol i amb la resta d'impactes de fora de l'Estat que arriben, sobretot, a través del cinema i la indústria discogràfica nord-americanes. La ràdio és en aquest sentit un punt de partida per a l'establiment de formats, originals o no, en la nostra llengua i un camp de formació de professionals que en molts casos comparteixen l'activitat radiofònica amb la televisiva.

Aquests darrers deu anys han estat farcits de novetats en el camp radiofònic. D'una banda, la consolidació del lideratge de les Emissores de la Generalitat, tant en qüestió d'audiències a Catalunya –*Catalunya Ràdio*, les temporades 1996-97, 1997-98– com en l'establiment de ràdios es-

pecialitzades que consoliden una oferta sòlida de ràdio en FM: *Catalunya Informació*, *Catalunya Música*, *RAC 105* (al Grup Godó des de novembre de 1998) i *Catalunya Cultura*. En aquest punt, fem èmfasi en *Catalunya Informació*, inaugurada l'any 1992, que es va convertir en la primera emissora a tot l'Estat Espanyol dedicada a la difusió informativa durant 24 hores. I en *Catalunya Cultura*, inaugurada el febrer de 1999, amb informació cultural de tots els àmbits i especial atenció als nens en les franjes horàries que més poden escoltar la ràdio (des que es lleven fins que van a l'escola, a l'hora de berenar i un conte a les nou de la nit).

Malgrat la força i l'assentament de les grans cadenes privades de ràdio –*Cadena SER* (*Radio Barcelona*), *ONDA Cero*, *Cadena COPE*– i de Ra-

Radio Nacional de España (Ràdio 4), *Catalunya Ràdio* és en aquest moment, i amb únicament 15 anys d'existència, la cadena líder del panorama radiofònic a Catalunya. L'oferta pública en català de *Radio Nacional de España, Ràdio 4*, s'ha estancat com a conseqüència de dos factors: d'una banda, ha cedit el relleu de fer una ràdio pública en català a les Emissores de la Generalitat, que, lògicament, tenen més voluntat política en els centres de decisió per a fer-ho i un projecte coherent i global en català, i d'una altra, els resultats d'audiència de *Catalunya Ràdio* que, també pels seus recursos, la situen a molta distància de poder competir-hi. La competència de ràdio privada en català, *Ràdio Barcelona*, ha tingut i té encara programes estrella com *Força Barça* o *El Terrat*, del qual n'ha sortit un fort potencial de professionals que s'han incorporat a Televisió de Catalunya. Malgrat això, *Ràdio Barcelona* continua mantenint únicament una part de la seva programació en català i no constitueix un projecte global competitiu de ràdio privada en català.

Per tant, cal remarcar que al tomball de segle no existeix un projecte sòlid d'oferta radiofònica privada en català. Sembla estrany que el teixit empresarial del país, on el negoci editorial ha aconseguit estabilitat i èxit —Edicions 62, Proa-Enciclopèdia Catalana, Planeta, Columna, La Magrana, Quaderns Crema— no hagi tingut l'empenta de promoure un negoci competitiu de ràdio que esperoni la producció i el consum en la llengua pròpia. En aquest sentit, és just fer esment al naixement de la cadena *Flash* l'any 1992, a través de la concessió feta l'any 1991 d'una freqüència de Terrassa als empresaris Miquel Calçada i Carles Cuní, que han aconseguit mantenir en funcionament una cadena de música en FM en català. En un futur proper, aquesta cadena que compta amb moltes associades arreu del país, pot convertir-se en ràdio convencional. Aquest és també el cas de la cadena en castellà liderada per Luís del Olmo, *Onda Rambla*, que va vertebrar algunes altres emissores —locals o de nova concessió— que constitueixen una nova oferta radiofònica independent de *Onda Cero*.

L'escassetat de noves freqüències fa que sigui difícil aconseguir una xarxa d'emissores amb cobertura global al Principat per a poder fer front a les Emissores de la Generalitat, i encara més difícil, aconseguir que aquest àmbit de cobertura sigui extensiu a Catalunya.

Amb aquest propòsit, i des de la Diputació de

Barcelona, l'any 1996 va néixer un nou projecte: una xarxa d'emissores en ona mitja que es convertirà aviat en FM i que s'articula a través de les emissores municipals i locals: *COM Ràdio*. Aquest projecte radiofònic gira a l'entorn de la incorporació d'un professional del periodisme que havia impulsat la programació a Catalunya Ràdio: Josep Cuní. En els darrers anys, *COM Ràdio* ha enfortit la seva estructura de programació generalista amb una audiència estable i ha aconseguit l'associació de nombroses emissores municipals. L'efecte del projecte de *COM Ràdio* ha estat una certa debilitació de l'estructura radiofònica municipal catalana que, fins ara, era una de les més vertebrades i sòlides d'Europa, tant en nombre d'emissores com en la continuïtat de les seves emissions.

La primavera de 1999, la polèmica concessió de freqüències par part de la Generalitat al Grup Godó en detriment d'altres propostes, com les de J.M. Puyal i *El Periódico*, barrejada amb la no renovació d'algunes llicències a la cadena COPE, ha posat de manifest la difícil gestió del sector en situació de carència d'una política clara i explícita.

Evolució de la programació radiofònica

En l'àmbit dels continguts, l'evolució de la programació en els darrers deu anys posa de manifest la necessitat de les cadenes radiofòniques en català de consolidar les franges horàries competitives amb les grans cadenes espanyoles. La programació diària es reparteix clarament entre els programes d'informació-magazine de matí, que són l'eina de competitivitat més directa amb les privades —*El matí de Josep Cuní* (1986-1996) i *El matí de Catalunya Ràdio*, amb Antoni Bassas (1996-1999) i, actualment, *El matí de Josep Cuní* a *COM Ràdio* (1997-1999)—. la franja de tarda, amb magazines politemàtics, programes d'entreteniment i musicals, i la franja nocturna, en què les grans cadenes privades han ofertat un programa d'esports —*SuperGarçia*, a Cadena COPE, i *El Larguero*, a Cadena SER— contra el qual Catalunya Ràdio l'any 1996 va decidir competir amb un espai propi, *No ho diguis a ningú*, de Jordi Basté, des de la perspectiva catalana del món de l'esport.

La programació radiofònica informativa i de format magazine no ha creat noves propostes: tots els programes estan basats en entrevistes, intervencions telefòniques dels oients i espais patrocinats. A destacar, el retrocés dels concursos radiofònics

Ranquings d'audiència del consum radiofònic a Catalunya
Audiència de la ràdio a Catalunya, 1988-1998 (% de població que escolta cada canal)

Any / Emissores	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
OM	17,1	15,9	14,5	13,9	13,8	16,0	13,5	11,8	11,8	9,7	7,3
FM	44,5	46,4	43,2	46,8	46,5	43,9	46,4	50,2	51,4	50,8	50,0
Convencional	42,0	40,9	36,0	36,9	36,7	37,9	35,7	40,8	38,8	38,1	31,6
Fórmula	21,4	24,1	24,1	27,5	25,7	24,1	27,1	26,2	28,1	26,1	29,6

Font: Anuario El País i Estudio General de Medios

en els darrers anys. Un fenomen a subratllar és la consolidació de les tertúlies en tots aquests programes com a fórmula idònia per a combinar la creació d'opinió, l'entreteniment i l'establiment de veus quotidianes des de diversos àmbits que, alhora, constitueixen un recurs rendible per omplir minuts d'antena en totes les franges horàries. És des d'aquestes tertúlies des d'on, en èpoques de friccions polítiques i canvis estratègics, s'han articulat visions i actituds controvertides tant des de les emissores privades en castellà com des de les públiques catalanes.

La falta d'innovació en la programació radiofònica té la seva excepció en la proliferació d'espais d'humor i entreteniment, dels quals han sorgit fenòmens mediàtics remarcables, hereus dels espais de ràdio d'humor en castellà, *Arús con leche* i *Força Barça*, d'Alfons Arús, a *Ràdio Barcelona*. Així, cal destacar el concurs de *Catalunya Ràdio Pasta Gansa*, de Miquel Calçada "Mikimoto" (1987-1997), l'espai d'humor *Alguna pregunta més*, d'Antoni Bassas, Xavier Bosch i Manuel Fuentes, en aquesta mateixa emissora (1994-1998), i l'espai de *Radio Barcelona, El Terrat*, d'Andreu Buenafuente i el seu equip (1992-1998). Fruit de l'èxit d'aquests programes, n'han sorgit d'altres que continuen refermant la tendència a farcir la programació de ràdio, i com veurem, també de televisió, d'espais d'humor que són el recurs alternatiu dels mitjans de comunicació públics a l'ús i abús del reality show, el sexe i la violència per assolir alts índex d'audiència.

La programació de ràdio en català es caracteritza per dur a terme una política directament competitiva amb les grans cadenes privades en castellà i reforça les figures que constitueixen el seu star-system també a través de la televisió. Així, s'ha anat definint un panorama paral·lel entre la ràdio i la

televisió públiques catalanes, que, d'una banda, ha obtingut magnífics resultats d'audiència, i d'una altra, ha restat possibilitats a la configuració de professionals alternatius i específics de la ràdio. Així ha estat amb professionals sorgits de la ràdio que han desenvolupat fórmules televisives com Joaquim M. Puyal, creador del *Futbol a Catalunya Ràdio*, i autor de diversos programes televisius, Antoni Bassas, Miquel Calçada "Mikimoto", Ramon Pellicer, Josep Cuní, Andreu Buenafuente i Elisenda Roca, entre d'altres. Aquests i d'altres professionals són encara avui els protagonistes de la ràdio en català, pública i privada, i constitueixen un tímid star-system que competeix en èxit d'audiència amb altres professionals catalans de la ràdio en castellà com Luís del Olmo, Júlia Otero, Xavier Sardà i Gemma Nierga.

Televisió: crisi de continguts i consolidació del teixit empresarial audiovisual

A Catalunya, actualment, l'espectador de televisió rep dos canals públics íntegrament en català, TV3 i Canal 33, dos canals públics majoritàriament en castellà, però amb franges horàries de desconexió en català, TVE 1 i TVE 2, dos canals privats gratuïts, A3TV i Tele 5, que de tant en tant fan retransmissions esportives en català i emeten en català a través del sistema dual algunes pel·lícules, un canal privat de pagament, Canal+, que té, esporàdicament i a través del sistema dual, doblatge i retransmissions en català, l'opció de múltiples canals —alguns de *pay per view*— a través de dues plataformes digitals que operen actualment a tot l'Estat Espanyol: Canal Satélite Digital i Via Digital, i, segons el lloc d'ubicació, accés a una, dues o més

televvisions locals, la més destacable de les quals, per volum d'espectadors i per l'originalitat del projecte és Barcelona TV, BTV, gestionada per la productora privada Ovídeo, S.L. Aquest és el panorama a finals dels anys 90, mentre que a finals dels anys 80, l'espectador català podia veure únicament els canals públics estatals, els dos canals autonòmics catalans, les respectives televvisions locals i els tímids inicis dels tres canals privats, Tele 5, A3TV i Canal+. El panorama de l'oferta ha canviat radicalment, però no així el panorama de producció i del consum televisiu. En aquest sentit, la possibilitat de consumir des de casa diferents cadenes a través de la televisió per satèl·lit (Eurosport, Euronews, CNN, BBC, etcètera) és un pas més enllà, encara, tant en l'oferta com en el consum televisiu.

Aquesta darrera dècada ha suposat per a l'espectador català la consolidació de les ofertes de televisió privades, l'enfortiment de la xarxa de televvisions locals i l'empobriment de la programació de tots els canals, que ha tendit a l'homogenització i a la rendibilització econòmica, bandejant els criteris de servei públic que les cadenes públiques haurien d'observar.

La televisió, com a mitjà productor i transmissor de béns culturals i econòmics, és actualment el camp de batalla de les iniciatives empresarials provinents d'altres àmbits –grups multimèdia, distribuïdores i productores cinematogràfiques, discogràfiques, editorials–. És a través de les possibilitats que té aquest mitjà, amb la incorporació de la digitalització i la multiplicació de canals per cable o per la transmissió de la Televisió Digital Terrestre, que s'articularà la major part de l'oferta comunicativa del futur. Es produeixen fenòmens de producció multimèdia que tenen la seva embranzida en el mitjà televisiu i que aconsegueixen rendibilitzar-se a través dels altres mitjans, com la ràdio, la indústria editorial o la premsa. Així, no són pocs els projectes de televisió que després d'haver comprovat l'èxit a la petita pantalla, accepten ofertes complementàries en programes radiofònics, publicació de llibres o col·laboracions periodístiques.

La necessitat d'assolir resultats en un mercat competitiu com el nostre –ja sigui en castellà o en català– fa que les empreses –tant públiques com privades– busquin productes amb solvència garantida i no arriquin les seves inversions en professionals o projectes desconeguts. Així doncs, assistim a un procés de reproducció de formats televisius, fruit

del coneixement i l'experiència d'altres països, principalment dels Estats Units, i a la rendibilització a través de diversos canals, dels mateixos productes, presentats, dirigits o conduïts per presentadors que passen dels informatius als debats i als talk-shows i dels concursos als magazines, amb la intenció de rendibilitzar una imatge que ja és coneguda pel públic.

Una de les característiques d'aquests darrers deu anys de televisió a Catalunya, i a la resta de l'Estat Espanyol, és el creixent rol de la televisió com a vehicle 'transmissor' de productes, més que no pas com a 'creador' de programes. La televisió és un mitjà a través del qual ens arriben fets o produccions que no han estat pensades expressament per a la televisió (partits de futbol, pel·lícules de cinema, retransmissions de macro-espectacles de la vida pública –Olimpíades, Mundial de Futbol, retransmissions de concerts, gal·les benèfiques, festivals musicals.– o privades –bodes reials o bodes de personatges populars, enterraments–). Si consultem el rànquing d'audiències, observem que allò que determina el lideratge d'audiència dels diferents canals no són pas els projectes creatius i originals dels seus professionals, sinó l'habilitat dels seus equips directius i comercials d'aconseguir els contractes de drets per a les retransmissions esportives –principalment, les retransmissions de futbol– i per a l'exhibició d'èxits comercials de cinema. Només cal recordar l'anomenada "guerra del futbol" produïda l'any 1996 per la lluita entre els grans grups multimèdia i les grans cadenes de televisió (Canal+ i grup PRISA, Antena 3, FORTA) pel control dels drets de retransmissió del futbol que, amagaven, conseqüentment, els diferents posicionaments en el futur desenvolupament de les plataformes digitals. Un dels productes més atractius per a poder aplicar el *pay per view* a les plataformes són les retransmissions de futbol que, durant tota aquesta dècada, han marcat clarament la diferència als rànquings d'audiència.

El futbol i les estrenes a la petita pantalla de les grans produccions cinematogràfiques de Hollywood són els productes que lideren les llistes de totes les cadenes, públiques i privades. Al seu darrera, produccions de diversos gèneres, entre les quals destaquen els formats de concurs, les telenovelles, les sèries setmanals i els reality shows. D'aquests gèneres, tant en el cas de les públiques com en el de les privades, destaquen escasses iniciatives originals i, en general, són adaptacions d'idees ja consolidades

en altres espais audiovisuals, principalment els anglosaxons (*Amor a primera vista* (Gestmusic Endemol per a TV3) i *El Flechazo* (Gestmusic Endemol per a A3TV) són dues produccions clòniques del concurs *Blind Date* (BBC1) que té més de tres dècades d'antiguitat. Aquesta tendència reforça un procés d'homogeneïtzació cultural imparabile a tots els països desenvolupats que gaudeixen del mateix sistema comunicatiu sotmès a les lleis de lliure mercat i que, malgrat l'existència de televisions públiques, es veuen pressionats per l'enorme oferta de produccions nord-americanes i nipones.

Aquesta darrera dècada de televisió ha estat a Catalunya i a la majoria de sistemes televisius europeus, la confirmació de la pèrdua de pes específic del concepte de servei públic a través de les televisions de titularitat pública que, fins fa pocs anys, havien determinat les seves estratègies de producció i els seus objectius culturals al costat dels criteris de rendibilitat econòmica. Els ens de RTVE i la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) s'han vist abocats a la lluita pel mercat, atès que les seves fonts de finançament compartien l'aportació de pressupost públic amb la dependència comercial del mercat –anuncis i ingressos per venda de drets de productes–. Amb l'esclat definitiu de les televisions privades, les grans corporacions públiques han optat per competir directament amb les programacions de les empreses privades i, sovint, han vist aprofundir els seus dèficits, mentre els seus resultats d'audiència se situaven tímidament

per sota de les privades –com és actualment el cas del primer canal de RTVE: TVE1– o tímidament per sobre –com és el cas del primer canal de la CCRTV, TV3. Així com altres ens com la British Broadcasting Corporation (BBC) al Regne Unit va optar per mantenir-se competitiva amb les televisions comercials únicament en aquells gèneres on podia ser-ho (informatius i dramàtics) i consolidar formats i gèneres alternatius a la televisió comercial que garantis el servei públic als seus espectadors, les televisions públiques que operen dins l'Estat Espanyol han optat per un sistema de competència directa que els ha sotmès a una voràgine que s'ha empassat en les hores d'emissió de màxima audiència els criteris de servei públic.

Les empreses audiovisuals i les grans cadenes

Als Estats Units, el sistema de televisió està organitzat en grans xarxes de televisions locals afiliades o vinculades a una gran cadena (NBC, CBS, FOX,...) o que es mantenen independents. El teixit televisiu està format per més de 1.200 emissores de televisió. Aquestes televisions locals constitueixen un nucli productiu que estimula la creativitat i garanteix la sobrevivència del petit negoci audiovisual a tots els racons dels diferents estats, malgrat que la majoria estan associades a les grans cadenes de cobertura supraestatal i n'assumeixen la seva programació.

A l'Estat Espanyol, de manera semblant que a

Evulció de l'audiència televisiva en els darrers deu anys
Audiència de la televisió a Catalunya, 1988-1998 (% de població que veu cada canal)

Canal / Any	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998
TVE-1	76,7	74,2	62,0	63,5	53,7	49,2	41,4	42,4	39,0	36,3	36,8
TVE-2 / La 2	32,0	34,0	34,0	23,8	22,1	18,0	17,2	17,4	16,4	15,5	15,0
Antena 3	-	-	-	19,1	25,4	36,9	44,8	45,1	44,3	40,8	37,7
Tele 5	-	-	-	31,1	34,1	37,5	35,0	35,1	39,4	41,4	40,3
Canal Plus	-	-	-	2,7	4,6	4,5	5,1	6,6	6,4	7,8	6,5
TV3	43,0	48,8	41,1	42,1	42,1	39,0	44,7	47,9	49,5	44,6	47,0
Canal 33	-	4,8	5,5	9,6	13,7	13,9	12,6	9,9	16,4	14,2	12,3
Canal 9	-	-	0,5	1,1	0,7	0,6	0,6	0,6	0,4	0,6	0,4
Estrangeres	-	-	0,3	0,3	0,3	0,3	0,3	-	0,1	-	-
Locals	-	-	0,3	0,4	0,5	0,4	0,5	-	0,8	-	-

Font : Anuario El País i Estudio General de Medios

la resta d'Europa, el negoci televisiu sobreviu a través de les cinc grans cadenes estatals i les cadenes autonòmiques que són capaces de generar negoci audiovisual i crear demanda de productes, més enllà del que elles mateixes produeixen. Així doncs, lluny d'alimentar-se d'una oferta múltiple i enriquidora per part de petites televisions i productores audiovisuals, la tendència de la dècada ha estat, cada vegada més, la d'encarregar a productores privades externes aquells productes que no poden o no volen produir des de l'interior de les seves estructures o anar a buscar a les productores aquells productes que els garanteixen rendibilitat—generalment, associats a un professional de nom que comportarà alts índex d'audiència—. Acabada la dècada, aquest és el panorama de la producció audiovisual televisiva a l'Estat Espanyol: productores petites associades a professionals del mitjà, generalment presentadors i directores de programa coneguts, o productores amb potencial per abaratir costos i vendre el mateix format a moltes cadenes.

Catalunya ha estat el bressol de la productora audiovisual més potent en la producció i distribució de programes arreu de l'Estat Espanyol: Gestmusic Endemol, S.L., amb les cares visibles de Josep M. Mainat i Toni Cruz, dos dels components del grup La Trinca. Aquesta empresa s'ha convertit durant els darrers deu anys en la responsable dels programes de màxima audiència de més èxit de les cadenes públiques—tant estatals com autonòmiques— i privades. Al voltant d'aquest gegant, que ha sabut consolidar-se en el mercat espanyol i europeu a través de l'associació amb altres productores audiovisuals estrangeres, fan negoci puntual productores que neixen per produir projectes concrets, generalment propietat de professionals cotitzats en el mitjà (*Luna Lunae, S.L.*, vinculada a Júlia Otero, *Torrevisió S.L.*, vinculada a Joaquim M. Puyal, *Sargantana Voladora S.L.*, vinculada a Miquel Calçada i Olivella, *El Terrat, S.L.*, vinculada a Andreu Buenafuente...), totes elles amb estructures menors, poc personal fix i subjectes a la contractació per part de les grans cadenes de televisió de projectes que permetin reactivar les seves estructures empresarials.

La raó per la qual aquestes productores funcionen amb estructures independents a les grans cadenes és perquè mantenen prou potencial econòmic o professional com per garantir èxit a les franges de màxima audiència i fer així que les cadenes de televisió depenguin dels seus productes. Durant la temporada 1997-98, alguns dels programes de

prime-time de les televisions a l'Estat Espanyol eren: *La cara divertida* (Gestmusic Endemol per a A3TV), *La Paròdia Nacional* (Gestmusic Endemol per a A3TV), *Cròniques Marcianas* (Gestmusic Endemol per a Tele5), *Malalts de Tele* (El Terrat per a TV3), *Sense Títol s/n* (El Terrat per a TV3), *Domini Públic* (Luna Lunae per a TV3) *Aquest any, cent!* (de Royal Box per a TV3).

Aquestes productores vinculades a presentadors amb "cachés" elevats depenen alhora del moment d'èxit o boom d'aquests professionals i no constitueixen per sí mateixes el teixit audiovisual sòlid que consolidi l'estructura empresarial del sector. Així mateix, l'excessiu predomini de Gestmusic Endemol com a productora capaç de generar múltiples productes d'entreteniment per a diferents canals i sensibilitats sense dependre d'un star-system limitat fa que no es pugui parlar d'un teixit empresarial audiovisual plural a l'Estat Espanyol. La riquesa que generen els diversos canals no afavoreix el creixement del teixit industrial del sector, sinó únicament unes quantes empreses, i sobretot, unes quantes persones.

Malgrat això, en el terreny de l'experimentació i la consolidació de formats, cal destacar que els professionals catalans han estat pioners i han provat l'èxit de fórmules que després s'han adaptat per a les audiències estatals. Posem-ne tres exemples: (i) el format del debat amb votacions, participació popular i testimonis: *La Vida en un Xip*, presentat i dirigit per Joaquim M. Puyal des de la productora DCo.S.A., (1989-1992), (ii) el talk-show nocturn d'humor: *Persones Humanes*, presentat i dirigit per Miquel Calçada i Olivella, des de Sargantana Voladora, S.L., (1992-1995), (iii) els concursos de vídeos domèstics: *Betes i Films*, creat i dirigit per Gestmusic Endemol, S.A., (1989-1993?), així com les sèries dramàtiques tant de format setmanal (*La granja, Estació d'enllaç*,) com de format diari que des del 1994 amb *Poble Nou*, seguit dels èxits de *Secrets de Família, Nissaga de Poder, Laberint d'Ombres*, totes elles produïdes per TV3, han estat la clau del manteniment diari de les quotes d'audiència dels productes de producció pròpia de la televisió pública catalana en els darrers anys. Des del seu boom en les llistes d'èxits a Catalunya, van escampar arreu de l'Estat Espanyol la fal·lera per produir-les. Ara, a finals dels 90, els culebrotos i les sèries setmanals han estat, darrera del futbol i del cinema, líders indiscutibles de les cadenes públiques i privades de televisió. Aquest fenomen ha desplaçat

el predomini que els anomenats reality-shows tenien ara fa cinc anys, i que, malgrat que sobreviuen formats clàssics com *Quién sabe dónde* (TVE1) ó *Lo que necesitas es amor* (A3TV), ja no tenen el ressò social que havien assolit fa uns anys.

Durant aquests deu anys, les televisions públiques han viscut un procés de solidificació de dues ofertes ben distingides: els primers canals, TVE1 i TV3, dedicats a programes de gran audiència i amb objectius de lideratge d'espectadors que s'han assolit gràcies a un procés progressiu de limitar en aquests canals continguts excessivament elaborats o inaccessibles per a la majoria de la població, i els segons canals, TVE2 i Canal 33, dedicats a justificar a través de la seva graella el concepte de servei públic que ambdues entitats tenen l'obligació de respectar, situant els programes culturals, documentals, alternatius, religiosos, entre altres, en aquests segons canals, sovint en competència directa amb espais de màxima audiència de les seves primeres cadenes.

MediaPark: centre d'iniciatives del futur audiovisual?

Un altre dels esdeveniments que ha protagonitzat Catalunya en els darrers anys ha estat el naixement el febrer de 1996 d'un centre de producció audiovisual, MediaPark, des d'on s'ideen, es produeixen, es realitzen i s'emeten diversos espais tant de les cadenes públiques com de les privades, i també viu el naixement de diversos canals temàtics de la plataforma Via Digital. La CCRTV va ser el motor d'aquest centre, al qual actualment hi està també associat Antena 3. MediaPark constitueix un centre d'experimentació de producció audiovisual on s'inverteix primordialment en tecnologia punta del sector i que aglutina els interessos tant del sector públic com del privat, amb la finalitat de constituir un focus de producció audiovisual a Catalunya que alimenti el sector.

MediaPark constitueix també una iniciativa de futur en la qual la CCRTV ha participat activament. Per què? El futur de les televisions públiques és en aquests moments una incògnita tant pel que fa a la seva política de programació com pel que fa a la seva línia de finançament. La competència amb el sector privat és tan ferotge que ha sotmès el seu contingut a la dictadura de les audiències. La conseqüència d'aquest esclavatge és la disminució dels criteris culturals en benefici dels criteris de rendibilitat econòmica, la qual cosa situa les televisions públiques en

una dèbil posició per a continuar justificant el suport financer de les arques públiques. Els múltiples canals de les plataformes digitals poden esdevenir l'única sortida possible a les aspiracions d'una televisió pública amb filosofia de servei. Així doncs, no es fa estrany que la CCRTV hagi tingut interès en vincular-se a espais de gestió i producció com MediaPark, que, en un futur, poden significar el vehicle més adequat per fer arribar als espectadors una alternativa viable de servei públic audiovisual.

Els anys que han de venir marcaran, però, el futur de la televisió pública en una o una altra direcció si s'aconsegueix pluralitzar i diversificar el què actualment constitueix un duopoli empresarial en el camp de la digitalització televisiva: Canal Satélite Digital, de Canal+ i Grupo PRISA, i Vía Digital, que, alhora, constitueixen dues opcions polítiques molt marcades. Malgrat que la CCRTV està vinculada directament a Via Digital, amb un 5% de les accions d'aquesta plataforma, que és majoritàriament propietat de Telefónica i està clarament auspiciada pel Govern espanyol, CCRTV ha volgut mantenir la seva presència de difusió en totes dues plataformes i tant en l'una com en l'altra, els abonats poden accedir a un canal digital en català: TVC Internacional a Canal Satélite Digital i TVC Sat. a Via Digital. Cal afegir la presència del Canal 9 a Via Digital a través de Canal Comunitat Valenciana

Un altre dels interrogants pendents que resol-dria la implantació tecnològica del cablejat arreu del país és el futur de la xarxa de televisions locals, que podran optar per afiliar-se a les plataformes per transmetre canals digitals concrets i també esdevenir centres de producció locals que generin ofertes properes als seus àmbits de difusió. Des d'aquest punt de vista, cal esperar que les petites i mitjanes empreses vegin en el sector de l'audiovisual local una font de negoci i d'articulació de les identitats particulars i locals per la qual valdrà la pena invertir. Això democratitzaria el mitjà i constituïria una contratendència a la homogenització de formats, idees i professionals que protagonitzen les grans cadenes i productores televisives a nivell estatal i autonòmic.

Internacionalització de la xarxa comunicativa catalana: presència a Internet

Un dels nous mitjans de comunicació que tancarà amb infinites possibilitats aquest segle és la

xarxa Internet. Malgrat haver estar una de les filles del Pentàgon nord-americà, actualment és un dels mitjans de comunicació internacionals més ràpids i més plurals. Malgrat això, cal no oblidar que el model i la majoria d'operadors són nord-americans i per tant, la xarxa Internet és un graó més de la complexíssima adequació de la resta del món dit desenvolupat a les pautes comunicatives nord-americanes. Dit això, és innegable que en aquests moments, la xarxa Internet és un mitjà més a través del qual la informació circula ràpidament d'una punta a una altra del Planeta, entre empreses, entre corporacions, i el que és més important, entre particulars.

La xarxa Internet a Catalunya, com a la resta d'Europa, tindrà una expansió més lenta que als Estats Units, però en el món del periodisme ha tingut una ràpida aplicació des que es comercialitza l'any 1995. La majoria de periòdics de premsa diària tenen ja la seva edició en Internet, la majoria de programes de ràdio i televisió, públics i privats, han creat les seves pròpies pàgines web a través de les quals reben crítiques, suggeriments, opinions, rèpliques, i on els espectadors o els orientats consulten informacions que s'han dit o s'han emès quan ells no podien escoltar-les. Així, les pàgines web de premsa, ràdio i televisió són vehicles a través dels quals persones que viuen fora dels Països Catalans, tenen accés als mitjans de comunicació d'aquí, si més no, d'una manera virtual.

Existeix ja una Associació de Periodistes Digitals que s'han integrat en un nou modus de producció periodística que, en un futur, determinarà la manera de relacionar-nos i comunicar-nos. Des de l'ordinador domèstic, hom pot assabentar-se de tot el què passa al país, replicar i intervenir en processos comunicatius, i tot això, únicament, fent ús del teclat i del seu cervell. La xarxa Internet i totes les aplicacions que se'n deriven, modificarà del tot el nostre accés al coneixement i reduirà la necessitat de les relacions interpersonals més enllà de les imprescindibles telemàticament.

La presència del català a Internet ha trobat en VilaWeb una iniciativa que, inaugurada l'any 1997 per Vicent Partal i Assumpció Maresme amb ànim de garantir que la nostra llengua fós també una eina de difusió informativa a través d'aquest nou mitjà de comunicació, ha funcionat com articuladora de totes aquelles pàgines web que els mitjans de comunicació hagin volgut crear per entrar en la navegació digital.

Conclusions

La consolidació del consum de ràdio i televisió en català protagonitzat pels mitjans que depenen de la CCRTV és un fet a finals d'aquesta dècada. Això, però, no ha de suposar un miratge, una il·lusió que ens amagui l'extensió de les ofertes dels mitjans de comunicació en llengua castellana. A partir de l'expansió de les plataformes digitals, de la futura expansió del cable i la seva potencial producció audiovisual, i de l'interès creixent dels grans grups multimèdia d'integrar el màxim nombre d'interessos en els diversos mitjans, la desigualtat de productes en una i altra llengua es farà més evident. Els lideratges d'audiències en català tant a la ràdio com a la televisió i l'increment del consum de premsa en català, tant de diaris com de revistes de nova creació aplegades a l'APPEC, són un fet, però, com evidencien les xifres, resulten sempre d'equilibri precari. Sovint depenen de la gestió política i empresarial que garanteix drets de retransmissions, drets d'emissions amb distribuïdores cinematogràfiques, o operacions d'inversions a mig termini en capçaleres que després de quaranta-vuit mesos, abandonen el mercat.

Aquesta dècada ha consolidat la presència dels mitjans de comunicació en català al capdamunt de l'avantguarda tecnològica, que ha creat un dels centres de producció audiovisual més potents de l'Estat, MediaPark, i ha col·locat la nostra activitat mediàtica per davant de les iniciatives públiques i privades en castellà que treballen amb més mitjans econòmics i amb unes perspectives de mercat més àmplies. Malgrat això, si analitzem amb rigorositat els continguts mediàtics que ens han conduït a aquestes quotes d'èxit, sobretot a la televisió, observarem un afebliment dels continguts de qualitat i una excessiva permeabilitat dels criteris de comercialització en les estructures dels mitjans de comunicació públiques. Els culebrotos, equiparables als antics serials radiofònics de fa 40 anys, el futbol com a fenomen socio-econòmic imprescindible, els programes d'humor i els *reality-shows* que expremeixen les emocions humanes per convertir-les en índexs d'audiència, són el comú denominador del motor mediàtic que produeix un efecte dòmino a la ràdio, a la premsa i al món editorial.

Al costat d'aquesta evolució que prèn als mitjans de comunicació la possibilitat de ser vehiculadors de continguts que potenciïn la reflexió, la informació en profunditat, la presència de

professionals amb criteri que vegin en aquests mitjans un espai d'expressió digne i no sensacionalista, els Països Catalans continuen no existint com a mercat privat mediàtic, excepció feta del lloable esforç del setmanari *El Temps*, l'expansió lenta i segura d'*El Punt*, *VilaWeb* i l'estructura de la ràdio comercial catalana Flash FM i Flashback.

El teixit empresarial als Països Catalans es demostra incapaç de vertebrar un grup multimèdia que aplegui totes aquestes iniciatives individuals i que es converteixi realment en una potència econòmica en el camp dels mitjans de comunicació més enllà de les iniciatives de grups com el Grupo Godó o el Grupo Zeta. De moment, el projecte ambiciós de Catalunya Comunicació, depenent del Grup Godó, sembla l'única opció capaç de plantejar una cadena de ràdio generalista comercial en català i de fer front a les Emissores de la Generalitat i a COM Ràdio. Pel que fa a la televisió, som lluny de pensar en canals de televisió privats en català que facin augmentar l'oferta de l'audiovisual en la nostra llengua.

A les portes del segle XXI, hem de conformar-nos amb l'existència d'un equilibri a favor del català en resultats d'audiència, però en contra del català en negoci, en mercat i en nombre d'oferta. L'*star-system* català, tot i que ha anat creixent durant aquesta dècada, és tímid, amb poca projecció pública, i depenent de l'èxit de temporada d'un o altre programa o serial de televisió. En canvi, els referents i les cares de personatges populars de fora del Principat que han creat un mercat a través de les revistes, de les tertúlies radiofòniques i dels programes del cor, ocupen sovint el protagonisme dels nostres mitjans perquè és allò que ven i que prioritzem per aconseguir quotes d'audiència i lectors.

La normalitat del país no passa únicament per ser líders durant un o més anys, gràcies a què més persones hagin vist un partit de futbol o un culebrot en el nostre canal de televisió, sinó per aconseguir que la nostra realitat generi prou interès per a po-

der explicar-la i enganxar la gent que viu en el nostre àmbit de cobertura, sense haver d'alimentar-nos d'allò que passa sis-cents quilòmetres enllà.

Si fem un balanç optimista, algú dirà que l'assignatura pendent dels mitjans de comunicació en català és la premsa escrita, atès que ràdio i televisió semblen superar la carrera d'obstacles de la competitivitat d'un mercat mediàtic predominantment en castellà. Malgrat tot, una anàlisi rigorosa de la producció ens obliga a fer lectures més realistes: (i) a finals dels anys 90, la productora que més programes de televisió d'èxit en castellà produeix és una productora catalana, Gestmusic Endemol, (ii), actualment, les polítiques de programació de la ràdio i la televisió en català van dirigides a la competència directa amb el mercat públic i privat espanyol, la qual cosa les obliga a sotmetre's a les pautes de continguts que inevitablement marquen les privades, per marge de maniobra i per pressupost, (iii), els mitjans de premsa escrita són majoritàriament en castellà i el consum de publicacions periòdiques, setmanals i mensuals, correspon a capçaleres castellanes, tant si s'editen a Barcelona, com si no, (iv), MediaPark, un dels centres productors audiovisuals més potents de l'Estat, produeix des de Catalunya i amb accionariat de la CCRTV, programació en castellà per a la plataforma Via Digital. Aquests són alguns dels factors que caracteritzen els mitjans de comunicació a Catalunya en aquests moments, sense esmentar els índex de penetració habituals de les cadenes de ràdio i televisió en castellà.

Tot això té una lectura molt simple: el negoci dels mitjans de comunicació a Catalunya funciona i produeix guanys, però paral·lelament, els mitjans de comunicació catalans com a productors de béns culturals en la nostra llengua sobreviuen, tímidament, sense assegurar que les futures generacions tinguin garantit un sistema català de comunicacions, basat en la nostra llengua, que sigui sòlid i solvent.

Estructura, canvis i perspectives de la indústria cultural

Ton Lladó

Introducció

Els darrers deu anys han estat un període de transformació intensa de la societat i l'economia mundial. En un lapse històricament molt curt molts agents socials i econòmics han hagut de readaptar les pautes de comportament a uns nous paràmetres marcats per la internacionalització de l'economia i la globalització del comerç mundial.

El procés d'internacionalització i globalització de l'economia ha portat canvis importants en l'estructura econòmica del país i en l'orientació de las activitats empresarials. Catalunya s'ha modernitzat i ha avançat cap a una homologació davant les principals economies occidentals gràcies a la formidable obertura a l'exterior tant des d'una perspectiva comercial com des del punt de vista de l'estructura de propietat de les empreses. A la fi de l'any 1998, l'obertura a l'exterior de l'economia catalana ha assolit límits sense precedents. De fet, els intercanvis de mercaderies amb l'exterior, tant compres com vendes, han arribat gairebé a la meitat del producte interior brut.

Al mateix temps, la presència de corporacions multinacionals a Catalunya és ara, amb diferència, la més significativa de la història. Centenars d'empreses estrangeres s'han instal·lat al nostre territori, ja per la via de creació de noves plantes, ja per la compra de la totalitat o una part significativa d'empreses existents. Els enormes canvis en l'estructura empresarial del país han comportat noves i significatives orientacions en la gestió empresarial. Professionals amb formació més adequada i tècniques innovadores en la gestió han passat a ser moneda d'ús habitual a la vida quotidiana de les empreses.

D'altra banda, els darrers anys també han tingut lloc canvis molt importants en els circuits de distribució de mercaderies. L'estructura del comerç tradicional ha donat pas a una concentració creixent de les superfícies de venda combinada amb processos intensos d'especialització i de distribució directa al client impensables a l'inici de la dècada anterior. A més, la creixent implantació d'Internet va donant lloc a un augment del comerç electrònic, sistema que, a termini mitjà, s'imposarà en determinats segments de mercat.

Adicionalment, l'última dècada ha vist avançar la tecnologia a ritmes exponencials, en particular en el camp de la informàtica i les telecomunicacions, en un procés que ha establert les bases d'un canvi d'importància superior al que, a l'època, va suposar la revolució industrial. Les innovacions tecnològiques en el camp de la informació han alterat les coordenades bàsiques de referència de l'activitat econòmica d'empreses, ciutadans i administracions.

Els canvis han estat també importants en el paper de l'Estat en l'economia. La necessitat de convergir cap a paràmetres macroeconòmics sostenibles a termini mitjà han tingut una influència decisiva en la despesa pública, i no tan sols en la seva magnitud sinó també en la seva orientació. Els intents de redefinició de l'Estat del benestar i, amb ells, el debat sobre el paper de les autoritats polítiques en l'economia ha condicionat de manera significativa les actuacions dels poders públics, sobretot amb la presència dels grups conservadors en el govern.

Aquest nou entorn que acompanya el desenvolupament de les relacions socials i econòmiques

ha exigit pautes de conducta adaptatives per part de la societat. En tots els àmbits d'activitat, públics i privats, els agents econòmics, les empreses i les administracions i també els treballadors han hagut d'incorporar en llur vida quotidiana els referents suara comentats. Internacionalització, globalització, multinacionalització, democratització del consum, innovació tecnològica i liberalització de l'activitat han esdevingut els nous paràmetres rector de la vida econòmica dels darrers anys. Allò més important és que, qui no ha incorporat aquests nous paràmetres a les seves coordinades econòmiques o qui no s'ha adaptat prou a aquesta nova manera de fer, ha quedat limitat en les possibilitats d'actuació i perdent tota probabilitat de supervivència a mitjà termini dins el sistema econòmic. Aquesta reflexió global, vàlida per a tots els sectors d'activitat és, evidentment, extensiva a la indústria cultural.

En aquest context, confegir un balanç de la indústria cultural els darrers anys requeriria, més enllà d'una descripció quantitativa de l'evolució de les grans xifres de cada subsector en el període considerat, fer una reflexió de fins a quin punt la nostra indústria cultural ha viscut aquest procés d'adaptació a les noves coordinades en què s'inscriu el desenvolupament de l'activitat econòmic en l'actualitat, tant pel que fa als aspectes relacionats amb la producció de béns i serveis culturals com amb la seva distribució.

Cultura i globalització econòmica

Un primer punt a considerar fóra la incidència del procés d'internacionalització i globalització en el sector cultural tant des de la perspectiva del consum com, especialment, de la producció.

Una de les conseqüències de la globalització és el notable grau d'homogeneïtzació de l'oferta cultural basada en la creació de productes de consum massiu a nivell mundial. L'estandardització del producte cultural de consum massiu és una realitat inherent a una estructura empresarial on dominen les grans companyies de naturalesa multinacional. Això seria especialment cert en els àmbits de la producció audiovisual (incloent-hi cinematografia i informàtica de lleure), en la música i en alguns segments de la indústria editorial.

La preponderància de les estructures multinacionals determina de manera directa les estratègies de producció i distribució dels béns culturals i són

freqüents els fenòmens de deslocalització industrial i comercial, orientant-se aquestes activitats cap a països d'àrees econòmiques especialment competitives en la producció de manufactures. L'avenç de la multinacionalització en la indústria cultural és, en termes generals, un procés clarament lesiu dels interessos d'una economia d'un grau de desenvolupament elevat com la nostra.

D'altra banda, i més enllà de les conseqüències que comporta la recerca de l'eficiència econòmica inherent a tota política de localització en països de "baix cost", un altre aspecte important de la producció és òbviament el que fa referència a la qualitat intrínseca del producte cultural. En aquest context, la mateixa cultura empresarial i l'estructura de decisió de companyies transnacionals afavoreix un disseny de producte normalitzat on el procés i la qualitat de la creació perd importància relativa respecte a aspectes més tècnics i comercials relatius al mateix bé cultural. Evidentment, l'aposta per la qualitat en la creació d'un bé cultural té excepcions quan el creador és una personalitat de renom internacional. Aquests factors no contribueixen tampoc de manera positiva al foment d'iniciatives provinents d'entorns nacionals amb identitat pròpia i projecció internacional limitada, si no es tracta de projectes homologables a escala mundial.

També des d'aquesta perspectiva, les possibilitats d'avenços significatius en la producció de béns culturals de consum massiu no són, avui per avui, massa plausibles, si no es troben alguns segments de mercat on tècnicament es pugui competir en preu en el procés de producció o distribució del bé cultural (això seria factible en algun segment del mercat del llibre) o complementàriament es generen projectes culturals d'interès universal que, per la mateixa estructura del procés de creació, hagin de ser promoguts i elaborats en el nostre país.

Cultura, mercat i gestió empresarial

Un segon aspecte fonamental a considerar en valorar el sector cultural a Catalunya, és la seva orientació al mercat. Les noves tècniques de distribució i els avenços tecnològics han contribuït a fer més vendible la cultura, alhora que el desenvolupament econòmic ha afavorit un augment de la propensió al consum de béns i serveis culturals. Només caldria fer un repàs a l'estructura del consum de les famílies al llarg dels darrers anys per comprovar com, amb la millora del nivell de ren-

da, la proporció de recursos destinats a aquesta finalitat ha augmentat en detriment d'altres béns considerats bàsics.

L'augment del consum cultural a tots els nivells ha anat paral·lel al desenvolupament de les indústries productores de béns de consum massiu que, en termes generals, han vist com els seus objectius s'assolien amb cotes d'èxit elevades, rendibilitzant les seves produccions amb els mecanismes de mercat habituals. L'auge del cinema o del vídeo domèstic pel que fa al consum d'audiovisuals de pagament directe o de la mateixa indústria fonogràfica, al marge de la dinàmica específica de les televisions, en són una mostra ben palesa.

També és cert que aquestes indústries han millorat sensiblement els comptes de resultats jugant amb els avantatges col·laterals derivats d'ajuts, regulacions o subvencions concedides pels poders públics, no sempre justificables per les circumstàncies. Més endavant tornarem sobre aquesta qüestió en abordar el paper de l'administració en la provisió de serveis culturals en els diferents subsectors culturals.

D'altra banda, al marge del circuit del consum cultural de masses, la situació esdevé més complexa en la mesura que costa trencar unes inèrcies històriques definides per la forta dependència dels recursos públics per a la producció cultural amb tots els inconvenients que això comporta.

Un cas paradigmàtic és el del cinema. Els darrers anys no ha estat un cas aïllat la manca d'accés al circuit de distribució normalitzat de pel·lícules produïdes i rodades al país amb forts ajuts públics, directes, des de l'administració (central i autonòmica), o indirectes, a través de cadenes de televisió. La no exhibició de certes produccions cinematogràfiques en sales normalment obertes al públic posa en relleu un dels problemes principals de la nostra indústria.

En efecte, una circumstància com la descrita deixa entreveure que la concepció de la producció de béns culturals queda reduïda sovint a la funció estricta de producció, sense tenir en compte que tota activitat econòmica de generació de béns o serveis s'integra en un procés global que va des de la gestació del projecte fins a la seva difusió final, la comercialització. El procés de generació de valor no acaba en la fabricació (potser la cultura fabril del nostre poble ens en fa tenir una desviació), sinó que tot just comença en aquesta fase. El valor s'acaba generant a partir de la venda i és el mercat, amb

tots els matisos que s'hi vulguin afegir, qui acaba consolidant l'èxit de la iniciativa empresarial.

Evidentment, la creació cultural és una fase decisiva del procés, i tenir bons creadors és una condició necessària però insuficient per dinamitzar la indústria cultural. En un context en el qual el consum cultural és acceptat sense reserves per la societat, s'han de realitzar esforços importants per fer atractius els béns culturals. La promoció i la publicitat són assignatures que durant molts anys han tingut pendants una part dels promotors de la indústria cultural. El perquè d'això és complex d'explicar però, la majoria de les vegades aquesta manca d'orientació al mercat ve donada per la precarietat de les estructures de les empreses del sector.

Mantenint la reflexió en l'àmbit cinematogràfic, no resulta estrany de constatar que el mateix creador de la idea és a la vegada guionista, director, productor executiu, la foto fixa o qualsevol altre càrrec subordinat en allò que hauria de ser una estructura de producció perfectament organitzada i especialitzada. Tanmateix, aquesta exemplificació pot ser vàlida per a d'altres àmbits de la indústria, des de la petita editorial fins a la productora fonogràfica. El raquitisme empresarial, i allò que el caracteritza (manca d'especialització i formació en gestió empresarial), apareix com un llast important per al sector que impedeix donar pas a la utilització normalitzada de tècniques de comercialització perfectament útils en tota activitat mercantil.

En aquest context, cal fer esment del canvi radical que, per a certs segments culturals, sobretot teatre, música en viu, cinema o altres espectacles, ha suposat la introducció de sistemes telemàtics de venda d'entrades o fins i tot la utilització del màrqueting directe. De fet, i respecte al teatre, hom ha pogut constatar una progressió inesperada que ha convertit la ventafocs del sector cultural en una de les branques industrials amb major dinamisme comercial.

Un altre aspecte de la projecció comercial dels productes culturals és la consideració relativa a la dimensió del mercat. També en aquest punt la inèrcia històrica juga un paper que, precisament, no contribueix a millorar el dinamisme de la indústria. En efecte, una bona part de la producció cultural susceptible de ser comercialitzada a determinada escala ha estat concebuda per ser explotada en un mercat restringit al marge dels circuits internacionals, en una visió miop del que és el procés de generació de valor en una activitat econòmica i amb

una actitud al marge de les tendències globals del comerç de béns i serveis.

La manca d'orientació exterior de les produccions culturals de la nostra indústria sembla més que una limitació imposada per l'espai geogràfic delimitat pel contingut lingüístic, una actitud poc definida respecte a una comercialització integral dels béns produïts. Es obvi que fer cultura en català té les seves limitacions, però cal no oblidar que la llengua és, al capdavant, un instrument de comunicació substituïble. Crear en català per un consum exclusiu en català, més que una restricció acceptada de mercat, és una curtesa de mires injustificable ja que, en definitiva, l'objectiu de tota producció cultural hauria de ser la transmissió de continguts i valors de caràcter universal acceptables per la societat internacional.

Evidentment, l'obertura a l'exterior de la producció cultural no és una tasca senzilla però tampoc és un objectiu inassolible. De la mateixa manera que les empreses industrials han canviat les seves pautes de comportament i s'han orientat cap als mercats internacionals, les empreses culturals han d'intentar anar en la mateixa direcció, partint de la base que el producte cultural és totalment exportable, ja sigui en suport físic ja en termes d'equips humans. Ara bé, procedir en aquesta línia exigeix a les empreses un plantejament estratègic que, des del moment de gestació del projecte, contempli les possibilitats de distribució tant interior com exterior dels béns o serveis produïts i, a partir d'aquestes, valori els projectes conforme a criteris tradicionals de selecció d'inversions.

En aquest context, agafa especial rellevància no tan sols el disseny de productes culturals de contingut "universal" acceptables pel mercat global, amb independència del factor instrumental de la llengua, sinó també la vocació internacional dels projectes en el moment de la seva gestació. Aliances estratègiques amb empreses estrangeres, sistemes de col·laboració o de coproducció s'han de revelar com instruments clau per a un autèntic posicionament dels productes culturals fets a Catalunya (catalans "stricto sensu" o no) en el mercat mundial.

En qualsevol cas, malgrat les mancances comentades, cal reconèixer que els darrers anys els gestors de la indústria cultural han tingut més en compte els possibles retorns dels recursos esmerçats en l'elaboració d'un producte cultural a partir de l'exploatació comercial. Aquest canvi, orientat des del

mateix sector gràcies a una major professionalització dels empresaris, pot també haver-se vist afavorit per les noves condicions de l'entorn del sector caracteritzat per les restriccions pressupostàries de les administracions en matèria de subvencions.

Cultura i administracions públiques

Resulta de cabdal importància considerar el paper de les administracions en aquesta matèria, sobretot tenint en compte els efectes perversos que les subvencions adquireixen molt sovint. Una transferència de recursos públics a qualsevol ens privat, persona física o jurídica, es fonamenta en la utilitat social del projecte cultural finançat i la determinació de la utilitat social de qualsevol projecte és bàsicament una decissió política. Precisament la decissió política és la que s'ha de prendre atenent criteris d'eficiència i equitat si no és vol incórrer en el risc de convertir la subvenció en un instrument que financi la ineficiència o, més encara, que només sigui útil per alimentar de manera asimètrica les rendes dels implicats. En determinades èpoques, subvencions a fons perdut en el món de l'audiovisual van servir més per inflar els salaris en el sector que per consolidar la base industrial.

Així, en aquesta parcel·la de l'activitat administrativa, l'assignació eficient dels recursos té molta rellevància, fonamentalment a causa de la restricció pressupostària de l'erari públic. Els criteris de subvenció pública de projectes privats haurien de decidir-se en termes de cost d'oportunitat. L'ordre de prioritat en les subvencions hauria d'establir-se basant-se en criteris de proporcionalitat inversa respecte a les probabilitats efectives de provisió del servei cultural sense aquesta subvenció pública. Així, i sense ànim de polèmica, tot ciutadà té el dret de preguntar-se fins a quin punt les subvencions al doblatge de pel·lícules infantils al català té sentit quan el mercat natural d'aquest producte, almenys en el nostre territori, és una població íntegrament escolaritzada en català. En altres termes, si el mercat pot servir els objectius de política cultural cal matisar la política d'intervenció de les institucions públiques. O reorientar-la.

L'obtenció de l'eficiència com a idea força de l'actuació pública va més enllà, òbviament, de la política distributiva i d'assignació de recursos al sector privat. L'eficiència ha de presidir també la gestió dels recursos pressupostaris en l'activitat de l'administració com a gestor cultural. Una admi-

nistració correcta dels fons públics exigiria obtenir la màxima rendibilitat social de les despeses realitzades i aquest seria un objectiu prioritari de la política cultural.

Aquests darrers anys, en l'àmbit català la gestió pública de la cultura ha tendit, al marge de la televisió que constitueix cas apart, a la millora de les infraestructures bàsiques (teatres, museus, biblioteques) i a un cert esforç de recuperació del patrimoni històric minimitzant actuacions en l'àmbit de foment de la producció de béns i serveis culturals. Dit d'altra manera, les administracions han tendit a minimitzar la intervenció cultural en termes de despesa corrent en benefici d'un major esforç en despeses de capital. Aquesta política, probablement desenvolupada des d'una òptica de recuperació de dèficits històrics, ha tingut el seu aspecte més positiu en la creació de nova demanda de consum cultural dins de determinats segments socials.

La provisió de noves infraestructures culturals ha tingut, a més a més, la virtualitat de reforçar l'atractiu del país com a focus d'atracció cultural, aportant nous centres d'interès a una demanda interior i exterior ja sensibilitzada després de la intensa promoció internacional que en el seu moment significaren els Jocs Olímpics. Així doncs, la rendibilitat de la política cultural ha anat més enllà dels seus objectius estrictes, generant externalitats positives en particular en el sector turístic. Evidentment, aquest és un aspecte crucial de tota actuació pública en la mesura que tot compromís de recursos públics (quins projectes finançar, en quina mesura i de quina manera) ha de ser valorat en termes de rendibilitat total, tant la directa com la derivada de les externalitats.

L'altra cara d'aquesta política cultural de les administracions ha estat la limitada assignació de recursos al que podríem anomenar el foment de la base industrial cultural, fent excepció amb les reserves oportunes, del sector del llibre, primordialment en català. Una altra qüestió són els efectes que ha pogut tenir sobre aquesta base industrial la política duta a terme per la televisió pública catalana, car a poc a poc les actuacions s'han orientat cap a la subcontractació i han donat lloc a l'aparició d'una certa estructura empresarial, de base encara rudimentària i poc projectada al mercat més enllà dels requeriments del principal, si no únic, client. En qualsevol cas, aquest procés encara està en una fase incipient i els seus efectes sobre la dinamització de la indústria audiovisual catalana s'han de conso-

lidar a mitjà termini. L'èxit del projecte està subordinat al fet que aquesta política suposi alguna cosa més que un procés d'externalització de costos i acabi essent un actuació decidida per fomentar la base industrial del sector.

Cultura i innovació tecnològica

El darrer aspecte que cal tenir en compte en aquest balanç dels canvis generals operats en el sector cultural, és el que fa referència a la innovació tecnològica. La convergència de la informàtica i les telecomunicacions i el seu desenvolupament a un ritme fabulós, han canviat completament l'escenari de molts subsectors de la indústria cultural, alhora que han imposat nous reptes a les empreses productores de béns culturals i també han creat oportunitats de negoci tant en el camp de la producció com de la distribució.

Des d'una perspectiva industrial, el canvi tecnològic ha transformat completament sector tant importants com l'edició o la premsa i, col·lateralment les arts gràfiques. La innovació en processos de fotocomposició o les experiències de multiedició en diversos territoris a través de l'emissió de senyal via satèl·lit ha comportat una revolució en el sistema de producció a la qual s'han adaptat les empreses editores de premsa més importants. D'altra banda, aquest mateix procés de transformació ha permès a moltes empreses diversificar les seves activitats cap a d'altres mercats nous, com ara els de productes multimèdia. De la mateixa manera, l'escenari de la indústria de la comunicació audiovisual és radicalment diferent amb l'aparició de la televisió per satèl·lit i la progressiva extensió de les xarxes de cable, per bé que a Catalunya, des d'una perspectiva industrial immediata, el factor que apunta una major rellevància és el sector de la transmissió digital terrestre.

Canvis tan intensos han suposat una redefinició estratègica de les pautes d'actuació de les empreses del sector, fonamentalment en els camps de la premsa, el llibre i la comunicació, i el desplegament de processos de recomposició de grups empresarials per la via de la integració d'activitats complementàries. Els grups editorials han entrat ja, i ho faran més en el futur, en l'àmbit de la producció multimèdia. Els grups de comunicació estendran la seva activitat a nous mitjans i formaran conglomerats que actuaran en plataformes diferenciades sota una mateixa direcció estratègica.

D'altra banda, la consolidació d'Internet com a espai obert d'informació i de comunicació obrirà les portes al comerç electrònic, la qual cosa constituirà una revolució sense precedents en els sistemes de distribució, en particular en les indústries editorial i fonogràfica, afectant per tant l'estructura de comerç tradicional, fins i tot en els segments més especialitzats. D'aquesta manera, apareixeran noves oportunitats de negoci per la via de prestació de serveis comercials i de difusió d'informació en la xarxa d'Internet i, doncs, sorgiran noves empreses a mig camí entre el sector cultural, l'entreteniment i el comerç que obriran pas a d'altres possibilitats de producció de valor afegit.

En qualsevol cas, atesos els nivells de renda creixent de la nostra societat i els paràmetres culturals homologables a nivell europeu, tot fa pensar que no s'ha de témer un endarreriment significatiu en el posicionament de la nostra indústria cultural dins les noves coordenades que marcaran el sector el segle vinent. L'èxit de la nostra indústria cultural ha de passar, però, per una adaptació dinàmica als nous temps, la qual cosa exigeix definir productes o serveis culturals que puguin ser acceptats pel mercat mundial, tant per la seva singularitat o qualitat diferenciada com per la seva homologació a les demandes del consum cultural internacional.

La cultura, el mercat i la política

Muriel Casals

L'èxit del capitalisme contemporani té la seva base en el funcionament autònom de les dues esferes de la vida en societat: l'economia i la política. Aquesta autonomia garanteix l'exercici d'uns marges de llibertat que fan la vida atractiva malgrat que la generació de riquesa vagi acompanyada de desigualtat. Autonomia de funcionament no vol dir, però, separació. L'economia i la política estan lligades i el que les lliga és la cultura entesa en el sentit més ample de la paraula.

És per això que observar com es relacionen les decisions individuals, econòmiques, amb les decisions col·lectives, polítiques, i com aquestes decisions s'influeixen mutuament és una bona manera d'abordar la 'cultura' d'una societat. En aquest sentit podem dir que la cultura explica, i es explicada per, la relació entre dues lògiques: la del mercat i la de l'autoritat.

A Catalunya, com als altres països de capitalisme madur, aquesta relació ha canviat fortament en els últims anys. Els canvis afecten la política cultural, és a dir la intervenció del govern en els temes culturals, i el mercat de la cultura, és a dir els intercanvis de bens i serveis culturals. Les fórmules concretes de l'actuació del govern i les formes que prenen les operacions de compravenda s'expliquen per la 'cultura política' i per la 'cultura de mercat' vigents en la nostra vida en societat. S'expliquen, en definitiva, per la cultura.

La nostra és una societat en la que s'ha comercialitzat la cultura, s'ha mercantilitzat la política, i, també, s'ha polititzat el mercat.

Tot això, en un marc d'expansió econòmica. Som més rics; tenim, i volem, més de tot. Més bens per al consum, més cultura i més lleure. Tam-

bé voldríem més treball del que l'economia ofereix.

Els fantàstics increments de la productivitat en els processos de fabricació de bens físics permeten disposar d'una oferta que supera ampliament la demanda en gairebé tots els àmbits. La indústria de l'automòbil és un paradigma del capitalisme actual, també ho són els excedents agrícoles i les piles de llibres a preu de saldo.

Disposem de més i millors bens produïts amb una quantitat cada vegada més petita de treball. Com a conseqüència tenim temps de sobres. Si no ho vivim com un fet positiu és perquè la nostra 'cultura del treball' no és, encara, la que correspon al nivell de desenvolupament tecnològic assolit.

Dels 2.300.000 catalans ocupats l'any 1998, 1.000.000 treballaven en la producció de bens i 1.300.000 al sector dels serveis. 3.700.000 persones vivien de subsidis, pensions o de les rendes de la seva família. Si tenim en compte que els joves s'incorporen tard al treball i que els jubilats viuen molts anys, és fàcil imaginar la quantitat d'hores disponibles per a l'educació, la cultura i el lleure.

1. La demanda

Social i addictiva

Els bens i serveis culturals ténen en molts casos la característica de bens públics, el que vol dir que diversos usuaris els poden utilitzar alhora; que no hi ha rivalitat, competència, entre els consumidors.

D'altra banda, a diferència del que passa amb la majoria de bens que es troben al mercat, el consum de cultura no s'enfronta al fenomen de la utilitat

decreixent. En el consum de béns el grau de satisfacció obtingut va reduïnt-se a mesura que n'augmenten les quantitats disposades. Aquest fet serveix per explicar la formació dels preus: aquells béns disponibles en grans quantitats solen ser més barats.

En el cas dels productes culturals molt sovint passa el contrari, una persona que ha assistit a concerts, ha visitat exposicions de pintura, ha viatjat, esta més disposada a tornar-hi. El consum de cultura es addictiu: el desig de consumir augmenta en augmentar les quantitats utilitzades.

No podem, però, deduir que els consumidors de cultura estan disposats a pagar preus més alts a mesura que augmenta el seu nivell cultural. De fet, els abonats als concerts de música clàssica, al Liceu, els amics dels museus i dels teatres, aconsegueixen preus especials per assegurar la seva fidelitat. Més afeccionats poden comprar entrades pel mateix concert, visitar la mateixa exposició. Fins es pot argumentar que la cultura ha de ser barata precisament per a assegurar l'addicció al seu ús, que en molts casos és col·lectiu.

De les famílies

De les 152 revistes que es publiquen a Catalunya 40 son classificades de "cultura" i/o "espectacles" molt per damunt de les dedicades a "esports" o "família, dona, llar". Les pàgines de "Cultura i espectacles" són una secció llegida i ben considerada en la premsa diària. Els mitjans audiovisuals dediquen també atenció a la cultura encara que menys que a d'altres països desenvolupats.

L'assistència al teatre, al cinema, a concerts, ha augmentat significativament fent que la recaptació s'hagi multiplicat per 2/3 només en els anys 1992-1995. Cal constatar que ha millorat sensiblement la informació estadística i, per tant, una part de l'increment registrat correspon a una més correcta comptabilització d'esdeveniments que no són nous en tots els casos.

A Catalunya, la cultura i el lleure representen aquests últims anys al voltant del 5,7% de la despesa familiar. Una proporció similar a la dels altres països europeus desenvolupats. Aquesta despesa, que representa una mica més de 51.000 pts. per persona, és la que s'expressa en compres realitzades al mercat; de béns (que són 2/3 de la despesa cultural) i de serveis (l'altre 1/3).

Saber que gastem en béns i serveis culturals la

mateixa proporció de la renda familiar que els altres europeus rics ens dona una aproximació al nostre comportament. Però cal tenir en compte que hi ha diferències (que hem d'anomenar 'culturals'), entre països. I també que hi ha diferències entre els ciutadans de cada país; diferències que depenen de la 'cultura' (en aquest cas caldria dir la història), la demografia i, sobretot, del nivell d'ingressos.

A Catalunya la població amb renda més alta gasta gairebé tres vegades més en l'adquisició de béns culturals que la població amb renda més baixa. Pel que fa a l'adquisició de serveis la diferència és més petita, els més rics consumeixen 1,5 vegades més que els més pobres. El que mostra un cert caràcter redistribuidor, igualitari, dels serveis culturals.

Més de la meitat del que comprem i paguem al mercat consisteix en "aparells i accessoris". D'aquests, la partida més important són els relacionats amb la música (cassets, CD,...), una despesa realitzada essencialment per la població jove. Segueixen en ordre d'importància les joguines, en aquest cas són els pares i mares els que compren; en tercer lloc els aparells de TV, video i jocs per TV. Molt endarrera, els animals de companyia i les flors i plantes, en un comportament diferent dels nostres conciutadans del Nord. Pel que fa als serveis la despesa principal s'adreça a la compra d'entrades per "activitats esportives i recreatives" (7.206 pts. per persona) seguida per el que es paga per veure "cinema, teatre, concerts i ballet" (3.236 pts. per persona).

Del sector públic

El sector públic és un comprador important, en quantitat i en qualitat, de béns i serveis culturals. L'administració, en els seus diversos nivells, compra i paga uns béns que després distribuirà als consumidors. Aquesta demanda pública pot afectar els preus, estirant-los cap a munt.

A les 51.000 pts per persona gastades per les famílies cal sumar-hi 9.000 pts -xifres de l'any 1995- gastades pel sector públic. D'aquesta quantitat, més de la meitat correspon a l'activitat cultural local: els ajuntaments gasten 5.064 pts. per persona. Les despeses de la Generalitat representen 2.849 pts. per persona i les de les Diputacions 919 pts. El Ministerio de Cultura gasta unes 200 pts, però cal dir que aquesta xifra no inclou els programes de Música, Arts Escèniques i Cinematografia.

La demanda pública es justifica per la respon-

sabilitat que s'atribueixen les administracions d'assegurar un nivell adequat de consum de béns i serveis culturals. Així és que rebem cultura de la mateixa manera que rebem educació i sanitat. El "nivell adequat" es determina a partir d'unes necessitats justificades políticament. Si considerem que la cultura és un dret perquè el consum cultural ens assegura el ser ciutadans complets, de la mateixa manera que ho fan l'educació i la sanitat, l'Administració té el deure de suministrar-nos-la.

Aquesta consideració afecta els consumidors de cultura que reclamenen que l'Administració compri per a ells allò que no demanen al mercat; per exemple cinema en català (producció autòctona i doblatge). També afecta els productors de cultura que tenen raons per justificar que el seu treball ha d'anar a càrrec del pressupost públic i no només de la despesa privada expressada al mercat (els productors d'audiovisuals depenen de la TV pública i de la subvenció).

De l'estranger

La capacitat de vendre als mercats exteriors, que és un senyal de salut econòmica, en el cas de la cultura, significa molt més.

La indústria editorial té com a clients, a més de la demanda catalana privada i pública, el mercat espanyol, l'europeu (el 35% de l'exportació) i el mercat mundial que llegeix en espanyol (el 42,5% de l'exportació). El fet que la producció editorial sigui en gran part de llibres en castellà, planteja una qüestió d'estratègia político-cultural: què significa per a la indústria cultural catalana formar part d'una cultura que no és la pròpia?

Al costat de les exportacions catalanes en forma de llibres, les actuacions dels grups teatrals en el mercat europeu, la presència de Montserrat Caballé i Josep Carreras a tot el món, l'èxit de Joan M. Serrat a Amèrica Llatina, tenen un significat que sobrepasa la seva magnitud econòmica.

Cal considerar també la importància del que exportem 'in situ' als turistes que ens visiten: arquitectura (Gaudí, Girona,...), pintura (Dalí, Picasso, Miró, Romànic), el nostre poliglòtisme,...

La demanda estrangera d'obres art està legalment limitada pel que fa les antiguitats. En producció contemporània les vendes són molt més petites que les compres, com es lògic. En els cinc anys del cicle 1992-1996 s'han exportat obres d'art per valor de 5.498 milions de pts. Una partida que

pot augmentar en la mesura que l'expressió plàstica catalana es situï al mercat mundial.

2. L'oferta

Els motius de la producció

La primera raó per la qual una societat es proposa produir es la subsistència. L'afirmació és avui més certa en referència a la producció de cultura que a la producció d'aliments. Si no tinguéssim Gaudí, Miró, el Museu d'art de Catalunya, les sardanes, ràdio i televisió, no seríem al mapa; no apareixeríem a les ofertes de viatges de vacances, de congressos, d'intercanvis universitaris; ens seria més difícil vendre cava, vi, jerseys, material elèctric; vendríem, això sí, cotxes fabricats sota la direcció de Volkswagen (els automòbils són avui la primera exportació catalana).

La producció de béns i serveis culturals és una inversió que serveix per a estructurar la societat. Les estadístiques europees mostren l'èxit econòmic de països relativament petits, homogenis i socialment cohesionats: Dinamarca, Suecia, Àustria, Irlanda. Tots ells amb una forta personalitat cultural.

Bona part de la producció de cultura es justifica per la voluntat de produir per part dels "creadors"; que defensen la seva subsistència com artistes, creadors, empresaris. Produïm teatre perquè hi una generació de joves escriptors que s'han proposat posar la seva producció al damunt dels escenaris i viure'n. De vegades el consumidor és purament un pretext per justificar la necessitat de produir. No cal llegir els llibres, omplir el teatre o anar al cinema a veure les pel·lícules catalanes, n'hi ha prou amb comprar el llibre, anar al teatre si ens hi conviden i mig veure la pel·lícula quan la passin a la TV. La pel·lícula ja haurà anat a un festival internacional on difícilment trobarà comprador però haurà justificat una parada amb l'etiqueta "Catalan Films".

En tots aquests casos intervé el sector públic. En una actuació que es pot justificar també desde la perspectiva de la política d'ocupació. Cal omplir el temps que el progrés tècnic allibera. Temps per a produir cultura i temps per a consumir-ne. Recordem que els governs van començar a ocupar-se de la Cultura, des d'una perspectiva de política econòmica moderna, precisament en moments de forts desajustaments en el mercat laboral. Durant la crisi dels 30s als EEUU, el govern Roosevelt es va proposar "ocupar" els artistes sense feina i el ma-