

# Per a comunicar, cal mitjans

## Entrevista amb Romà Gubern

Antoni GÓMEZ GIMÉNEZ

**R**omà Gubern és un dels comunicòlegs més importants de tot l'Estat espanyol. El seu bagatge internacional com a professor i investigador de temes relacionats amb els mitjans de comunicació de masses ho confirma a bastament. Actualment exerceix com a catedràtic d'Història del Cinema a la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Ara que la llunyana televisió valenciana es motiu de polèmica al nostre país, el professor Gubern ens dóna la seua opinió sobre aquests temes.

**P.**—*¿De quina manera la consolidació d'una nacionalitat determinada és condicionada per la possessió dels mitjans de comunicació?*

**R.**—Això és evident. Els mitjans de comunicació són la veu, són la boca d'una nacionalitat determinada. Un país que no tingui ni boca ni veu no és un país. En aquest sentit, tant si es mira des del punt de vista dels països del tercer món —on tenen una cultura feta amb l'idioma anglès i reben programes d'agències multinacionals—, com des d'un estat europeu que sigui una regió perifèrica que depengui d'un poder central, i recordant una frase de Schiller, una nació que no tingui una cultura pròpia no és nació. En aquest aspecte, els mitjans de comunicació avui dia formen part integrant de la cultura d'una nació.



Les minories culturals viuen en el gueto

/Ramón Ferri

**P.**—*¿Quan una nacionalitat es converteix en centre productor d'informació (agències, editores, cases discogràfiques, etc.), es pot començar a parlar d'alliberament respecte d'altres potències colonitzadores?*

**R.**—Sí, evidentment que sí, però en part. La comunicació és un dels aspectes de dependència, però n'hi ha d'altres, com pot ser la dependència econòmica. Un país pot tenir mitjans de comunicació propis, però pot ser una colònia de l'imperi industrial. Per tant, la comunicació seria la part espiritual de la identitat d'un país, però naturalment no n'és l'única faceta.

Si es tenen organismes propis d'ex-

pressió, però l'economia depèn subsidiàriament d'altres potències —com passa a Europa en indústries punta, com la informàtica i l'electrònica, que depenen del Japó i els EUA—, encara que es tinguin mitjans d'expressió propis, l'autonomia és mutilada.

Per tant, tenir mitjans de comunicació propis és fonamental, però no és suficient per a poder parlar d'una nacionalitat plena i autosuficient. Altrament, les tecnologies de comunicació són cada dia més sofisticades, sobretot en el camp de l'electrònica, de la informàtica i dels satèl·lits de telecomunicació. En aquest sentit, ara la lluita per la llibertat cultural i per la identitat cultural passa pel control d'aquestes tecnologies. És una mica romàntic pensar en un diari propi o una emissora de ràdio, quan la batalla està avui a nivell de xarxes de telecomunicació, satèl·lits i tecnologies puntes, que fan que el diari imprès sigui una mica anacrònic.

**P.**—*¿Quin paper pot jugar la premsa, la ràdio, la TV i els altres mitjans de masses com a canals transmissors de la identitat d'un poble?*

**R.**—Aquí hi ha un tema interessant. No basta tenir uns canals propis si els missatges són comprats a Nova York o Hollywood, i el que fas es reproduir mimèticament aquells models culturals de l'hamburguesa. En aquest cas, no es pot parlar d'una cultura nacional, encara que tingui canals propis. Per tant, els canals són una condició necessària, però no suficient.

A més dels canals, cal tenir uns continguts que siguin propis. Això no vol dir caure en l'endogàmia cultural; hem de ser oberts. Cal defensar una concepció universalista de la cultura, que no vol dir que s'hagi de copiar les formes hegemòniques de la cultura dominant i reproduir a escala local aquests models.

**P.**—*¿De quina manera la colonització cultural americana que patim arracona l'autèntica vitalitat (costums, tot tipus de manifestacions populars, etc.) de la nostra cultura?*

**R.**—Això es veu d'una manera clara. El que la gent consumeix d'una forma dominant és cultura americana en forma de pel·lícules i telefilms o tota mena de cultura discogràfica. Les masses consumeixen cultura americana. D'altra banda, hi



La llei del mercat juga contra les publicacions en català

/Ramon Ferrí

ha les elits cultes o il·lustrades, que cultiven un patrimoni propi, però que són clarament minoritàries.

Hi ha un divorci entre la cultura de

masses, que és colonitzada per la cultura ianqui, i les minories resistents, que viuen al seu gueto i que representen un petit fragment de la població.

**P.**—¿Per quins motius és tan difícil la subsistència de mitjans informatius que utilitzen el català com a llengua d'expressió?

**R.**—En primer lloc, hi ha una raó de mercat. És a dir, el mercat lector en català és petit, perquè hi ha una gran part de la població que no ha après de llegir i d'escriure en català, per raons de la dictadura. El mercat consumidor de literatura catalana és molt reduït, és el cas de l'*Avui* i d'*El Món* o de qualsevol publicació d'aquestes característiques. Llavors, o es creen mecanismes de subvenció institucional o és clar que és molt difícil sobreviure per la llei de mercat.

A més, la cultura catalana, com la danesa o l'holandesa, és reduïda lingüísticament dins l'esquema cultural europeu. Junt amb això, patim el desavantatge històric que, a diferència d'aquestes altres cultures, tan sols una minoria sap llegir i escriure català. Aquest doble handicap fa que la cultura catalana hagi de viure a base d'una política de subvencions estatals.



## RECITALS LLUÍS LLACH

Dia 26 d'abril  
**ALAUÀS**

**Cinema Hercumar - 10,30 de la nit**

**Organitzat pels Clavaris del Crist-1985**

Venda anticipada d'entrades:

- Llibreria Tres i Quatre - València
- Carrer Major, 58 - Alauàs

Els dies del 22 al 25 d'abril de 7 a 9 nit

**Preu: 700 ptes.**