

SALVADOR CARDUS

## La premsa dels catalans



**J**a fa temps que alguns dels agents tradicionals dedicats a la creació, transmissió i manteniment d'una cultura nacional estan en crisi. Ni l'ensenyament de la història, que ha deixat d'explicar els grans mites nacionals, ja no és el que era, ni el servei militar obligatori no serveix per fer bons patriotes —tan poc serveix, que ja en poden prescindir—, ni la universalitat que reclamen els creadors culturals no queda garantida pels certificats de nacionalitat que encara expedeix l'estat, sinó que necessitem el vist-i-plau de les grans multinacionals de la cultura.

En canvi, avui ningú no dubta que els mitjans de comunicació són els que principalment garanteixen les necessitats de vertebració política i identitària dels grans públics. La ciutadania política, cada vegada més, cal entendre-la com un mercat d'espectadors mediàtics. Per això es fa imprescindible d'aproximar-nos, amb la més gran precisió possible, a l'evolució d'aquests mercats per poder prendre el pols a la cultura nacional, entesa com allò que encara ens permet parlar de l'existència d'alguna cosa tan complexa —i diferenciada del veïnat— com "els catalans" i, a alguns, de somniar encara en futurs de plenitud nacional.

En aquest sentit, la valoració del que han representat més de vint anys des de l'inici de la transició a la democràcia fins ara, es pot fer analitzant com ha evolucionat el principal instrument de vehiculació de la realitat política, el que defineix els escenaris de la política, el que sovint li fa d'atiador. Em refereixo, és clar, a la premsa diària que, fins i tot molt més que no pas la televisió, és —com es diu ara— qui determina de manera més directa l'agenda dels polítics. Tothom sap que avui, que hi ha tan poques diferències marginals ideològiques i de clientela entre els partits amb expectatives de guanyar unes eleccions, allò que diferencia qualsevol presa de decisió política és la política comunicativa que l'acompanya. Com si diguéssim, el paper que l'embolica i la justifica.

És des d'aquest punt de vista que les dades que hem obtingut amb l'estudi *Interdependència informativa i vertebració territorial: la difusió de premsa a les Illes Balears, el País Valencià i Ca-*

*talunya (1976-1997)*, permeten de fer diverses valoracions a partir de la rotunditat dels fets. Així, que en vint anys d'autonomies, la premsa central hagi multiplicat per tres la seva presència fora de la Comunidad Autònoma de Madrid, assenyalava un considerable avenç en la vertebració política de l'estat. Però quan s'observa que el creixement de la penetració de premsa d'informació general, a Catalunya, s'ha multiplicat per deu (al País Valencià i a les Balears, la premsa central, el 1996, representava el 42% i el 32% de la premsa que s'hi llegia), el procés encara és més clar. I l'acaba de certificar el fet que els diaris d'informació general d'àmbit regional al Principat, a més d'estar, el 1996, 30.000 exemplars per sota de la difusió que tenien el 1976, havien perdut successivament les seccions diferenciades de política catalana (*La Vanguardia* el 1988, *El Periódico* el 1989 i l'*Avui* des del 1996), essent així que no havien fet ni el més mínim progrés en la seva difusió, en tots aquests vint anys, a la resta de Països Catalans.

En un exercici reduccionista, però suggerent, es podria dir que si la penetració de premsa central mesurés el grau de dependència dels catalans amb l'estat, o si els intercanvis periodístics entre territoris indiquessin el seu nivell de vertebració interna, les conclusions serien les següents: la "realitat"

dels Països Catalans no arribaria a un 2,5 sobre cent; la dependència dels catalans, en conjunt, hauria crescut en vint anys del 10 al 25 sobre cent, tot i que la dels valencians seria del 42 sobre cent, la dels balears del 32 i la dels principatins del 18. Però, lamentablement, els nivells de vertebració interna a través de la premsa s'haurien reduït en tots els casos: a Catalunya, del 88% al 72%, alhora que les Balears i el País Valencià continuarien sense capçalera pròpia amb vocació regional, que no fos provincial o illenca.

En definitiva, i més enllà d'aquest cop d'ull massa superficial, les dades ens indiquen no tant una mala posició de partida en l'autonomia informativa, sinó que l'evolució és clarament regressiva. Per resumir-ho, diríem que, pel que fa al mercat informatiu de la premsa diària, l'estat de les autonomies "els funciona" prou bé.

***“Les dades ens indiquen no tant una mala posició de partida en l'autonomia informativa, sinó que l'evolució és clarament regressiva.”***