



En aquesta pàgina, algunes publicacions periòdiques en català, i a la del costat, sengles imatges de Catalunya Ràdio i d'una festa organitzada per

# Una llengua que camina, ni que siga coixa

El panorama mediàtic en català afluixa i molt segons que baixem cap al sud. A Catalunya hi ha una certa normalització impresa i radiofònica, però tant al País Valencià com a les Balears l'ús habitual de la llengua pels ciutadans no comporta una presència massiva d'aquesta als mitjans, ni tan sols a la xarxa.

**A**l documental *Una llengua que camina*, coproduït per Vilaweb i TV3, emès a la televisió pública catalana el Nou d'Octubre de l'any passat, la periodista i professora de comunicació de la Universitat d'Alacant Mar Iglesias explica que “si continuem sent invisibles, no arribarem enlloc”. “Hi hauria d'haver una normalitat, tant a la televisió com a la ràdio, per ser-hi visibles”, remata.

En efecte, el català és més viu als mitjans de comunicació del País Valencià que no dues dècades enrere. Sobretot pel que respecta a les publicacions impreses, la majoria de les quals molt especialitzades, impulsades des de la universitat i adreçades a un públic minoritari. El panorama radiofònic i televisiu és molt més deficitari, en bona part per culpa d'un ens públic que no ha fomentat la llengua de manera desacomplexada i en part, també, perquè les llicències han acostumat a



Flaix FM, que sí que arriben, amb més o menys qualitat de so, a tot l'àmbit lingüístic.

esquivar el pluralisme informatiu. De fet, el Tribunal Suprem ha anul·lat totes les de televisió digital terrestre atorgades pel govern de Francisco Camps l'any 2006.

Avui dia, un ciutadà de València només té accés a dos canals íntegrament en català –Nou 2 i l'informatiu Nou 24, que es fusionaran en un de sol properament– i dos més que tan sols fan alguns dels programes en la llengua del país: Canal 9 i Levante TV. En el primer cas, oblidat el paper que li reserva la llei com a garant de la promoció de l'idioma, mentre que el segon ompli els seus buits amb debats plurals com ara *Raonem*, espais atrevits com ara *Pedra, paper i tisora* o *Un país de llibres*, que acaba d'estrenar-se. La quarantena de canals més que s'hi poden sintonitzar, són tots en castellà.

A Palma la situació és ben semblant. IB3 gairebé ha calcat el model de Canal 9, amb l'agreujant que no disposa

d'un segon ni tercer canal, cosa que circumscriu el català a la meitat de la seua graella. Canal 4, amb pocs mitjans, limita la producció pròpia a unes quantes hores al dia, cosa que Nova Televisió, del Grup Serra, ni tan sols no en té, sinó que basa la seua programació en les consultes a vidents i la venda de productes de tota mena. Televisió Manacor i Televisió Menorquina, que també van rebre dues llicències de TDT, ja han tancat les emissions, igual com TV Mallorca, adscrita al Consell Insular i clausurada el 31 de desembre del 2011 conjuntament amb la radiofònica Ona Mallorca.

Així doncs, el català a la ràdio valenciana i balear se ceneix a les públiques Ràdio Nou i IB3 Ràdio, d'abast autonòmic, i a algunes altres d'àmbit local. Tant al País Valencià com a les Illes, això sí, és possible d'escoltar Catalunya Ràdio i la musical Flaix FM, encara que, depe-

nent de la zona, el senyal no arriba amb gaire intensitat.

És difícil de quantificar el seguiment de sengles canals entre els oients valencians i balears, atès que no hi ha un estudi primmirat que hi faça referència, però la interacció resulta òbvia en escoltar els seus programes. El tancament dels repetidors de TV3 i l'absència d'un conveni de reciprocitat no ha afectat, de moment, la recepció de les emissions de la ràdio pública catalana.

**El paper, encara.** La situació del català als mitjans de comunicació millora amb el paper, justament el suport més compromès amb motiu de la crisi econòmica i de la revolució que han significat les noves tecnologies de la informació.

En aquest sentit, la mala notícia que va significar la fi de la distribució del diari *Avui* a les Illes i el País Valencià ha estat compensada per l'arribada de l'*Ara*, encara que no es distribueix a tot el domini lingüístic, perquè el sud del país n'ha quedat al marge. *La Vanguardia* i *El Periódico* sí que es distribueixen amb normalitat de dalt a baix del territori, però només el segon ho fa en la versió catalana al País Valencià i a les Illes.

El setmanari EL TEMPS, present als quioscos des del 1984, va abandonar-los temporalment del maig a l'octubre d'enguany, mes des del qual torna a ser present als aparadors. En canvi, *Saó*, revista de caire socioreligiós degana al País Valencià, només arriba als subscriptors.

Ni *Ara* ni *El Periódico* ni *La Vanguardia* no tenen una redacció pròpia a València, sinó únicament un delegat. *El Punt Avui* sí que disposa d'una estructura més nombrosa, per bé que moltes de les informacions que es redacten a València només apareguen publicades a la versió digital, que permet un accés directe per municipis.

Curiosament, la crisi econòmica i la política d'austeritat que també assetja el periodisme ha fet que el suplement cultural en català *Quadern*, que es publicava en el diari *El País* cada dijous –amb continguts diferenciats– tant al País Valencià com a Catalunya, ara s'haja unificat en un de sol, però a la xarxa.

Segons que l'especialització del producte –i el públic a què va adreçat– siga més concreta, la profusió de mitjans és més gran. Així, hi ha revistes literàries

potents com ara *Els Marges* –fundada el 1974 per Joaquim Molas–, *Reduccions* –que van parir l’any 1977 Segimon Serrallonga, Miquel Martí i Pol, Jordi Sarrate, Lluís Solà i Ricard Torrents–, *Faristol* –centrada en el públic infantil i juvenil–, *L’Aiguadolç* o *Lletres*, del Club del Llibre.

També hi ha, és clar, les històriques *Serra d’Or* i *L’Avenç*, o *L’Espill*, creada per Joan Fuster, fonamentada en el pensament i que edita Publicacions de la Universitat de València (PUV), l’única de l’àrea catalanoparlant que és membre de la xarxa europea de revistes culturals, Eurozine. I n’hi ha de no tan antigues però igualment arrelades, com per exemple la científica *Mètode*, o la cultural *Caràcters*, que també són editades per PUV. En ambdós casos és usual la presència de signatures catalanes, valencianes i balears. El consell de redacció de la segona, de fet, l’integren persones procedents de tot el domini lingüístic.

Algunes de més noves encara també han assolit una influència important. És el cas de la musical *Enderrock*, de *Sàpiens*, dedicada a la història de Catalunya i del món, o *Descobrir*, que ha sublimat el periodisme de viatges.

L’abundància de productes d’aquesta mena ha fet que fins i tot n’hi haja amb el nom repetit. Així doncs, *Eines* és, alhora, una revista de reflexió política editada a Barcelona i una altra, subtítolada *Papers per al Canvi Social*, que no té periodicitat fixa i s’edita a València des del 2007.

Les publicacions infantils i juvenils són un exponent més de la desconexió que tot sovint impera en el panorama periodístic en català. D’una banda, hi ha les tradicionals *Cavall Fort*, feta a Catalunya, i *Camacuc*, del País Valencià, i de l’altra, la més recent dels *Súpers* i, encara més jove, *Pelitrúmpeli*, editada a València i que ha manllevat el nom del disc enregistrat per Al Tall a la darrera dels setanta.

Ni tan sols Internet no ha estat capaç de trencar les fronteres geogràfiques

Una diferenciació que no ho és tant en el camp de la cultura popular. *Caramella* ja fa anys que elabora uns continguts plurals, que inclouen tot l’àmbit catalanoparlant, o *Hamlet*, revista mensual de les arts escèniques editada a Tarragona que va nàixer el 2009, en plena crisi.

En qualsevol cas, com ja ha quedat dit, totes són publicacions d’abast escàs i localització difícil. La majoria no són als quioscos i és la subscripció la manera més senzilla d’aconseguir-les. N’hi ha moltes més, de temàtica ben diversa, que també cal adquirir per la via de la subscripció: de referents a l’agricultura i el món rural –*Agro-cultura*, *Món Rural* o *La Drecera*–, a l’arquitectura i l’interiorisme –*Eben Interiors*–, a les arts plàstiques –*Terrart*, intitulada “revista ceràmica contemporània”–, a la recerca històrica –*Recerques*, *Afers*–, al cooperativisme –*Cooperació Catalana*, editada per la Fundació Roca i Galés–, a l’economia –*Món Empresarial*–, als esports –*Pesca d’Illes*, “la més llegida en català a les Balears”–, a l’excursionisme –*Vèrtex*, de la Federació d’Entitats Excursionistes de Catalunya, acumula una trajectòria de més de 40 anys–, a la sociopolítica –la illenca i quinzennal *L’Estel*–, al motor –*Cotxes*–, a l’oci –*D’Estil*–, a la pedagogia –com per exemple, *Guix*–, a la religió –com ara *Foc Nou*– o a la salut, com *Viure en família*.

En total, vora dos centenars de publicacions de periodicitat múltiple que mantenen la seua vitalitat i que, en ocasions, ja ofereixen subscripcions digitals.

A la xarxa ja fa anys que circulen diaris com ara *Vilaweb*, *Nació Digital*, *El Singular Digital* o *El Debat.cat*. En cap dels casos no disposen d’una redacció fixa a València o Palma, per bé que el primer d’ells, nascut el 1997, sí que ofereix informació del País Valencià i les Illes, servint-se de la informació que subministren les agències.

Amb tot, *Vilaweb* és un dels pocs mitjans catalanoparlants amb una visió global del domini lingüístic que han sorgit darrerament. Ni tan sols Internet, que estalvia despeses i acosta la informació i els informants a tothom, no ha estat capaç de trencar unes fronteres geogràfiques –polítiques– tan invisibles com infranquejables. O això sembla.

Victor Maceda

El 4 d’abril de 1984 s’imprimia per primera vegada un exemplar del setmanari EL TEMPS. Era el número zero, una peça de col·leccionista que marcava l’inici d’una informació en llengua catalana de qualitat arreu dels Països Catalans.

Un mes després, sortia al quiosc el primer exemplar, amb una manxeta de col·laboradors de vertigen, que feia preveure que el llançament d’EL TEMPS seria tot un esdeveniment cultural i periodístic. Entre les rúbriques, Joan Fuster, Joan Francesc Mira, Josep Maria Espinàs, Manuel Vázquez Montalbán, Quim Monzó, Ignasi Riera, Ramon Barnils o Maria Aurèlia Capmany, i així noms il·lustres fins a una cinquantena. La redacció, dirigida per Francesc Pérez i Moragon, es trobava a l’avinguda del Baró de Càrcer, 40, de València. I avui, gairebé tres dècades després, aquest setmanari de referència als Països Catalans té sobre la taula el repte d’encarar una nova època, condicionada pel context de crisi econòmica de llarga durada, però també per un tauler de joc polític prou complex al País Valencià i a les Illes Balears, on l’assetjament institucional a la llengua catalana revifa en tots els àmbits.

Malgrat aquest context, en els darrers anys s’han consolidat alguns àmbits que han cohesionat el país i que resisteixen tots els embats. És el cas de les universitats, aplegades en la Xarxa Vives d’Universitats, de les entitats culturals, aplegades en la Federació Lluïll –Obra Cultural Balear, Acció Cultural del País Valencià i Òmnium Cultural–, i, sortosament, també s’ha produït un apropament històric en el món econòmic. La tasca de l’Institut Ignasi Villalonga d’Economia i Empresa (IIVEE) de reivindicar, quan ningú no ho feia, l’Arc Mediterrani, ha donat els seus fruits, i avui l’empresariat valencià no té dubtes sobre la urgència d’articular un corredor mediterrani que connecti el País Valencià amb Catalunya, i en conseqüència, amb Europa. També hi ha un factor excepcional en el món financer. El



# EL TEMPS amplia l'espai

El procés d'ampliació de capital d'Edicions del País Valencià SA, obert a tota la societat i que finalitzarà el setembre de 2013, ha de convertir EL TEMPS en el mitjà de referència al País Valencià i l'eix vertebrador de l'espai comunicatiu dels territoris de parla catalana. Això sí, fomentant les sinergies amb d'altres projectes similars.



Banc Sabadell i La Caixa han assumit, respectivament, CAM i Banc de València, una circumstància que sens dubte crearà noves sinergies entre ambdues economies, industrials i amb vocació d'internacionalització.

“Mai com ara hi havia hagut, des d'un punt de vista real i mental, un empresariat valencià disposat a establir vincles amb Catalunya per tal d'anar creant una euroregió econòmica ben articulada i aprofitant les sinergies per tenir una veu econòmica directa a Europa. Però si aquesta realitat econòmica, que se suma a la social i cultural que ja tenim bastida, no té al darrere un projecte comunicatiu que ho vehiculi, queda esfilagarsada”, adverteix Eliseu Climent, editor d'EL TEMPS.

I és justament aquest repte el que vol prendre Edicions del País Valencià, SA a partir d'ara: convertir-se en el mitjà de referència al País Valencià i alhora ser l'eix vertebrador de l'espai de comunicació entre tots els territoris de parla catalana. Com explica el director general d'Edicions del País Valencià, Vicent Sanchis, “EL TEMPS pretén impulsar l'espai comunicatiu català des de Catalunya, i des del País Valencià si podem. En aquest sentit, totes les empreses de comunicació que no són incompatibles entre elles i que tenen la sensibilitat que cal, hem de començar a treballar plegats en aquesta direcció. I això és més urgent i més necessari que qualsevol altra qüestió, perquè sense aquest marc, la cultura no acaba de funcionar tampoc. Si no hi ha mitjans de comunicació que connectin la cultura, tots els altres intents de vertebrar no serveixen”, sentència Sanchis.

Pel que fa a les Illes Balears, val a dir que el punt de partida per al projecte és prou diferent. Aquí l'espai comunicatiu s'ha conservat força millor –no hi ha hagut per exemple un conflicte intens per TV3 i els productes periodístics han fluït més–, i la relació històrica amb Catalunya sempre ha estat prou més sòlida en tots els àmbits que no pas en el cas del Principat i el País Valencià.

## EL TEMPS vertebrarà els vincles socials, econòmics i culturals de l'espai

**La nova etapa.** Amb aquesta voluntat, l'empresa editora del setmanari EL TEMPS inicia un procés d'ampliació de capital que ha de culminar al setembre de 2013 amb un canvi en l'accionariat, que donarà lloc a Espai de Comunicació, SA. La nova empresa, sòlida i més potent, encararà el repte de ser la referència comunicativa en l'espai que va veure nàixer l'empresa a València el 1984. L'ampliació de capital és oberta a tothom qui vulgui comprometre's amb un projecte comunicatiu nacional, amb participacions que se situen en tres franges: entre 1.000 i 5.000 euros (petit accionista), entre 5.000 i 20.000 euros (accionista mitjà), i més de 20.000 euros (gran accionista). Des que Edicions del País Valencià, SA va decidir endegar aquest procés de consolidació, va apostar per un projecte col·lectiu i transversal que impliqués el major nombre de persones compromeses amb el país i amb la llengua. Un dels punts claus d'aquesta aplicació de capital és que en el nou accionariat hi hagi representació de tots els territoris, així com de l'àmbit acadèmic, econòmic, social i cultural, per tal de garantir l'essència del projecte comunicatiu d'EL TEMPS.

Sigui com sigui, la nova etapa d'EL TEMPS no vol circumscriure's només al manteniment del setmanari de paper, sinó que pretén ampliar al màxim la diversitat de productes periodístics oferts. En aquest sentit, EL TEMPS tendirà a convertir-se en una plataforma multimèdia de difusió de continguts, aprofitant precisament el gran avantatge que ofereix Internet de superar qualsevol frontera administrativa que intenti aixecar murs comunicatius entre una comunitat lingüística única. De fet, hi ha projectes comunicatius a Internet que tenen com a marc de referència els Països Catalans. El cas de *Vilaweb* n'és un exemple clar.

Amb un bagatge d'èxit, amb el prestigi assolit després d'una llarga fase de treball i consolidació, EL TEMPS prepara el punt i seguit imprescindible per a enfocar amb solidesa un futur de canvis profunds en l'àmbit de la comunicació arreu. El repte, doncs, és trencar, amb naturalitat i en positiu, les velles dinàmiques informatives estatals, autonòmiques i provincials. En aquest projecte de futur s'integraran totes les publicacions vinculades a la capçalera històrica, EL TEMPS, EL TEMPS Digital, *Anuari The Economist*, que cada any publica en exclusiva en llengua catalana, i el contracte exclusiu en català de publicació de continguts del prestigiós setmanari alemany *Der Spiegel*.

“Sumar-se al nou accionariat és formar part d'un projecte sòlid, i fins i tot imprescindible, que ha de respondre als nous temps amb més potència, amb més veus, amb més projecció i sempre al servei d'un país que es reclama normalitzat i digne”, conclou Climent.

De fet, ja s'han teixit les primeres complicitats amb el projecte. Entre els primers accionistes hi ha l'ex-president de la Generalitat, Jordi Pujol; el president de la Borsa de Barcelona, Joan Hortalà; el director general de Ràdio Televisió d'Andorra, SA, Francesc Robert; el president de l'Associació d'Empresaris Tèxtils de la Vall d'Albaida, Ramon Soler; els periodistes Mònica Terribas i Miquel Caçada; el president del Cercle d'Economia de Mallorca, Alexandre Forcades; el president de l'Associació Empresarial Hotelera de Benidorm, Antoni Mayor, i l'ex-president de Caixa Catalunya i vice-president de l'IIVVEE, Antoni Serra Ramoneda.

A més a més, l'empresa compta amb un consell editorial integrat per l'advocada Magda Oranich; l'escriptor i antropòleg Joan Francesc Mira; el professor de la UAB Joan Manuel Tresserras; el sociòleg Salvador Cardús; el socioecòleg Ramon Folch i el professor de geografia de la UV Josep Vicent Boira.

El degà del Col·legi d'Economistes, Joan B. Casas i el periodista Vicent Sanchis formen, amb Eliseu Climent, l'equip assessor.

*Gemma Aguilera*

## Quin sabor de boca us han deixat les eleccions del passat dia 25?

—Crec que l'escenari ha quedat clar: aquestes eleccions han confirmat que existeix una majoria sobiranista com mai havia existit. Els partits que duïen en el seu programa electoral la consecució de la independència han assolit la majoria i això és indiscutible. Crec que són les eleccions on hi ha menys espai per a l'ambigüitat, amb l'afegit que, a més a més, són els comicis on hi ha hagut més participació dels ciutadans. Per tant, des d'aquest punt de vista, i independentment d'altres valoracions que es puguin fer, el procés cap a l'autodeterminació va endavant.

**—Vós heu mantingut que ha de ser el Parlament qui declare la independència i després se celebri un referèndum. De moment, però, sembla que el primer pas serà convocar el referèndum. Confieu que en aquesta legislatura tindrà lloc la consulta sobre la independència?**

—El que jo vull dir —i aquestes declaracions les vaig fer fa dos anys— és que no és només una qüestió del Parlament, sinó que s'ha de consultar el poble. Crec que al final, malgrat el que pugui semblar, l'Estat espanyol haurà d'acceptar que el poble català exerceixi la seua sobirania i manifesti la seua posició, tant si és favorable com si és contrària a la independència. Negar-s'hi, per part del govern espanyol, no té sentit.

**—Per a molts, la manifestació de l'Onze de Setembre va significar un punt d'inflexió. Molta gent va passar de militar en el catalanisme a l'independentisme. Això ha passat amb els ciutadans, però el viratge també s'ha produït en els mitjans de comunicació. Alguns mitjans de referència com ara *La Vanguardia* han fet també un viratge cap al sobiranisme. A parer vostre, què indica aquesta reubicació dels mitjans dins l'espectre comunicatiu català?**

—No em sembla gens excepcional això que ha passat amb *La Vanguardia*. Com a conglomerat empresarial, el Grup Godó té uns interessos. Tenen la ràdio líder a Catalunya i un diari que és de referència per a molts sectors de la societat catalana. *La Vanguardia* ja ha

Miquel Calçada (Sabadell, 1965) porta entre mans l'organització dels actes per a celebrar, d'ací a dos anys, el 300 aniversari del 1714. Alhora, aquest comunicador que va posar la veu a la primera emissió de Catalunya Ràdio, no abandona el timó de Grup Flaix, un dels pocs conglomerats radiofònics amb presència a quasi tot el territori dels Països Catalans.

## “Sense un espai nacional de comunicació, tots hi sortim perdent”



JORDI PLAY

percebut la bona acollida que ha tingut la seua edició en català. Al capdavant, l'idioma determina una manera de veure i interpretar el món.

Arribats al punt on hem arribat, no veig estranya aquesta reubicació que han experimentat alguns mitjans. Que això passi no hauria de ser cap problema per als qui sempre hem militat en l'independentisme. Ara no és hora de posar-se a fer retrets als qui s'afegeixen en aquest procés. No paga la pena perdre el temps en això. Per a mi, la gent que es resitua, que repensa la seua posició, és benvinguda a treballar tots en la mateixa causa.

—De què és indicatiu això que ha passat?

—Crec que el missatge que va llançar la ciutadania en la manifestació de l'Onze de Setembre ha estat clar: hi ha una majoria de gent que ha basculat definitivament cap a l'opció sobiranista. Els mitjans de comunicació han vist clar que l'espai central polític a Catalunya s'ha mogut cap a l'opció sobiranista. Ara totes les forces polítiques i els mitjans volen ocupar aquest espai central perquè saben que des d'aquí poden tenir una majoria més folgada o unes audiències més grans.

—Les últimes dades de l'Estudi General de Mitjans i del Baròmetre de la Comunicació de Fundacc referides al Principat certifiquen la consolidació dels mitjans de comunicació en l'idioma propi. Els lec-

**tors, radiooients i telespectadors catalans s'informen i consumeixen els *media* majoritàriament en el seu idioma. S'ha tocat sostre?**

—No és del tot cert. Anem a pams, per exemple, no és veritat que el català tingui preponderància a la televisió, el mitjà que segurament té més penetració. És increïble que els mitjans de comunicació espanyols vulguin fer veure que l'estat d'opinió a què hem arribat siga degut a TV3 i als mitjans de comunicació subvencionats per la Generalitat. Les dades de difusió i audiència constaten que això no és ni de bon tros així. Amb tants canals, diaris i ràdios en castellà com arriben ací és increïble que mantinguin aquest tipus d'arguments.

Tot i els esforços que s'han fet des d'ací, el mapa comunicatiu és absolutament desequilibrat, en el sentit que només hi ha uns pocs canals en català i la resta, que són la majoria, tenen seu a Madrid. La major part de freqüències de televisió al Principat estan atorgades a canals d'arrel espanyola. I amb tot i amb això, hem aconseguit que els mitjans fets a casa tinguin molta més penetració i audiència.

**—Es podria haver evitat aquest colonialisme comunicatiu?**

—S'hauria d'haver desenvolupat a través de les lleis allò que consagra la Constitució, això és, l'existència d'un espai plurinacional. En el primer atorgament de tercers canals hi havia alguns preceptes que obligaven les operadores a tenir presència de català. Aquests condicionants, però, es van aigualir a mesura que s'aprovaven les següents legislacions.

**—Les retallades aplicades per CiU en la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals tindran repercussions sobre la salut de l'ecosistema català de comunicació en el seu conjunt?**

—És evident que sí, si bé arribat a aquest punt potser serà interessant parlar-nos a pensar en quin model volem per al futur. Ara per ara, del 100% de l'espectre radiofònic, el 70% són freqüències que pertanyen a organismes públics i el 30% a les ràdios privades. En canvi, si ens fixem en les audiències, el 70% escolten emissores privades i el 30% públiques. Aquestes dades

certifiquen que hi ha alguna cosa que no funciona. I el que no funciona és que hi ha una redundància d'operadors públics en un mateix territori (i en això cal no oblidar les ràdios i televisions d'origen espanyol).

Per tant, quan aquest territori siga un país nou en l'interior de la Unió Europea, s'haurà de plantejar a quin model de mitjans de comunicació públics aspira i com vol que es financen. Es poden avaluar alternatives, com ara el finançament privat en forma de patrocini o que, com passa en altres països, es financii mitjançant els espectadors. La ràdio pública americana, per exemple, té uns índexs de penetració i d'audiència molt alts i, en canvi, té molt poca subvenció pública i majoritàriament es finança gràcies a les aportacions voluntàries dels seus oients mitjançant campanyes que fan durant una setmana a l'any.

Així doncs, em sembla que caldria que hi hagués una veritable comissió d'experts per a definir *ex novo* quin és el model de mitjans de comunicació públics que volem en aquest nou estat d'Europa.

**—Flaix FM i Ràdio Flaixbac, la ràdio que vostè i Carles Cuní van fundar fa 20 anys, es pot escoltar a tots els Països Catalans. Es pot parlar de l'existència d'un espai nacional de comunicació quan la circulació de mitjans de comunicació entre els territoris de llengua catalana no s'ha aconseguit vehicular?**

—Sóc el primer a qui m'agradaria que l'espai nacional de comunicació fos una realitat. Però és difícil aconseguir de conformar un espai nacional de comunicació quan els diferents territoris formen part de realitats administratives diferents. Per més que compartim un mateix idioma, és difícil vehicular un únic espai comunicatiu. Penso, per exemple, en el cas d'Àustria, Baviera i el cantó alemany de Suïssa. La realitat administrativa hi pesa molt, en aquest assumpte. De totes maneres, es podria haver avançat molt més que no s'ha fet fins ara. Si existís una voluntat política decidida i partidària d'aquesta mena de coses, no seria gens estrany que hi hagués operadors de ràdio i televisió que

**“És difícil conformar un espai nacional de comunicació quan els territoris formen part de realitats administratives diferents”**

JORDI PLAY

operessin en el mateix idioma i amb la mateixa capçalera en tots tres territoris de parla catalana. Una altra cosa seria que dins d'aquest canal o emissor hi hagués programes compartits i altres d'específics per a cadascun dels territoris.

**—El *café per a tothom* comunicatiu a l'últim ha acabat desllorigant l'espai de comunicació en català?**

—El *café per a tothom* ho ha desllorigat tot. Durant la transició, la idea estava clara per part de l'estat: si Catalunya, País Basc i Galícia són territoris que poden parlar-me de tu a tu, el que he de fer és aigualir el seu potencial assimilant-los a d'altres realitats que les anomenarem comunitats autònomes. Per cert, la primera de les quals, datada l'any 1968 i anomenada Guinea Equatorial. El resultat ha estat el que ha estat. A nivell comunicatiu, les conjuntures polítiques no han afavorit que hi hagués una entesa institucional com la



que calia i això ens ha restat forces al conjunt.

—Però aquesta absència d'espai nacional de comunicació és un problema estrictament polític?

—Bàsicament és un problema polític. Potsar des del punt de vista empresarial podria haver-se fet una mica més, però és molt difícil avançar quan de la banda de la política s'hi han col·locat tants entrebancs. És molt complicat fer res quan de l'altra banda són terriblement tossuts.

—Al País Valencià, *La Vanguardia* no arriba en versió catalana; l'*Ara* és testimonial i no es distribueix més enllà de Dénia; i els digitals donen una informació també testimonial d'allò que passa al sud de la Sénia. Creieu que els mitjans de comunicació catalans haurien d'haver fet una aposta més forta per obrir mercat a la resta del territori o bé per liderar projectes empresarials amb promotors locals, tant al País Valencià com a les Illes?

“És increïble que Espanya diga que l'estat d'opinió a què hem arribat sigui degut a TV3 i als mitjans subvencionats per la Generalitat”

—Crec que en les condicions actuals no pot passar de ser un acte de militància. Molt meritori però condemnat a no formar part de la centralitat de la societat. La divisió administrativa, la legislació en contra i un àmbit polític contrari també a perdre parcel·les de control, fan que aquesta idea de crear un espai nacional de comunicació

esdevingui en aquestes circumstàncies, molt difícil d'assolir per no dir impossible.

—Amb Flaix Ràdio, teniu presència a tot el territori de llengua catalana. L'invent us ha eixit bé. Caldria que hi hagués més Flaix Ràdio?

—Nosaltres estem en alguns territoris d'aquest espai nacional de comunicació. Per exemple, a Catalunya som a tot arreu. Però no ens enganyem, la nostra presència és testimonial a la Catalunya Nord on, tot i la implantació i la bona acollida que tenim per part del jovent, no ens és possible desenvolupar un model de negoci. Amb la qual cosa es converteix en un acte de militància. Necessari, però de militància.

—Qui hi surt perdent més, en aquesta desconexió comunicativa?

—Home, em sembla evident que tota la gent que forma part de la mateixa comunitat lingüística hi surt perdent. Amb tot, voldria aportar una llum d'esperança destacant el paper que les noves tecnologies i l'ús dels *media* —tradicionals o no— tenen a través d'Internet.

Està comprovat que en contra del que pugui semblar, Internet tendeix a reforçar lligams entre comunitats que comparteixen interessos. Per tant, el caràcter *assimilador* que en un moment de la història va jugar posem per cas la televisió, queda, gràcies a les noves tecnologies, molt desactivat. I en canvi, la transmissió de coneixement de forma virtual reforça els lligams entre individus i societats amb interessos compartits.

—Tant al País Valencià com a les Illes es tem que si el Principat assoleix la independència, aquests dos territoris quedaran desemparats i que acabarà passant factura a la cohesió de la comunitat cultural, social i lingüística. Què en pensa?

—Aquí, torno a ser optimista. Quan Catalunya esdevingui un nou estat d'Europa, tindrà unes eines i una capacitat per a operar positivament a favor d'aquests territoris que ara no podem valorar en la seva justa mesura. Serà precisament a l'inrevés d'aquesta qüestió.

Violeta Tena