

DEL FENOMEN A LA NORMALITAT

Gonçal Mazcuñán

Curt i ras: felicitats! No cal fer més compliments. És ben simple: quan una publicació enceta la celebració dels primers quinze anys d'història segur que té molts motius per a fer-ho. Ni s'inventen ni s'improvisen, aquestes coses.

A més a més, arribar a aquesta data amb prop de 2.200 pàgines plenes de continguts berguedans, 250 col·laboradors, cinc-cents subscriptors i un premi «Tasis Torrent» entre d'altres *guanys*, vol dir haver estat quinze anys complint fidelment el compromís de la cita periòdica amb els subscriptors, lectors i anunciants. I dir això vol dir moltíssim. Per exemple, que L'EROL serveix a una comarca viva, a una gent engrescada per les seves coses i generosa a l'hora de donar-hi suport. També, que hi ha un grup de gent vocacionalment entregada als afers de la comunicació, conscients de l'eina que tenen a les mans i de com utilitzar-la en benefici de la comunitat que els dona suport.

Definitivament, quinze anys d'activitat incessant donen dret a creure que s'ha fet bona feina, i confiança en què hi ha empena acumulada per continuar treballant molts anys més. Aquest és el principal actiu que té L'EROL ara que arriba al número 50 amb ganes de celebrar-ho i de reflexionar sobre el futur.

Assolir la normalitat

Entenc doncs, que és aquesta doble virtut —la persistència en el treball i l'actitud de reflexió—, la que ens dona peu per valorar el paper jugat per L'EROL, com tota la premsa comarcal i cultural del país, en la consolidació de la llengua i la cultura com a eixos bàsics de la nostra identitat nacional, així com per fer càlculs sobre la projecció futura que pot arribar a tenir el manteniment, i fins i tot l'eixamplament, d'això que hom ha batejat com a *fenomen de la premsa comarcal*. Un fenomen que hauria de deixar de ser considerat com a tal, precisament



La premsa comarcal ha ajudat a la consolidació de la llengua i la cultura catalanes

J. RIBERA

perquè això significaria que aquest és un país normal, amb uns mitjans de comunicació normalitzats en la seva tasca de difusió de la informació i de debat de les idees.

Jo diria que mentre no s'arribi a aquesta normalitat, el fenomen continuarà existint i disfressant una situació molt allunyada de la crua realitat: el dèficit real dels mitjans de comunicació catalans respecte dels espanyols, amb poc més d'un 10% d'ocupació en el mercat de 700.000 lectors de premsa diària que hi ha a Catalunya.

Intentar superar aquest estat de coses obliga aquells qui treballem en el camp de la comunicació a considerar com a bàsiques les següents premisses: cal superar el concepte d'excepcionalitat a què el context polític, social i cultural ha sotmès fins ara els mitjans de comunicació catalans, i afirmar les bases necessàries perquè la seva lluita no es limiti a la simple supervivència, sinó a la conquesta d'un mercat que només demana l'assoliment de noves cotes en la qualitat, l'originalitat i les propostes nove-

does en els continguts. Situat en el terreny dels exemples concrets, cal deixar de parlar del teòric sostre de 40.000 lectors que pot tenir la premsa en català i passar a definir el model de diari nacional que volen i esperen els lectors. Cal abandonar la teoria que en aquest país la cultura continua essent de peatge i defensar la bona nova que l'activitat cultural també s'ha de guiar amb criteris de rendibilitat econòmica. Ambiciosa en els plantejaments, per tant, i amb l'ull i el convenciment posats en l'amplíssim mercat de consumidors en català creat en quinze anys de treball per a la normalització de la nostra llengua com a eina d'ús social majoritari.

Cal abandonar, en definitiva, la idea que aquest és un país que ha de continuar avançant només a força de voluntarisme. Del militantisme més actiu cal passar l'auto-exigència. A la normalitat en la conducta, en la manera de fer, en la manera de ser. En la mesura que ser català i viure en català sigui normal, el país avançarà, tots avançarem en

la normalització dels continguts que defineixen els nostres senyals d'identitat. Entre ells, els dels mitjans de comunicació, eines cabdals en uns moments que no es pot perdre pistonada en cap camp d'actuació.

Dimensió cultural i identitat

Amb la plena integració a Europa i a les portes del segon mil·lenni, es dibuixa un nou mapa de relacions que consolidarà les identitats o abocarà a la seva desaparició. Cal, per tant, mirar endavant. Com diu l'estudiós de la comunicació Josep Gifreu en el seu treball de recerca sobre la necessitat de construcció d'un espai català de comunicació: «la dimensió cultural —i naturalment la lingüística— de la identitat esdevé cada dia més determinant. I dintre la dimensió cultural, els processos de comunicació i d'informació resulten més i més determinants, de manera que ja se sol acceptar àmpliament que les velles i les noves cultures (nacionals o no) es mantindran o desapareixeran segons que puguin articular-se o expressar-se a través dels sistemes propis de comunicació social».

Des de la nostra posició, doncs, arribats a aquest punt, si considerem com a certa la hipòtesi que cal construir un espai català de comunicació, sembla indispensable la creació d'un diari d'abast nacional. Un diari que expliqui allò que s'esdevé arreu des d'una òptica catalana i que, alhora, difongui allò que és i protagonitza aquest país. És a dir, un diari que expliqui i reflexioni sobre tot allò que es cou fora i que condiciona —en bo i en dolent— el desenvolupament de la nostra identitat, i que escampi arreu com es contribueix des d'aquí a la configuració del nou mapa de relacions continentals.

La creació d'un diari d'abast nacional no hauria de veure's condicionada pel fatalisme que assenyalava un sostre tan baix de lectors

en català que fa inviable qualsevol projecte, sinó que caldria partir del convenciment que el país ha fet avenços importants en la normalització de l'ús del català, en el consum de mitjans de comunicació, siguin escrits o àudio-visuals.

En aquest sentit, cal valorar ben positivament la tasca feta per la ràdio i la televisió públiques, així com per les emissores locals i la premsa comarcal. Aquesta darrera ha protagonitzat un paper capdavanter en la normalització lingüística i en la creació d'hàbits de lectura, en català, en àmplies capes de població que no consumien premsa. Fet i fet, tothom coincideix a assenyalar que només la premsa local i comarcal ha aconseguit incrementar significativament les xifres de lectors de premsa, en un país que se situa als llocs cuers en el rànquing europeu de lectors de diaris. I que, globalment, només aquesta premsa local i comarcal ha protagonitzat una activitat empresarial reeixida quant a resultats econòmics, enfront de l'economia deficitària, a mans foradades, del gran diari d'abast nacional.

A la creació d'un diari nacional

És a partir d'aquesta experiència positiva de la premsa comarcal, doncs, que cal plantejar la viabilitat o no del projecte de creació d'un gran diari nacional. Una experiència que parla de models periodístics originals, novedosos en el tractament de la informació, a partir del convenciment que la premsa ha de ser un producte que s'ha de caracteritzar per la voluntat de donar servei, de ser útil a tota mena de consumidors, i per la traça en acostar la informació al lector: fins al punt que aquest s'hi pugui identificar com a protagonista o donar-ne credibilitat com a testimoni del que s'explica que ha passat. És, en definitiva, la immersió del mitjà en la

societat a la qual s'adreça per tal d'esdevenir incontestable (pel rigor dels seus continguts) i insubstituïble perquè forma part de la vida quotidiana i n'ha creat fidelitats.

Com a hipòtesi de treball assenyalaré (d'entre les diverses que hi pot haver), dues possibles alternatives a debatre:

— Manteniment i ampliació, on calgui, de l'actual estructura de diaris comarcals per tal que, aprofitant la seva implantació en els mercats locals, esdevinguin inestimables suports de difusió per a un diari nacional de continguts exclusivament d'interès general. S'entén que aquesta opció comporta encartar dins el diari comarcal el diari nacional que haurà editat una empresa aliena (o no) a la premsa comarcal. El preu de venda conjunt haurà de ser igual al de la resta de diaris. L'autofinançament del diari nacional haurà de ser a través de la venda de publicitat i pel preu/exemplar que hauran de pagar els diaris comarcals que el vulguin encartar. En contrapartida, aquests s'estalviaran els costos d'elaboració de les seves seccions d'informació general.

— Creació d'una empresa de comunicació entre tots els mitjans interessats a oferir als seus lectors un quadern o suplement diari de continguts exclusivament generals, competitiu amb els continguts temàtics semblants dels altres diaris. En aquest cas, el quadern o suplement pot tenir nom propi, o no, i presentar-se diferenciat, quant a forma i disseny, del diari comarcal que l'embolcalla en el punt de venda. Els continguts i la compaginació van a càrrec de l'empresa conjunta, però la impressió va a càrrec de cada mitjà, incloent-lo en la seva paginació habitual i al mateix preu de venda dels diaris al quiosc. L'interès de l'operació rau en l'estalvi que li pot suposar al diari comarcal l'obtenció d'unes pàgines d'interès general competitives amb les de qualsevol diari, gràcies a compartir la



FOTO-VIDEO
Luigi

C/. Ciutat, 21 Tel. (93) 821 02 17 Fax (93) 822 07 37
08600 BERGA

- Servei de revelat Kodak Express (1 hora)
- Laboratori professional color, b/n i Ilfochrome
- Fotografia electrònica (termoimpressores, CD Photo...)
- Tractament digital de la imatge
- Servei de reproduccions ràpides
- Reportatges en foto i vídeo
- Fotografia d'estudi, carnet, industrial i publicitària

- Fotografies murals i decoratives
- Últimes novetats en marcs de sobretaula
- Servei d'emmarcat a mida (ampli mostrari)
- Arxiu fotogràfic (temes del Berguedà)
- Venda de càmeres i material de foto i vídeo
- Edició de vídeo (Betacam)
- Laboratori àudio
- Còpies vídeo-vídeo i cine-vídeo (V-8, Hi8, BETA, VHS, UMÀTIC HB i LB BETACAMP SP)
- Trascodificacions (PAL, NTSC, SECAM, etc.)

despesa d'elaboració amb d'altres mitjans comarcals.

Construcció de l'espai català de comunicació

Finalment, val la pena assenyalar que, a banda les alternatives exposades, també cal contemplar com a absolutament necessària la creació d'una agència catalana de notícies. Tan inconcebible és pretendre arribar al segle XXI i integrar-se a la nova Europa sense tenir ben definit un espai propi de comunicació que ens garanteixi la supervivència de la nostra llengua i cultura, com ho és intentar definir aquest espai, aquesta identitat nacional, sense disposar d'una agència de notícies pròpia. Una agència que reculli i difongui informació i opinió amb catalanitat de llengua i, sobretot, de continguts. Aquest és un objectiu que va més enllà de l'esforç dels mitjans comarcals i que reclama la participació de l'Administració.

En la mateixa línia, l'estudi de Josep Gifreu assenyala, com a objectius a assolir en la construcció de l'espai català de comunicació, els següents punts d'actuació prioritària:

- Establiment d'un pacte cultural i de comunicació
- Celebració d'un simposi de mitjans en català
- Creació d'una agència de notícies



Espai català de comunicació

ARXIU

- Cadena de TV transfronterera per satèl·lit
- Creació d'una gran empresa multimèdia

- Edició d'un gran diari interregional
- Promoció d'una cadena de ràdio interregional
- Federació de ràdios i televisions locals
- Associació de periodistes de mitjans en català
- Coordinar la formació dels professionals
- Coordinar i estimular la recerca
- Informe periòdic sobre l'estat de la catalanitat

Ningú no pot negar que el projecte no sigui ambiciós i apassionant. Allò indiscutible, però, és que no es pot endarrerir més el fet de tirar-lo endavant. Aquest o un altre. Aquell que sigui haurà de comptar amb la implicació dels diferents estaments i institucions amb deure i compromís en el manteniment de la llengua i la cultura catalanes. I a prendre aquest compromís, tots hi som convidats, cadascú des de la seva parcel·la de responsabilitat. En el cas que ens ocupa no crec que m'equivoqui si dic que a la gent de l'Àmbit de Recerques i de L'EROL ja els hi podem ben comptar. ⚡

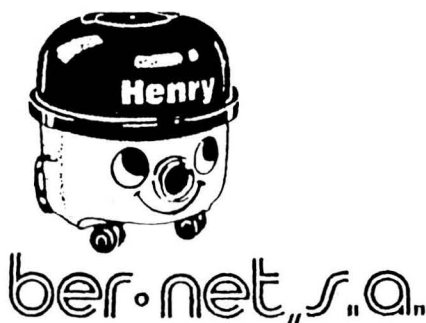
Gonçal Mazcuñán i Boix

Periodista. Director de *Regió 7*

ceràmiques QUERALT S.A.

TALLER DE CERÀMICA

Polígon Industrial de Berga (La Valltan)
Camí Can Ballús, parcel·la, 55 - Tel. 822 08 56 - 08600 BERGA



**NETEGES GENERALS
VITRIFICAT DE TERRES
VENDA DE MAQUINÀRIA, ESTRIS
I PRODUCTES DE NETEJA**

Compte Oliva, 9-11 - Tel. 821 26 87 - 08600 BERGA