

Territorios comunicacionales

El sistema de comunicación en Barcelona*

Rossana Reguillo**

La región establece la intermediación entre la comunidad y la nación, portando una identidad propia que la hace diferente del contexto nacional en que se localiza.

Andrés Fábregas Puig

A finales de 1992 y como consecuencia de anteriores vinculaciones académicas entre la Universidad Autónoma de Barcelona y el ITESO, se plantea la realización de un proyecto que buscaba “estudiar la estructura del sistema de comunicación social en el contexto político, económico y social”,¹ en diez

Un agradecimiento al Dr. Josep Lluís Gómez Mompart de la UAB, que me proporcionó buena parte de la bibliografía citada en este ensayo.

Estudiante del doctorado en Ciencias Sociales (CIESAS-Universidad de Guadalajara, Área de Antropología e Historia).

Cfr. Proyecto de investigación “La estructura del sistema de comunicación de España y América Latina”. Documento preliminar elaborado por Rosario de Mateo y J. M. Tresserras, 1992.

países: Argentina, Brasil, Colombia, Chile, España, México, Perú, Puerto Rico, Uruguay y Venezuela.

Esta iniciativa nació de los académicos catalanes; el proyecto actualmente se encuentra en fase de revisión por parte de los equipos de investigadores de los diferentes países participantes. En el caso de los catalanes el interés en esta ambiciosa investigación parte de una preocupación por “los desarrollos tecnológicos y la entrada de nuevos actores en la escena de los medios de comunicación”.²

Es en dicho contexto donde se ubica el presente ensayo, en el que a través de fuentes secundarias se busca un primer acercamiento al sistema de comunicación de Barcelona-Cataluña. Este acercamiento “regional” alude al espacio sociocultural que define este territorio en términos comunicacionales y que lo hace “diferente” del conjunto del Estado español. Más que el énfasis en el espacio geográfico, interesan los procesos particulares de configuración del sistema de comunicación catalán. Para tal efecto se asume como “delimitación” regional, la de Comunidad Autónoma,³ que tiene como sustento además de un territorio, una lengua y una cultura diferenciadas. Sin embargo, consideramos importante plantear que

las diferentes divisiones regionales, político-administrativas y de cualquier índole que se registran en un espacio a través del tiempo, corresponden a las características reunidas por dicho espacio en un momento dado y que corresponden a los criterios de su demarcación en ese momento, de tal suerte que las regiones son también y de manera fundamental entidades cambiantes (Macías 1990).

2. Proyecto de investigación “La estructura del sistema de comunicación”, *op. cit.*
3. La formación histórica de España en cuanto a sus lenguas, culturas diversas y tradiciones, encuentra en la Constitución de 1978 la formulación de una nueva estructura que reconocía este pasado. España se considera un Estado formado por Comunidades Autónomas, es decir, por un Estado de nacionalidades y regiones en el que todos los ciudadanos, gocen de los mismos derechos y obligaciones. Cfr. Luis Larroque: *Comunidades Autónomas*. Ed. Popular, Madrid, 1983.

Barcelona

Situada en la ribera del *Mare Nostrum*, al noreste de la Península Ibérica, Barcelona se ha colocado a la cabeza de la economía e industria española. Es una de las cuatro provincias que conforman la Comunidad Autónoma de Cataluña, junto con Gerona, Lérida y Tarragona. Su privilegiada ubicación geográfica, abierta al mar Mediterráneo y a Europa, la convierten en un polo de atracción tanto para otras ciudades españolas como para inmigrantes de diversos países. Hacia 1965 sólo 46 % de su habitantes eran naturales de la ciudad y únicamente 62 % catalanes (Borja 1988).

Considerada como una de las zonas de más alta densidad poblacional del mundo, su acelerada dinámica de crecimiento ha provocado que su zona metropolitana ocupe más de la mitad de la provincia de Barcelona.⁴ Pueblos antes alejados de la ciudad como el Prat de Llobregat, San Baudillio, Hospitalet, Cornellá, Badalona, constituyen ahora una unidad demográfica en la que se concentra 70% de la población total de la provincia. Además, cercanos a la ciudad se localizan importantes centros urbanos de población industrial, donde se concentra la mayor parte de la población no radicada en la capital. Hacia el norte el panorama cambia y disminuye la concentración demográfica con predominio de zonas rurales. Cataluña es una región industrial particularmente vulnerable a la crisis (*Ibid.*).

Para los fines de este ensayo interesa destacar el planteamiento sobre la diversidad cultural de Barcelona:

Cualquier reflexión acerca de la función desempeñada por Barcelona en el campo de la comunicación debe comenzar recor-

4. La región intercultural se caracteriza por estar regida desde una ciudad que domina un *hinterland*... es definida como un "sistema solar", con un centro y sus satélites. Andrés Fábregas Puig, *El concepto de región en la literatura antropológica*. Instituto Chiapaneco de Cultura, Chiapas, 1992.

dando su privilegiada ubicación geográfica, la proximidad de la frontera francesa y su apertura al mar Mediterráneo, con uno de los Puertos más activos de su ribera occidental, lo que a su vez la ha situado como escala privilegiada de los tránsitos marítimos entre el Mediterráneo y el océano Atlántico. Todos estos datos han tenido su reflejo en la permeabilidad a las innovaciones técnicas surgidas en otros lugares, así como su receptividad a las corrientes culturales exteriores y la catalización de un mosaico social variopinto, que era ya llamativo en el siglo XVI (Gubern 1991: 66).

A pesar de esta diversidad y del contacto permanente con otras culturas, en Cataluña se ha mantenido vivo un espíritu de defensa de la cultura catalana que se manifiesta primordialmente en la conservación de las costumbres y el idioma. Su riqueza económica en relación al resto de España, le ha permitido reconquistar y mantener su soberanía con respecto al centro. La autonomía, sin perder el contacto con el centro, es considerada la tendencia mayoritaria, mientras que la tendencia independentista es reivindicada por grupos minoritarios. Dicha autonomía fue ratificada el 25 de octubre de 1979 mediante un plebiscito regional.

Uno de los símbolos más importantes de esta independencia e identidad cultural es el idioma. Hoy, el catalán es considerado el idioma oficial en la comunidad, éste representa 16.4% de la composición etnolingüística del país contra 72.8 % del español. En 1986 la población que hablaba catalán sumaba 6 400 000 hablantes, distribuidos no sólo en Cataluña. Sin embargo, señala Jordi Borja que

la población que declara no entender el catalán ahora es superior a la de 1970 [...] por ejemplo en el área metropolitana de Barcelona el 50 % de la población no ha nacido en Cataluña, la mitad declara no entender el catalán y la tercera parte de los nacidos en Cataluña declaran no entenderlo tampoco (Borja 1988: 354).

Con respecto a los mecanismos de participación, los cambios políticos operados a la caída del franquismo, si bien liquidaron gran parte de los mecanismos de coacción, son, según la perspectiva de Borja,

muy débiles y no se manifiestan valores comunes y menos aún movilizadores (incluso los de carácter nacionalista y clasista se han debilitado considerablemente)... la sociedad responde a la crisis acentuando la marginalidad y no el conflicto (*Ibid.*: 355).

Actualmente los procesos de integración a la Comunidad Económica Europea, hacen hincapié en los efectos económicos y legales. Cataluña es una región comparable a las principales regiones económicas y administrativas europeas, pero la comparación en algunos parámetros socio-económicos no es muy favorable: la renta *per capita* es de 62 % de la media europea y el PIB por habitante no alcanza 70 %. La tasa de actividad media está por debajo de la europea y la productividad bastante más baja (50-60 % de la europea). La tasa de desempleo es sensiblemente superior (*Ibid.*: 558). Entre los aspectos favorables en la relación Cataluña-Europa, como la ubicación, diversificación industrial, destaca el de una “estructura social y formas culturales de carácter moderno y abierto a la innovación y el intercambio que se da en una sociedad muy urbanizada” (*Ibid.*).

Es desde esa estructura social y formas culturales como vemos, que paralelamente al debate económico-legal de la integración, se coloca como una tematización muy importante la cuestión cultural y al centro la discusión de las identidades, problemática que se conecta directamente con el complejo sistema de comunicación social español, sobre el que volveremos más adelante. El proceso de unificación europea conlleva diferentes niveles de discusión, donde el ámbito regional se constituye en un espacio privilegiado para encontrar modelos que hagan posible la defensa de las identidades locales en diálogo con la “nueva” identidad europea.

Uno de los principales problemas que hoy se plantean en el proceso de unificación europeo es la definición de un “espacio

cultural común” que se corresponda con el correspondiente proyecto político y económico de unificación. Pero esta misma pregunta por el “espacio cultural común” abre un importante debate sobre la existencia de otros distintos niveles o espacio de identidad cultural. El debate sobre lo “común” no ha hecho otra cosa si no poner de relieve las múltiples dimensiones de su diversidad (Moragas 1992).

Estas múltiples dimensiones señalan principalmente que el Estado no constituye la única representación de las identidades culturales y que actualmente una dimensión vital para la sobrevivencia y desarrollo de estas identidades son los sistemas de comunicación, en los que, entre otras cosas, se juega la defensa de una participación democrática.

El sistema de comunicación en Cataluña

Para entender la configuración del espacio catalán de comunicación, es relevante ubicarlo en el contexto del Estado español; datos consignados por la *Encyclopaedia Britannica* (1989) ofrecen un panorama elemental pero completo con respecto a este sistema:

Diarios	Emisoras radio	Emisoras TV	Salas cine
102	264	027	3 109

Puede apreciarse que el subsistema televisivo es el más importante en magnitud con respecto a los otros subsistemas. Por ejemplo, mientras que hay 10 810 millones de receptores de radio, existen 14 871 millones de televisiones, con una relación de 2.6 personas por aparato, mientras que esta relación es de 80 a 1 000 en los ejemplares de periódico.

En este contexto para Cataluña ha sido vital desarrollar sus propios medios de comunicación...

con la finalidad de afianzar el autogobierno y reafirmar la identidad nacional, que se había visto muy amenazada durante cuarenta años de dictadura franquista. Por este motivo, desde finales de los años 70 existe un enorme interés en los ambientes culturales, intelectuales, académicos y políticos por consolidar un sistema comunicativo propio... que no dependa de instancias exteriores y que sobre todo promueva la cultura catalana y generalice (y normalice) el uso de la lengua propia (Jones 1992: 141).

La evolución de los distintos subsistemas de la comunicación social de Cataluña se ha dado en un contexto de liberalización y fortalecimiento de la competencia en la totalidad de los medios y servicios dependientes de autorización o concesión por parte de la administración pública, con la apertura a la participación de la iniciativa privada en los casos donde sólo había medios públicos, como la televisión,⁵ la cual ha traído como consecuencia una reducción en la oferta pública y un crecimiento de la oferta privada, tendencia que por otra parte no difiere de la de otros países occidentales (Corbella 1991).

Sin embargo habría que señalar que estas tendencias generalizadas y su relación entre el ámbito público y el privado, tienen en el caso de Cataluña, implicaciones específicas que se refieren fundamentalmente al uso de la lengua. Con excepción de la prensa diaria, en la mayoría de los sectores (revistas, radio, televisión, libros, cine), los productos que se dirigen a la comunidad autónoma en lengua catalana tienen menor difusión que aquéllos que se destinan al consumo de todo el estado, en lengua castellana.

Ello ha implicado que desde el ámbito público se busque asegurar la existencia de oferta desde el "espacio catalán" de los medios de comunicación y cultura frente a la que procede del "espacio español".

A diferencia del caso mexicano, la televisión española ha sido propiedad del Estado desde sus orígenes. Por ejemplo, es hasta 1988 cuando se aprueba la *Ley de Televisión Privada* y hasta 1990 cuando se ponen en marcha tres canales de televisión privada (Cfr. Corbella 1991).

En esta tensión, denominada por los académicos españoles “espacios de comunicación”, la cual tiene tres niveles, el local-regional, el estatal y el europeo, se ha planteado la formulación de lo que Gifreu y Corominas definen como “espacio catalán de comunicación”, siempre desde la óptica de una progresiva integración europea:

...se entiende por “espacio catalán” el conjunto de territorios históricos y comunidades delimitados tradicionalmente por el dominio de la lengua catalana. Y por “espacio catalán de comunicación”, el proyecto para conseguir articular, a través de diversos mecanismos y actuaciones de aspecto político, económico y cultural, una capacidad efectiva de control sobre la estructura y el funcionamiento de sistemas generales de la comunicación social presente en el dominio lingüístico del catalán (Gifreu y Corominas 1992: 35).

En este “proyecto de articulación” coinciden buena parte de los trabajos revisados, donde se expresa, más que como una contradicción como una tensión, la relación entre la afirmación de la identidad y la búsqueda de la universalidad. Encontrándose al centro del debate los medios de comunicación como “agentes de cohesión social y de integración de culturas y, a su vez, como promotores y transmisores de relaciones interculturales” (Espina 1992).

Subsistemas en la Comunidad Autónoma de Cataluña

En términos generales el horizonte del sistema español de comunicación puede caracterizarse a grandes rasgos por los siguientes aspectos:

- Debilidad empresarial interna. Carencia de estructuras autóctonas competitivas. Asentamiento progresivo de transnacionales multimediáticas. Proceso de internacionalización por satélite.

- Creación de una infraestructura comunicativa plenamente desarrollada e integrada en el contexto de las naciones occidentales más avanzadas.
- Graves limitaciones para la cobertura de los contenidos informativos y culturales demandados por la multiplicidad de canales y servicios, y dependencia dominante de la producción externa.
- Transformación del espacio de la comunicación en España, tanto por las modificaciones de hábitos sociales como por los efectos sobre la identidad cultural propia (Díaz Nosty 1989).

De entre estos rasgos generales, nos gustaría resaltar el último, en la medida en que el paso de un régimen dictatorial a uno democrático, implicó a partir de 1975, transformaciones importantes para las distintas regiones del Estado español que durante los años de la dictadura habían permanecido sujetas a un proceso de negación de su especificidad cultural. La re-emergencia de lo local es uno de los puntos claves de la llamada "transición" española.

A continuación haremos un acercamiento a los diferentes subsistemas de comunicación: televisión, prensa escrita y radio. Interesa destacar la perspectiva de la transición y la re-emergencia de lo regional.

La televisión

Respecto a la televisión española hay que señalar en primer término la aparición de la Ley del 26 de diciembre de 1983, la cual reguló el llamado "tercer canal" en Cataluña, que hizo posible la televisión autonómica. La idea fundamental que sostenía este proyecto era la de considerar a la televisión como un elemento fundamental en la reconstrucción nacional catalana (cultural y lingüística). Entre la ley que autorizaba su creación y el inicio de transmisiones pasó un año, así en enero de 1984, las primeras emisiones regulares se produjeron poco antes de

las elecciones autonómicas catalanas y en medio de una gran expectación política (García 1990; Martínez de las Eras 1989).

Con relación al orden autonómico es importante mencionar que poco antes de la creación del "tercer canal", aparece la Ley que crea al Ente Público Corporación Catalana de Radio y Televisión y de regulación de los servicios de radiodifusión y televisión de la Generalidad de Cataluña. Este organismo tendrían como tarea la de crear las políticas culturales y comunicativas acordes al proyecto y a la realidad de la comunidad autónoma no sin confrontación con el Estatuto de Radiotelevisión Española (Martínez de las Eras 1989).

La transición a este nuevo sistema de televisión se produce en medio de grandes debates políticos que enfrentan a diferentes grupos. El investigador Martínez de las Eras, narra lo siguiente:

El primer grupo político que hace público su proyecto de Estatuto para RTVE es el Partido Comunista de España (PCE), que lo presenta formalmente como proposición de ley..., aunque el PSOE ya tenía elaborado su propio proyecto. El gobierno presentaba poco después de hacerse pública la proposición comunista, las llamadas "Bases para la elaboración del Estatuto". El ejecutivo tiene intención de tramitarlo como proyecto de Ley, por el procedimiento de urgencia... el texto se presenta con duras críticas de comunistas y socialistas... [después de un proceso de arduas negociaciones...]. La comisión de Cultura del Congreso se reúne por primera vez para estudiar el proyecto y son rechazadas las cuatro enmiendas que presentan los grupos socialista, comunista, nacionalista vasco y minoría catalana... [aprobado el documento en lo general...]. La izquierda se mostró particularmente satisfecha por la supresión del adjetivo "estatales" que calificaba el modelo de televisión regular, y por definirla como servicio público esencial cuya titularidad corresponde al Estado (*Ibid.*: 459).

Así en medio de un clima de fuertes debates, controversias y negociaciones, las relaciones entre RTVE y las comunidades

autónomas pasan por una modificación sustancial, de adecuación a las Autonomías. En un primer momento el artículo 22 del proyecto del gobierno contemplaba solamente una descentralización de las emisoras "estatales", pero las críticas y oposición de las comunidades, culmina con la creación de organismos paralelos a RTVE y con la creación de los canales autónomos.

En el caso catalán, la Corporación de Radiotelevisión, dio un importante impulso a la promoción de la lengua y cultura catalanas como "principio inspirador de la programación". En dos años la emisora superó las condiciones de provisionalidad y pasó de 25 horas de emisión semanales a 70, triplicó su personal y aumentó su audiencia (García 1990).

La serie de transformaciones experimentadas en el subsistema televisivo durante los ochenta, culminó con la aprobación de la Ley de la Televisión Privada de 1988, que con la apertura de tres canales privados en 1990, se introduce en el escenario una dimensión más, la competencia pública-privada tanto en Cataluña como en el resto del Estado español.

En este sentido Moragas apunta que

no se puede afirmar que el Estado haya dejado de tener influencia en la evolución de la televisión, pero sí se puede afirmar que esta influencia es cada día más compartida o interferida por la lógica del mercado y por la capacidad financiera de las empresas de comunicación (Moragas 1991).

La indudable importancia política que ha tenido la gestión y consolidación de una televisión regional,⁶ se complejiza en esta nueva etapa de competitividad comercial.

El cuadro general del sistema de comunicación español da una idea de la magnitud de la audiencia televisiva. En el caso de Barcelona, el consumo televisivo alcanza 3.43 horas por persona y día, muy cercana a la media de Estados Unidos con 4.15 horas (*Ibid.*).

6. Esto contrasta con el caso mexicano, donde la televisión no ha logrado desprenderse de un modelo centralista.

La prensa escrita

El primer diario de circulación masiva español nació en Barcelona en 1792, fue *El Diari de Barcelona*, el segundo más viejo del continente europeo. A pesar de la importancia y tradición de la prensa escrita en esta región del país, que cuenta con quince diarios de gran tiraje, el panorama de difusión y la compra y lectura de periódicos no ha implicado una expansión sustancial de este subsistema. *La Vanguardia*, el diario con más tiraje (191 804 ejemplares diarios en 1984),⁷ se sitúa muy por debajo de la circulación diaria de *El País* (con 340 998 ejemplares en 1984).

Sin embargo éste es un indicador que puede ocultar el protagonismo y dinamismo de la prensa en Cataluña, cuyo proceso sufrió un serio descalabro con la dictadura franquista. Las dificultades que enfrenta el subsistema pueden “leerse” en términos históricos.

La intervención del Estado franquista sobre el sistema comunicario catalán de comunicación fue la primera intervención sistemática, integral y consciente sobre la red comunicativa catalana operado desde el Estado. Los efectos de la aplicación específica que recibió el medio catalán de la ocupación, destrucción y sustitución de buena parte de la sociedad civil anterior por parte del propio Estado son aún perceptibles... Toda una generación de cuadros sociales (intelectuales en el sentido pleno de la palabra) de la más diversa función —desde los dirigentes políticos de los grupos de izquierda hasta los líderes de opinión espontáneos— que se habían convertido con la derrota en importantes depositarios de la experiencia y memoria colectivas, fue truncada... Este hecho de guerra junto con el contexto de persecución y represión que instituyó la dictadura, determinó una discontinuidad brutal entre la producción cultural anterior y posterior en todos los Països Catalans (Tresserras 1991).

Cfr. “Las transformaciones de la prensa diaria”, en Jesús Timoteo Álvarez, *et al. Historia de los medios de comunicación en España*. Ariel Comunicación, Barcelona, 1989.

En el escenario actual, producto de esa discontinuidad cultural, Cataluña cuenta con una prensa cuyo ámbito de influencia rebasa los límites de la región, como las comunidades de las Baleares, el País Valenciano y Aragón. En cuanto a la prensa diaria, tiene cuatro diarios de información general y dos deportivos; a este panorama hay que añadir la prensa semanal, la especializada y sectorial, y la prensa local de barrio (Guillamet 1991).

Se ha mencionado ya la importancia que para el proyecto de "reconstrucción nacional" tiene el impulso de la lengua catalana. En el caso de la prensa escrita, los diarios en catalán son menos que los que utilizan el castellano. El empuje al uso y normalización del catalán, se ve "tironeado" por la presencia de medios e industrias que se dirigen al mercado español de forma conjunta a los que se orientan básicamente al mercado catalán "entre los cuales hay diversidad de planteamientos por lo que se refiere a la lengua en la que se expresan" (Corbella 1991).

De los principales diarios en Barcelona: *La Vanguardia*, *El Periódico de Catalunya*, *Avui* y *Diari de Barcelona*, sólo dos utilizan el catalán, además del *Quadern* semanal de *El País* y algunas páginas de *La Vanguardia*. La competencia por el mercado se da con una prensa de Madrid comercialmente más agresiva (Guillamet 1991).

En 1983 se crearon por parte del Gobierno autónomo catalán ayudas y subvenciones a la prensa escrita, para la defensa del catalán. Desde 1990 estos apoyos económicos se otorgan exclusivamente a aquellas publicaciones escritas totalmente en catalán, excluyendo los boletines de asociaciones e instituciones, publicaciones de partidos políticos y de entidades públicas. La asignación es de tres pesetas por ejemplar difundido a los diarios y un poco más a las publicaciones semanales (Mateo 1990).

A pesar de estos apoyos, el uso de la lengua catalana en el conjunto de la prensa diaria de Cataluña, sigue siendo limitado y minoritario en su conjunto, pero se han logrado aumentos sustanciales entre 1972 y 1987 (Guillamet 1990).

El siguiente cuadro da una idea de la circulación diaria de la prensa en Cataluña.

Difusión de la prensa diaria en Cataluña, 1988

Diarios	Días laborales	Domingos
<i>La Vanguardia</i>	189 847	308 107
<i>El Periódico</i>	151 983	240 589
<i>El País</i>	51 882	88 055
<i>Avui</i>	35 649	—
<i>ABC</i>	6 025	11 783
<i>Diario 16</i>	1 316	2 260

Fuente: *La Vanguardia* 8/10/89, tomado de Jaume Guillamet; "La prensa en Barcelona", en *Barcelona, Metrópolis Mediterránea. La ciudad y la comunicación*, Cuaderno central, núm. 13. Ayuntamiento de Barcelona, Barcelona, 1991.

Con respecto a indicadores cualitativos sobre el estado del subsistema, en cuanto al nivel local y metropolitano, puede decirse que de acuerdo a los expertos, por un lado el alcance general de los diarios crea un déficit de información local en la ciudad de Barcelona y de manera significativa en el área metropolitana, ante la ausencia de una prensa local fuerte y competitiva, generándose con esto falta de elementos de referencia y de identidad local tanto informativos como socioculturales. De otro lado, a pesar de los problemas, la prensa en Barcelona se diversifica y se encuentra en un proceso de adecuación y respuesta a las crecientes y diversas demandas de la sociedad.

La radio

Desde sus orígenes la radio en España fue concebida "como servicio público y su titularidad era atribuida al Estado" (Medina 1991). Pese a ello, las tentativas de implantar redes estatales fracasaron, concentrándose la propiedad de las emisoras en manos de particulares. Antes de asumir el poder, Franco inició la formación de cadenas de emisoras controladas por el Estado, así el primero de enero de 1937, nace en Salamanca,

Radio Nacional de España y su primer contenido es un mensaje del “generalísimo” (Faus Belau 1981).

Para 1939 existen más de 60 emisoras comerciales diseminadas por todo el territorio español enfocadas hacia el entretenimiento, ya que el proyecto franquista implicó un fuerte control operacional con miras a impedir el uso de la radio como vehículo de expresión de sectores opositores (Medina 1991). Sólo Radio Nacional Española (RNE) podía emitir boletines informativos.

Es hasta octubre de 1977 cuando se decreta la libertad de la información en la radio, en un modelo mixto (público-privado), con la consiguiente reestructuración y organización de las emisoras y de sus servicios informativos.

Y es otra vez Barcelona, la protagonista del impulso a los sistemas de comunicación autonómicos en el afán de establecer mecanismos operativos para la igualdad cultural en el Estado español. Con las emisiones de las radios libres, el caso específico de “Ona Lliure” en 1979, la información se convierte en el centro de las radios durante la transición política y gana credibilidad y prestigio. Según el Estudio General de Medios en 1975 escuchan la radio más de 7 500 000 personas, en 1980 los radioescuchas sobrepasan los 13 millones y en 1982 la cifra alcanza más de 16 millones (Franquet 1989).

Para 1988 funcionan ya cuatro redes autonómicas: Catalunya Ràdio, Eusko Irratia, Onda Madrid y RTV Galicia. Las radios autonómicas se financian con asignaciones presupuestarias aprobadas en los parlamentos regionales y por publicidad. La Corporación Catalana de Radio y Televisión cuenta con tres emisoras: Catalunya Ràdio, Ràdio Associació de Catalunya y Catalunya Música; las tres utilizan la lengua catalana. En el ámbito regional están también presentes las cadenas privadas, como Cadena Catalana y Cadena 13 (*Ibid.*).

Barcelona es actualmente la sede regional de la producción radiofónica, su cobertura es decididamente metropolitana y de carácter urbano. El fenómeno de las radios libres, como movimiento vigoroso de apropiación popular de la tecnología, de-

mostró las posibilidades del medio para ventilar y responder a demandas sociales desatendidas (Prado I Picó 1991).

Así pues, el periodo de la transición política se caracteriza por el *boom* de las ondas radiofónicas. Fueron distribuidas 300 nuevas emisoras por todo el territorio español, con la formación de grandes cadenas y el soporte de las empresas periodísticas como *La Vanguardia* (en el caso catalán).

En este contexto cabe resaltar el movimiento radiofónico municipal en Cataluña que para 1989 contó con 138 centros emisores en la región; sus principios son los siguientes: participación democrática, descentralización comunicativa y servicio a la autonomía municipal (Cal Martínez 1989).

En el siguiente cuadro se muestra la evolución de la audiencia radiofónica en Cataluña.

Audiencia de radio 1986-1990

Año	Población de más de 14 años	Oyentes	Audiencia Población (Porcentaje)
1986	4 657 000	2 827 000	60.7
1987	4 657 000	2 865 000	61.5
1988	4 711 000	2 708 000	57.5
1989	4 898 000	2 837 000	57.5
1990	4 926 000	2 661 000	54.0

Fuente: Anuario de *El País*, de los años correspondientes, tomado de Joan M. Corbella: *La comunicación social en Cataluña, 1981-1991: una década de cambios*, en *Comunicación, cultura y sociedad. Aportaciones desde Cataluña a la investigación contemporánea de los medios*. Centro de Investigación de la Comunicación, Generalidad de Cataluña, Barcelona, 1992.

Un primer acercamiento a este subsistema, permite decir por un lado que la oferta radiofónica de Barcelona se caracteriza por la convivencia de un sistema de coberturas variadas que configuran un panorama complejo y de otro lado, que el papel desempeñado por el medio durante la etapa de transición fue fundamental; sin embargo, como lo muestra la tabla de audien-

cias, ésta ha ido decreciendo en la medida en que el impulso transformador cede su paso a la normalización de las experiencias democráticas.

A estos aspectos habría que añadir la problematización que desde los estudios sobre los movimientos sociales en España, se hacen a propósito del proceso de la reestructuración política, territorial y económica. Por ejemplo cómo se caracteriza a través de tres momentos claves la participación social en la democracia española, que coinciden con los momentos claves de la formación de los subsistemas comunicativos. La década del auge (1970-79) que se caracteriza por una altísima participación ciudadana en favor de la democracia, que coincide con las primeras elecciones libres de 1977; la década de la crisis (1980-89) caracterizada por la pérdida de capacidad de organización y movilización ciudadana que tiene como causa desencadenante, según Tomás Alberich (1993), el abandono de las asociaciones por parte de sus dirigentes que se incorporan a tareas predominantemente políticas, paralelamente a la “idea” sobre la no necesidad de asociaciones, al existir nuevos órganos democráticos representativos que pueden solucionar los problemas sociales; una tercera etapa, la de reestructuración (1987-92) que se caracteriza por una reformulación de los movimientos sociales al cambiar algunos de sus objetivos fundamentales y sus formas de actuación (*Ibid.*).

Desde otra perspectiva, al referirse al “hechizo alternativo de la Barcelona democrática”, Gómez Mompart, señala:

En efecto, Barcelona contó principalmente entre 1977 y 1982 con múltiples colectivos y los consiguientes medios singulares que, incluso a pequeña escala, la convirtieron en una ciudad comunicativamente diferente... pero los días felices del purismo comunicativo comenzaron a desvanecerse a partir de 1982, por complejas razones que sería largo explicar... (Gómez Mompart 1991).

Como conclusión de este apartado podemos decir que las vigorosas modificaciones en el sistema comunicativo español

en general y el catalán en particular, han pasado de un constante movimiento en la década de los ochenta a una etapa de estabilización y de aparición de nuevos elementos que complejizan el panorama. En el plano tecnológico surgen las denominadas tecnologías de punta y la diversificación de las ya existentes; en el plano económico la creciente oferta privada y la redefinición de las relaciones entre el ámbito público y el privado; en el plano político, la integración a la Comunidad Económica Europea, constituyéndose diferentes planos que se entrecruzan entre sí y que hablan de lo profundamente imbricados que los sistemas de comunicación están en las sociedades.

Por otra parte, los subsistemas descritos permiten pensar en una región activa y protagonista dentro de la configuración del sistema de comunicación español, que enfrenta los problemas de la conservación de su identidad y la tensión con el Estado español, al tiempo que enfrenta los procesos de integración a la Comunidad Económica Europea. Integración sin disolución, puede ser uno de los aspectos centrales que pauten el modelo de convivencia política y social en la Europa unida, en los próximos años.

Con una industria cultural potente, pionera en el Estado español y un sistema autónomo de comunicación, es decir, regional, Cataluña enfrenta el reto de una transición de complejidad creciente en el re-posicionamiento de las naciones europeas.

Con relación al sistema de comunicación el problema es complejo, sabemos que los medios por sí mismos no pueden ni potenciar, ni ahogar. Este problema se concretiza en las políticas de comunicación diseñadas generalmente por Estados que saben dialogar poco con la sociedad civil; en algunos sectores de esa sociedad civil que monopolizan la propiedad de los medios; en el impulso de proyectos económico-políticos que ignoran o se sirven de la diferencia cultural, siendo éstos los que orientan y definen los contenidos que toman forma en los medios.

Notas sobre la investigación de la comunicación en Cataluña

La complejidad de este panorama demanda, cuando menos, unas notas sobre el trabajo de investigación en esta región: Cuáles son los asuntos que constituyen la agenda en los centros universitarios y de investigación. Unos breves apuntes al respecto.

Si bien es incuestionable la necesidad de indagar en el espacio de la comunicación internacional la cuestión de las nuevas tecnologías y la importancia creciente del sector privado en la inversión y desarrollo de los sistemas de comunicación, así como buscar un proyecto de articulación que persiga potenciar el fortalecimiento de la identidad cultural, debe —pensamos— mantener al centro de la agenda a los diferentes actores sociales, a los grupos, a esa sociedad civil que no es consultada por el Estado, ni posee los medios de comunicación, pero que es decididamente la protagonista de la historia cotidiana.

Para el caso de Cataluña tomamos como muestra el estado que guarda la investigación de la comunicación, además del conjunto de la bibliografía revisada para este ensayo, así como los aportes del *Directorio Español de Investigación en Comunicación*, publicado en 1991 por el Centro de Investigación de la Comunicación de la Generalitat de Catalunya. En este documento se señala que 77 % de la producción investigativa vinculada a la comunicación en el Estado español, se concentra en Madrid y Cataluña.

Aparecen un total de 198 instituciones censadas que centran su atención primordialmente en el estudio de los medios de comunicación masivos; el cuadro siguiente muestra la distribución de centros según los medios y servicios estudiados:

Estudio de la comunicación

Objetos

Cataluña

Madrid

Del cuadro original se suprimieron algunos medios y servicios por la baja frecuencia que ocupaban. Como puede apreciarse, son los medios “tradicionales” los que ocupan la atención de los centros de investigación con una carga mayor, en el caso de Cataluña son la prensa y la televisión.

Los enfoques y disciplinas preferentemente utilizados por los investigadores catalanes son —de acuerdo a la misma fuente—, la historiografía y la sociología. Los terrenos de la antropología y la filosofía son poco frecuentados por los investigadores de la comunicación. La ciencia política no alcanza tampoco un lugar importante.

Los datos indican una fuerte atención por parte de los investigadores a los medios de comunicación en detrimento del conocimiento de los usuarios y los actores que establecen la comunicación día con día.

La bibliografía revisada nos permite sostener sin duda alguna, el énfasis en los enfoques historiográficos. La historia de la constitución del sistema comunicativo está detalladamente documentada, la memoria de los procesos vividos, está protegida. El antes, el durante y el después del franquismo, definen nítidamente etapas que explican el funcionamiento actual del sistema comunicativo español y catalán.

Para finalizar

La literatura revisada habla de la importancia que han tenido los medios de comunicación en el freno y el impulso de la participación y la construcción de la democracia, y vuelve evidente el que en las sociedades ya no estén presentes solamente los poderes políticos y económicos que definen las formas de socialidad, las fronteras, las representaciones; los medios de comunicación se han constituido en otro poder que irrumpe en las conciencias ciudadanas, reorganizando los territorios de lo *público* y lo *privado*, que ya alientan ciertas acciones colectivas, que ya descalifican otras. Pero las regiones son en sí mismas una gran red viva de comunicación y es a través de pequeñas experiencias concretas, de las aventuras cotidianas para construir y defender una identidad, del aprendizaje de los fracasos y de los logros, de los cuestionamientos imperceptibles a los grandes discursos monopolizadores de la realidad, desde donde podemos aprender, para reducir el espacio entre los que poseen el mundo —con todo y sus nuevas tecnologías— y aquellos que lo ven pasar como un “dato” incuestionable.

Entre Barcelona y Guadalajara hay diferencias y desigualdades, que también existen al interior de cada una de estas ciudades, a pesar de que cuenten con modernos sistemas de comunicación, regímenes “democráticos”, instituciones de educación superior y un buen número de académicos dedicados al estudio de la comunicación. El reto estriba —a nuestro juicio— en poder “comparar” las diferencias y encontrar las similitudes más allá de los sistemas de comunicación, desde la manera en que ciudadanos concretos en situaciones específicas están pidiéndole cuentas a los poderes de esa estructura: ¿cómo construyen los jóvenes barceloneses su identidad, qué papel juegan en esto los medios de comunicación?, ¿cómo entienden y viven los sectores menos favorecidos de Cataluña la integración europea, con qué información cuentan? Son preguntas vitales en los momentos en que se redefinen las relaciones

políticas, culturales y económicas en los procesos de integración, no sólo de la Europa actual.

Reconocer el desafío que plantea la participación democrática en todos los órdenes, implica en palabras de Moragas, que:

La existencia de espacios de comunicación próximos a la experiencia inmediata de los ciudadanos —urbana, regional, nacional— posibilita esta participación en tanto que permite la circulación de un tipo de información útil para la acción social, rompiendo los desequilibrios sociales entre quienes disponen de información útil para la acción y aquéllos que sólo tienen al alcance información para la evasión (Moragas 1992).

Hay que tener en cuenta, sin embargo, que la existencia de una sólida infraestructura comunicativa y un sistema de comunicación diversificado no garantizan por sí mismos la posibilidad de intervención y uso por parte de los ciudadanos.

La propuesta aquí es que la comunicación es el resultado de complejos procesos que vinculan en el tiempo y en el espacio a la sociedad, la cultura, su entorno e historia. Esta articulación constituye una estructura propia que da especificidad sociocultural a una comunidad en un espacio concreto.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUAR, María José; Lluís CODINA y Daniel JONES (1992) en Ernest Abadal *et al. Comunicación, cultura y sociedad. Aportaciones desde Cataluña a la investigación contemporánea de los medios*. Barcelona: Centro de Investigación de la Comunicación. Generalitat de Catalunya.
- ALONSO, Jorge (1990) "Elites y elecciones en los Altos de Jalisco", *Estudios Sociológicos*, núm. 24, septiembre-diciembre. México: El Colegio de México.
- BORJA, Jordi (1988) *Estado y ciudad. Descentralización política y participación*. Barcelona: PPU.

- CÁCERES, María Dolores y Carmen CAFFAREL (1992) "Análisis cualitativo sobre la investigación de la comunicación en España". Madrid. Mimeo.
- CAL MARTÍNEZ, Ma. Rosa (1989) "Fórmulas nuevas de información local", en Jesús Timoteo Alvarez *et al. Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- CORBELLA, Joan M. (1991) "La comunicación social en Cataluña, 1981-1991: Una década de cambios", en Ernest Abadal *et al. Comunicación, cultura y sociedad. Aportaciones desde Cataluña a la investigación contemporánea de los medios*. Barcelona: Centro de Investigación de la Comunicación. Generalitat de Catalunya.
- CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN (1991) *Directorio español de investigación en comunicación*. Barcelona: Generalitat de Catalunya.
- DÍAZ NOSTY, Bernardo (1989) "La proyección multimedia en España", en Jesús Timoteo Alvarez *et al. Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- ESPINA, Wifredo (1992) "Comunicación, identidad cultural y relaciones interculturales: simposio internacional", en Ernest Abadal *et al. Comunicación, cultura y sociedad. Aportaciones desde Cataluña a la investigación contemporánea de los medios*. Barcelona: Centro de Investigación de la Comunicación. Generalitat de Catalunya.
- FÁBREGAS PUIG, Andrés (1992) *El concepto de región en la literatura antropológica*. Chiapas: Instituto Chiapaneco de Cultura.
- FAUS BELAU, Angel (1981) *La radio, introducción a un medio desconocido*. Madrid: Editorial Latina.
- FONTCUBERTA, Mar y J. L. GÓMEZ MOMPART (1983) *Alternativas en comunicación. Crítica de experiencias y teorías*. Barcelona: Mitre.
- FRANQUET, Rosa (1989) "La radio: Del desafío democrático al desafío tecnológico", en Jesús Timoteo Alvarez *et al. Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, ima-*

gen y publicidad (1900-1990). Barcelona: Ariel Comunicación.

FUENTES NAVARRO, Raúl (1991) *La comunidad desapercibida. Investigación e investigadores de la comunicación en México*. Guadalajara: ITESO.

— (1992) *Un campo cargado de futuro. El estudio de la comunicación en América Latina*. México: CONEICC.

GARCÍA, Elisabet (1990) “TV-3 del naixement a la consolidació”, en Ernest Abadal *et al. Comunicació, cultura y sociedad. Aportaciones desde Cataluña a la investigación contemporánea de los medios*. Barcelona: Centro de Investigación de la Comunicación. Generalitat de Catalunya.

GIFREU, Josep (1988) *Mass communications research in Catalunya*. Número monográfico de Quaderns de Comunicació i Cultura. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.

— (1991) “La cultura catalana en el fin de siglo”, en *Barcelona, Metrópolis Mediterránea. La ciudad y la comunicación*, Cuaderno central, núm. 13. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.

GIFREU, Josep y María COROMINAS (1992) “Construir el espacio catalán de comunicación”, en Ernest Abadal *et al. Comunicación, cultura y sociedad. Aportaciones desde Cataluña a la investigación contemporánea de los medios*. Barcelona: Centro de Investigación de la Comunicación. Generalitat de Catalunya.

GÓMEZ MOMPART, J. L. (1991) “La ciudad de los prodigios comunicativos”, en *Barcelona, Metrópolis Mediterránea. La ciudad y la comunicación*, Cuaderno central, núm. 13. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.

— (1992) *La génesi de la premsa de masses a Catalunya (1902-1923)*. Barcelona: Portic.

GONZÁLEZ, Jorge y Rossana REGUILLO (1992) “México: Volver al futuro. Comunicación y culturas a la vuelta del milenio”, *La investigación de la comunicación en México: Tendencias y perspectivas para los noventa*, Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, núm. 3. México: PROICOM, Universidad Iberoamericana.

- GUBERN, Romá (1991) "Entre Europa y el Mediterráneo. El papel de Barcelona en los medios de comunicación social", *Barcelona, Metrópolis Mediterránea. La ciudad y la comunicación*, Cuaderno central, núm. 13. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.
- GUILLAMET, Jaume (1990) "La circulación de la prensa Cataluña-España: difusión interterritorial", en Ernest Abadal *et al. Comunicación, cultura y sociedad. Aportaciones desde Cataluña a la investigación contemporánea de los medios*. Barcelona: Centro de Investigación de la Comunicación. Generalitat de Catalunya.
- (1991) "La prensa de Barcelona. Entre el cambio y la reestructuración", *Barcelona, Metrópolis Mediterránea. La ciudad y la comunicación*, Cuaderno central, núm. 13. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.
- JONES, Daniel E. (1992) "Bibliografía sobre comunicación y nuevas tecnologías en Cataluña (1980-1992)", *Telos*, núm. 30, junio-agosto. Madrid.
- LARROQUE, Luis (1983) *Comunidades Autónomas. Qué son, para qué, cuánto cuestan*. Madrid: Ed. Popular.
- MACÍAS, Jesús Manuel (1990) "Caracterización regional de Los Altos de Jalisco", en Jorge Alonso y Juan García de Quevedo (coords.) *Política y región: Los Altos de Jalisco*, Cuadernos de La Casa Chata, núm. 171. México: CIESAS.
- MARTÍN BARBERO, Jesús (1982) "Retos a la investigación de comunicación en América Latina", *Comunicación y Cultura*, núm. 9. México: UAM-X.
- MARTÍNEZ DE LAS ERAS, Agustín (1989) "Las etapas españolas de la desreglamentación", en Jesús Timoteo Álvarez *et al. Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- MATEO, Rosario (1990) "Las ayudas del Estado a la prensa en Europa occidental: análisis comparativo de las políticas de 17 países", en Ernest Abadal *et al. Comunicación, cultura y sociedad. Aportaciones desde Cataluña a la investigación contemporánea de los medios*. Barcelona: Centro de Investigación de la Comunicación. Generalitat de Catalunya.

- MATEO, Rosario de y J. M. TRESSERRAS (1992) "La estructura del sistema de comunicación de España y América Latina", Documento preliminar de un proyecto de investigación. Barcelona.
- MEDINA, Sinval (1991) "El dilema de la privatización-estatización: Impase histórico de la radio española y brasileña", *Voces y cultura. Revista de Comunicación*, núm. 2/3, junio. Barcelona.
- MORAGAS, Miquel de (1981) *Teorías de la comunicación. Investigaciones sobre medios en América y en Europa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- (1991) "La televisión después de 1992. Perspectivas para una oferta plural", *Barcelona, Metrópolis Mediterránea. La ciudad y la comunicación*, Cuaderno central, núm. 13. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.
- (1992) "Identidad cultural y políticas de comunicación en Europa. Del mercado común audio-visual (1988) a las dificultades políticas del tratado Maastricht (1992)". Acapulco, México. Ponencia presentada en el Séptimo Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social.
- PRADO I PICÓ, Emili (1991) "El empuje del sector radiofónico y televisivo", *Barcelona, Metrópolis Mediterránea. La ciudad y la comunicación*, Cuaderno central, núm. 13. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.
- RACIONERO, Luis *et al.* (1991) "Ciudad taller, ciudad escaparate", *Ajo Blanco*, núm. 32, Barcelona.
- REGUILLO, Rossana (1992) "En torno a la identidad. Ritmos, espacios, desniveles". Acapulco, México. Ponencia presentada en el Séptimo Encuentro Latinoamericano de Facultades de Comunicación Social: "Identidad e integración latinoamericana".
- RODRIGOALSINA, Miquel (1989) *Los modelos de la comunicación*. Madrid: Tecnos.
- (1992a) "Los medios de comunicación social ante la futura Europa", *Análisi. Quaderns de Comunicació i cultura*, núm. 14. Barcelona: Universidad Autónoma de Barcelona.
- (1992b) "Notas propedéuticas para el estudio de las pasiones comunicativas", *Contratexto*, núm. 5. Lima: Universidad de Lima.

- TIMOTEO ALVAREZ, Jesús *et al.* (1989) *Historia de los medios de comunicación en España. Periodismo, imagen y publicidad (1900-1990)*. Barcelona: Ariel.
- TRESSERRAS, Joan Manuel (1991) "La sociedad catalana y la comunicación de masas. Evolución de una identidad cultural", *Barcelona, Metrópolis Mediterránea. La ciudad y la comunicación*, Cuaderno central, núm. 13. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.
- VÁZQUEZMONTALBÁN, Manuel (1990) *Barcelonas*. Barcelona: Empúries.
- (1991 "La palabra libre en la ciudad libre", *Barcelona, Metrópolis Mediterránea. La ciudad y la comunicación*, Cuaderno central, núm. 13. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.