

superficialitat i la impressió que algunes afirmacions de l'autor es basen més en experiències professionals —alguns les definirien com a valoracions professionalistes— que en investigacions i estudis de reconegut valor metodològic, estadístic o científic —tot i que, també en aquest cas, podem trobar opinions divergents que qualifiquen moltes d'aquestes recerques com a científiques.

L'escriptura de l'obra resulta dinàmica i plena de suggeriments i d'ironia, tot i que el seu nivell de correcció podria ser més alt. El tarannà de l'exposició es concreta en l'ús d'una terminologia molt entenedora, pròpia dels textos informatius. Fins i tot les nombroses referències d'autors i d'investigadors de la comunicació —des de Ben Bagdikian fins a Mauro Wolf, passant per figures com Noam Chomsky, Junger Habermas, Denis McQuail, Gaye Tuchman o Teun Van Dijk— s'exposen de forma més periodística que acadèmica.

La bibliografia consignada per Txema Ramírez al final de l'obra no es conforma com una aportació exhaustiva sobre el tema, però sí que representa una notable varietat de fonts i de referències per aprofundir en les conseqüències d'un fenomen

que, com afirma el mateix autor, la investigació en comunicació no ha indagat de manera suficientment rigorosa. Les referències bibliogràfiques agrupen aportacions de figures internacionals de la *communication research* com les esmentades en el paràgraf anterior, obres de diversos professors i investigadors d'universitats espanyoles —Héctor Borrat, Pere Oriol Costa, Enric Saperas, Luis Núñez Ladeveze o José Luis Martínez Albertos, entre altres— i també articles, ponències, capítols i llibres d'experts vinculats amb la comunicació global en l'àmbit institucional i/o empresarial. En definitiva, el llibre de Txema Ramírez és una aportació molt vàlida i suggeridora al debat encara incipient sobre la funció que els gabinets de comunicació tenen i hauran de tenir en la producció informativa actual i futura. En un sistema comunicatiu cada dia més complex —i potser més desigual—, en què aquests òrgans tenen i tindran una incidència cada vegada més gran, a més de representar una de les sortides professionals amb més futur per als actuals estudiants de periodisme i de comunicació, cal parlar-ne molt més.

*J. Vicenç Rabadán*

FAULÍ, Josep

*Les revistes culturals en català*

Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya, 1995.

*Les revistes culturals en català*, publicat pel Centre d'Investigació de la Comunicació, és un títol que crea moltes expectatives i que ens fa preguntar fins a quin punt un llibre del format de la col·lecció «Informes» podrà abastar un tema tan ampli. El text, encapçalat per un pròleg del professor Joaquim Molas, s'obre amb una introducció explicativa de fins on ha d'aplegar la investigació. L'autor ens comenta que «els aspectes emprats per

limitar i precisar l'objecte» han estat l'aplicació selectiva del terme *cultural*, la limitació en la llengua emprada, l'abast geogràfic, els límits temporals i la valoració quantitativa. Aquesta explicitació, absolutament necessària en un treball de les seues característiques, és apuntada però no clarament definida.

Sabem que es tracta de publicacions periòdiques en llengua catalana i d'abast nacional, que hagen publicat algun núme-

ro en el període 1990-94, però no coneixem com s'ha restringit la definició de cultura per confegir el catàleg, què s'entén per «abast nacional des de la centralitat barcelonina» i com s'ha establert la valoració quantitativa, més enllà de situar-la entre la bibliofília i la popularització més simple. La tria també compta amb certes exclusions, com ara la de les revistes acadèmiques «sense capacitat d'interessar un públic més general» o les dedicades a un públic reduït, per definició o per vocació. El resultat del catàleg i les conclusions que n'extraguem poden variar de manera remarcable a partir de les limitacions que el professor Faulí estableix.

Per arrodonir la introducció, Faulí fa un retrat de l'estat d'aquest tipus de premsa: de primer la situa en el seu marc políticsocial des de la Renaixença, dibuixant l'estreta articulació dels conceptes de llengua, cultura i nació. Després destaca la importància de la component cultural en la premsa moderna catalana i el procés simultani, indestriable, del creixement de la premsa en català i la presa de consciència catalanista, per acabar dibuixant les característiques que afecten la situació actual de la premsa, no només la cultural: els canvis en el món de la indústria de la comunicació i els nous usos socials, que ens han agafat sense la infraestructura necessària per assimilar-los; les seqüeles que arrosseguem de l'intent de genocidi cultural franquista i de la important immigració produïda durant la dictadura.

La segona part està dedicada a glossar els antecedents de les revistes culturals en català, des del segle XIX fins a l'actualitat. Crec que tot aquest capítol, que combina la ressenya de publicacions amb apunts contextualitzadors, resulta una de les aportacions més interessants del llibre. El catàleg, titulat «relació de publicacions periòdiques culturals en català», inclou 84 revistes, que van de l'*Anuari de la Societat Catalana d'Economia i Serra d'Or*, passant per *Estudis d'Història Agrària* o el mateix *Anàlisi*.

Aquesta llista és seguida d'un balanç on es repassen els trets de les revistes anotades. La primera valoració és que es tracta de revistes majoritàriament «de lletres», editades a Barcelona i a la seua àrea d'influència, amb tiratges que oscil·len entre els 1.000 i el 30.000 exemplars, tot i que només 27 de les 84 en superen els 2.000. Pel que fa a la periodicitat, el fet més remarcable és que «l'aperiodicitat i la periodicitat mal acompanyada són exponent de la característica dominant en el sector». Una altra de les vessants tractades per Faulí és la responsabilitat empresarial de les publicacions: meitat pública, meitat privada. Aquest enunciat és completat per les valoracions de les conclusions, en les quals s'avaluen els aspectes positius i negatius de la subvenció institucional, denunciada com una «virtut enganyosa» que podria amansir la iniciativa privada. En el balanç es passa llista als temes tractats pels magazines, als editors, als tiratges i a l'antiguitat de les publicacions. Només un dotze per cent de les revistes del catàleg havien nascut abans del 1970, moment en què, segons assenyalava l'autor, es produeix una acceleració en el ritme de publicacions, per causes que no són analitzades.

Les conclusions són formulades a manera de «cara i creu» de l'informe: mentre que la quantitat, la qualitat i la varietat de les revistes inventariades són valorades positivament, com també que rebin subvencions institucionals; el poc respecte a la periodicitat, el doble fil d'aquells ajuts econòmics i la poca incidència de les publicacions culturals, plasmada en la inexistència d'un setmanari estrictament cultural, són vistos com la creu del panorama de la premsa del sector.

El professor Molas ja apunta en el seu pròleg que un dels trets que defineix el conjunt de la producció de Faulí és «l'esquematisme del discurs, que, molt sovint, esdevé mera enumeració de fets». Molas agraeix els sans interrogants que la investigació genera, però cal plantejar-se,

com ell ho fa en el mateix pròleg, de quins conceptes parteix Josep Faulí per crear el seu directori de revistes culturals. En primer lloc, de quina concepció de la cultura. Cultura entesa com a divulgació acadèmica, promoguda per grups de prestigi econòmic o social, amb un abast pretesament nacional, encara que el tiratge no supere els 1.000 exemplars? Donada aquesta migradesa dels tiratges, per què no es pot comptar amb publicacions del mateix nivell, tot i que restringides a una zona més limitada? Per què hi surt *Daina* i no hi va el *Tresmall*? Com es pot mesurar exactament si una revista professional no té capacitat d'interessar un públic més general i una altra sí?

No es tracta tampoc de sobrevalorar les possibilitats de la tècnica, però, fins a quin punt un catàleg d'aquestes característiques no podria alterar-se segons les

capacitats de les diferents bases de dades i les variables que hi puguem introduir? A l'hora de confegir una llista d'aquest estil, potser val la pena de donar-li una obertura menys restrictiva, més encara si es tracta de «saber amb quin bagatge d'aquesta mena ens apropem al final de segle». El tall temporal efectuat per a la prova no es justifica amb cap causa de tipus històric, administratiu o pràctic, més enllà de fer el tall de «la primera meitat dels anys 90 del segle xx». Malgrat la diversitat d'enfocament que se li podria donar a un catàleg d'aquestes característiques, qualsevol aportació sobre la premsa cultural d'aquest país resulta sempre útil, sobretot per les especials connotacions que implica l'entorn que la propicia o la coarta.

*Carme Ferré*

CORBELLA, Joan M.

*La comunicació social a Catalunya*

Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació de la Generalitat de Catalunya, 1995. Col·lecció Informes, 11.

Els anys noranta, i malgrat que el decenni es troba ja força avançat, s'han publicat pocs treballs dedicats a analitzar l'estructura i les polítiques de la comunicació a Catalunya, ja sigui sectorialment o, sobretot, en conjunt. Davant el protagonisme que aquest objecte d'estudi va tenir durant els vuitanta per a diversos autors i investigadors —entre molts altres, Josep Gífreu, Rosario de Mateo, Miquel de Moragas, Emili Prado o el mateix Joan Corbella—, sembla que ara, en canvi, ha perdut força davant d'altres centres d'interès.

Això no obstant, el llibre de Joan M. Corbella entronca amb aquesta línia d'estudis i representa un pas més en la sèrie de les —fins ara— tres obres que, promogudes pel Centre d'Investigació de la Comunicació (CEDIC), ha dedicat a

l'estudi de la comunicació social a Catalunya

Efectivament, l'obra de referència s'ha d'emmarcar en la trajectòria de Joan Corbella que comença amb *La comunicació social a Catalunya: Panorama general als anys vuitanta* (Barcelona: CEDIC, 1988) i *La comunicació social a Catalunya, 1981-1991: Una dècada de canvis* (Barcelona: CEDIC, 1991). En el primer estudi, presentava els elements més importants relatius als diversos mitjans a un públic no especialitzat, i se centra, fonamentalment, en el marc legal, la producció, l'audiència i la llengua utilitzada als mitjans. Sobre les bases establertes en aquest treball, el 1991 va considerar de nou la comunicació social a Catalunya en el decenni dels vuitanta, va actualitzar la informació i, al mateix temps, va apro-