



≡ Guerra i escriptura

PRESTON, Paul. *Idealistas bajo las balas. Corresponsales extranjeros en la guerra de España*. Barcelona: Debate, 2007 / *Idealistes sota les bales. Corresponsals estrangers a la Guerra Civil*. Barcelona: Proa, 2007.

El desaparegut periodista italià Indro Montanelli explica en les seves memòries com en el seu baptisme com a corresponsal de guerra a la Salamanca del 1936 un reporter que es feia dir Kim Philby i que es presentava com a corresponsal del diari anglès conservador *Daily Telegraph* s'aprofitava de tota la informació que el "Monty" recollia per a les seves cròniques, i també de la roba del seu armari. Un quart de segle després Montanelli va descobrir que el seu excompany d'habitació era, en realitat, Harold Philby, cap de l'espionatge soviètic a Occident.

En el periodisme de guerra s'ha barrejat sempre la informació amb l'espionatge, el desig de neutralitat i rigor periodístic amb la informació partidista i entesa com una poderosa arma, la

necessitat de relatar els horrors de la línia de front i les matances de civils amb la propaganda i l'adoctrinament polític.

Per l'impacte dels mitjans de comunicació audiovisuals, el periodisme de guerra s'ha convertit els últims anys en un espectacle visual. Els atacs aeris teledirigits amb bombes intel·ligents apareixen en els telenotícies gairebé com si fossin videojocs o una superproducció de Hollywood. Són imatges d'ordinador. Gairebé recreacions virtuals. ¿Hi ha algú que pensi que quan explota un míssil llançat contra un pont moren persones? Són víctimes sense rostre, sense nom.

Després de les experiències de la Segona Guerra Mundial i de la guerra de Corea, el periodisme sobre conflictes bèl·lics va saltar a la primera plana internacional amb la guerra del Vietnam, en què es va consolidar la figura del periodista adossat (*embedded journalist*), de la qual s'ha parlat molt en la recent guerra de l'Iraq. S'ha consolidat també el "periodisme ramat", que constata la tendència actual dels enviats especials a fer les mateixes coses i informar dels

mateixos fets. La mateixa història (certa o falsa?).

Plantejada com un conflicte amb un profund contingut ideològic (República i llibertat contra sublevació i règim militar) i simbolitzada en la cèlebre fotografia de Robert Cappa en què es contempla la mort d'un milicià republicà a la línia de front, la guerra civil espanyola havia quedat per al reporterisme internacional en un segon pla, tot i que destacats escriptors com Ernest Hemingway, John Dos Passos i Antoine de Saint-Exupéry l'havien cobert com a enviats especials. L'enfrontament entre republicans i "rebels" era vist, sobretot, com una avantsala de la Segona Guerra Mundial.

Avalat per estudis de referència sobre la guerra civil i la història d'Espanya del segle XX, l'historiador Paul Preston (Liverpool, 1946) es capbussa en la seva última obra —*Idealistas bajo las balas. Corresponsales extranjeros en la guerra de España*— en els reporters de la premsa internacional que van cobrir, bé des del bàndol republicà, bé des del franquista, el conflicte armat entre espanyols. De tendències ideològiques diferents (ultraconservadors, liberals, progressistes, comunistes, estalinistes...) i de diaris i revistes amb tarannà també diferenciat, el reporterisme que va sorgir de la guerra del 1936 al 1939 es caracteritza per la seva qualitat i apassionament. Preston, exponent del rigor i la neutralitat de la historiografia britànica, no amaga la seva simpatia per aquells que van lluitar, amb la paraula i la força de les seves cròniques, per la victòria de la República i tots els valors que significava (igualtat, educació, llibertat...) i denuncia el setge,

la intimidació i les amenaces que patien els informadors en el bàndol franquista sota el guiatge de Luis Antonio Bolín i del temut general Millán Astray.

Paul Preston, que ocupa la càtedra Príncep d'Astúries d'Història Contemporània Espanyola i dirigeix el Centre Cañada Blanch a la London School of Economics, divideix el seu extens llibre (440 pàgines, a més de notes i bibliografia) en deu capítols, pels quals desfilen periodistes (en masculí i femení) apassionats, agosarats, plens d'ideals i d'entusiasme, que volen la implicació d'Anglaterra, França i els Estats Units en favor de la República i que es deprimeixen i pateixen quan l'exèrcit nacional acaba guanyant la guerra. Preston reviu l'ambient al Centre de la Premsa Estrangera a Madrid i a Barcelona, i descriu, amb amplis testimonis, com vivien i treballaven els periodistes que hi estaven destacats. L'historiador anglès és sever quan explica com tractaven els reporters a la zona nacional, on relata empresonaments, amenaces d'afusellament, i una estricta política de censura i manipulació informativa.

Ja a la zona republicana, Paul Preston s'entreté a explicar per què Hemingway i Dos Passos van acabar trencant la seva amistat i narra amb detall els casos de quatre periodistes paradigmàtics: Mijaíl Koltsov (Kíev, 1898), un reputat periodista que va acabar essent executat per Stalin; Louis Fischer, un intel·ligent i seductor reporter nord-americà profundament coneixedor de la guerra civil; George Steer, periodista del *The Times* que va escriure una de les cròniques més famoses i de més impacte polític, la del bombardeig de Guernica (un episodi

llargament negat pel franquisme); i Jay Allen, que va relatar la ferotge matança comesa per les tropes del general Franco a Badajoz.

Amb una prosa ordenada i elegant, l'últim llibre de Preston és recomanable per conèixer un altre vessant de la gue-

rra civil i és una bona lectura per als qui creguin que el periodisme és alguna cosa més que copiar teletips o escriure al dictat dels poders fàctics.

David Caminada

≡ *Del disseny gràfic a la direcció d'art. Una visita guiada*

ROM, Josep. *Sobre la direcció d'art. Del disseny gràfic a la direcció d'art en publicitat*. Barcelona: Tripodos, 2006.

La comunicació persuasiva, suma d'argumentació i seducció depurades fins a l'essència, ha forçat un constant desenvolupament creatiu del missatge publicitari per assolir la notorietat que li exigeixen els criteris moderns d'eficàcia comunicativa. En aquest context, Josep Rom ens presenta una observació crítica de l'evolució de la comunicació visual per reivindicar la figura i l'aportació del director d'art en els aspectes visuals del discurs publicitari. És una visita guiada a través de la història de la publicitat i del disseny gràfic, on fets, teories i personatges en són els protagonistes principals.

El text és clar i directe, de vocació acadèmica, i presenta l'anàlisi de l'evolució de la direcció d'art, emmarcada sempre per l'entorn polític, econòmic, social i cultural. A més, es veu subratllada per opinions de personatges claus, avenços tecnològics i influències artístiques de cada període.

En el primer capítol veiem el cartell de final del segle XIX, les primeres agències de publicitat i la consolidació professional de l'activitat publicitària. També l'aparició de la propaganda i l'impuls del coneixement dels interessos del consumidor a través de la investigació de mercats. L'escola Bauhaus, l'art déco i les avantguardes artístiques en marquen l'estètica publicitària i apliquen uns "models de pensament estrictament creatius, que posteriorment s'empraran en l'elaboració del missatge publicitari".

La publicitat dels anys vint i trenta abraça el cientisme. La publicitat suggestiva neix de la psicologia del comportament i a Europa es desenvolupa la propaganda moderna. En els cinquanta i seixanta, la indústria publicitària se centra en la persuasió, i el creatiu es converteix en protagonista. El missatge s'identifica amb el públic objectiu, mentre els codis visuals de l'art pop, la psicodèlia *hippy* i l'hiperrealisme pictòric de començaments dels setanta influeixen la direcció d'art. Apareixen les primeres *boutiques* creatives, el perfil psicogràfic associat a la marca i la filosofia del posicionament. La cultura postmoderna, l'estètica cinematogrà-

fica i la dispersió de les audiències influencien els vuitanta i noranta, en què les marques “són el que compren els consumidors”.

El segon capítol analitza l'evolució de la publicitat espanyola des de l'activitat publicitària incipient de Rafael Roldós fins a l'anunci sofisticat del “relat obert” de l'agència SCPF. Comença amb el cartellisme modernista català, l'art déco de començaments de segle i el reconeixement de Prat Gaba-Illí, precursor de la publicitat moderna. L'evolució gràfica se sotmet a la guerra civil i la publicitat de postguerra es torna conservadora i “un territori d'il·lustradors”. La fotografia desplaça la il·lustració i en publicitat audiovisual abunda l'animació i el “film-met”. El *desarrollismo* impulsa una indústria publicitària que s'aprofita de la televisió, incorpora el màrqueting, acull les primeres agències multinacionals i fa una creativitat més suggeridora per a un consumidor amb més capacitat adquisitiva.

Arriben nous aires amb MMLB i el disseny gràfic català d'Yves Zimmermann, tot i que la verdadera revolució és, per a Rom, la “publicitat de la democràcia”. Destaca la tasca de Contrapunto, RCP, RZR o Tándem DDB, el pes de la fotografia, les noves tecnologies d'autoedició, els criteris empresarials d'identitat visual corporativa i les escoles de disseny com a empreses del sector de la comunicació.

Acaba l'apartat amb la publicitat espanyola dels noranta, en què la frontera entre disseny i publicitat es desdibuixa, les cadenes de televisió saturen el mitjà d'anuncis i apareix la publi-

tat-espectacle d'estètica eclèctica, en què es busca “una nova complicitat” amb el consumidor mitjançant l'anunci de “relat obert”.

Josep Rom, en aquest recorregut per la història del disseny gràfic i la publicitat, constata l'aportació del director d'art en l'aspecte visual dels anuncis i ens contextualitza el seu paper com a creatiu publicitari. Ara, en el tercer capítol, en defineix les funcions i exposa amb detall les eines i llenguatges al seu abast per dur-les a terme. Planteja la declaració d'intencions que avançava en la introducció i que és la base de la seva tesi: les especificitats de la direcció d'art respecte del disseny gràfic. Per a Rom, un director d'art és “un dissenyador que actua amb mentalitat de publicitari”, atès que el disseny publicitari és, amb el disseny editorial i el d'identitat, una de les especialitats del disseny gràfic. Es tracta d'un creatiu que comparteix el llenguatge que utilitza el dissenyador però amb una vocació persuasiva sotmesa a l'estratègia de la campanya; és el visualitzador del concepte de la campanya. Rom analitza rigorosament els conceptes espai i temps en publicitat gràfica, la composició com a organització harmònica de l'espai, la seva virtut narrativa i el vessant audiovisual, i els diferents llenguatges de comunicació visual: el fotogràfic, l'il·lustratiu i l'audiovisual.

En definitiva, aquest és un text molt recomanable per saber què fa i com ho fa el director d'art, però fonamental per entendre què és un director d'art.

David Tetilla

≡ *Mirades crítiques de la realitat*

CERDÁN, Josetxo; TORREIRO, Casimiro. *Al otro lado de la ficción. Trece documentalistas españoles*. Madrid: Cátedra, 2007.

El llibre que editen Josetxo Cerdán i Casimiro Torreiro és imprescindible per a qualsevol estudiós del cinema de no-ficció a l'Estat espanyol. Els editors tenen una trajectòria solvent en el món de l'ànlisi i la teoria del cinema, la qual han estès a l'àmbit del cinema documental. L'augment de la producció documental a l'Estat espanyol ha propiciat que els teòrics del cinema desplaçin el seu interès a l'anàlisi d'aquest gènere. Així han sorgit autors i obres que han deixat empremta en aquest camp d'estudi: Josep M. Català, Josetxo Cerdán i Casimiro Torreiro. Ells han editat *Imagen, memoria y fascinación. Notas sobre el documental en España* (2001); els dos darrers també han editat *Documental y vanguardia* (2005) i el llibre que comentem en aquest espai: *Al otro lado de la ficción. Trece documentalistas españoles* (2007), una contribució que ajudarà a fer disminuir el dèficit de bibliografia sobre el tema.

El llibre que ens ofereixen repassa la producció documental, a l'Estat espanyol, des de la dècada dels anys noranta fins a l'actualitat. El fil conductor són les entrevistes a tretze directors, que expliquen les seves experiències, i la problemàtica per exercir la professió. Per completar la informació hi ha també una anàlisi de les obres i una fitxa bibliogràfica dels directors.

El llibre ens informa de les motivacions dels documentalistes entrevistats per dedicar-se a la creació audiovisual. Ens adonem que segueixen la tradició del gènere, ja que entre els interessos que manifesten trobem aquests: solidaritzar-se amb els oprimits o amb els que pateixen qualsevol mena d'injustícia; donar la veu al qui no la té; esdevenir la memòria col·lectiva d'allò que es va voler enterrar i reivindicar-se com a membres d'una comunitat nacional.

Per això, a Ramon Lluís Bande no l'amoïna que cap de les seves pel·lícules no s'hagi estrenat comercialment a Espanya, perquè, com a contrapartida, ha treballat, amb total llibertat, temes vitals per a ell, com ara la memòria de la guerra civil a Astúries i la identitat asturiana, *Estratexa* (2003), *El paisanu, un retratu colectivu* (2005), *Divina Lluz* (2003). També Javier Corcuera s'ha capbussat en el tema de la guerra civil espanyola: *La guerrilla de la memoria* (2002). A Margarita Ledo li interessa la reivindicació de Galícia com a nació, recuperar la memòria de la transició democràtica i denunciar les barbaritats comeses per la dictadura franquista: *Fala e terra desta miña terra. Manuel María* (2005), *Santa Liberdade* (2004). José Luís López-Linares i Javier Rioyo reflexionen sobre el sotrac internacional provocat per les guerres del segle XX i els motius que van impulsar milers de joves de tot el món a lluitar en conflictes a països estrangers: *Asaltar los cielos* (1996), *Extranjeros de sí mismos* (2001). Altres com José Luís Guerin, Joaquín Jordà i Isaki Lacuesta esborren les fronteres entre el documental i la ficció: el primer, en *En construcción* (2001), *Tren de sombras* (1997), *Inmisfree* (1990);

el segon, en *Vint anys no és res* (2004), *Denuncis* (2004), *Mones com la Becky* (1999), i el tercer, en *La llegenda del temps* (2006), *Teoría de los cuerpos* (2004), *Cravan vs. Cravan* (2002). Els altres directors que trobem són Mercedes Álvarez: *El cielo gira* (2004); Ricardo Iscar: *El cerco* (2005), *Tierra Negra* (2005); Eterio Ortega: *Noticias de una guerra* (2006), *Perseguidos* (2004), *Asesinato en febrero* (2001); José Sánchez Montes: *Enrique Morente sueña la Alhambra* (2005), *Bola de Nieve* (2003) i Llorenç Soler, autor d'una extensa filmografia: *Família de la Kènia* (2005), *Del roig al blau* (2005), *Lola, vende cá* (2002), *Max*

Aub (2002), *Francesc Boix, un fotògraf a l'infern* (2001).

Ens resta destacar una cosa que interessa a l'estudiant d'audiovisuals: les explicacions que els documentalistes donen a les entrevistes sobre els processos de formació i creació audiovisual. El gènere es converteix en un mitjà d'autoanàlisi personal i col·lectiu, la qual cosa queda perfectament reflectida en la frase que cita un dels autors: «... si m'acosto al documental, és per donar resposta a les preguntes Qui sóc?, Qui som?».

Magdalena Sellés

≡ **Propostes per a un retorn de la primavera política**

192

WIEVIORKA, Michel (coord.). *La primavera política. Idees per acabar amb el declivi de la democràcia tradicional*. Barcelona: La Vanguardia, 2007.

El llibre *La primavera de la política*, coordinat pel prestigiós sociòleg francès Michel Wieviorka, planteja un dels problemes més importants que viuen la majoria de sistemes democràtics actuals: la tardor política. La seva característica més rellevant és que es tracta d'una publicació que recull la visió d'una dotzena d'analistes polítics de diferents disciplines (politòlegs, sociòlegs, historiadors, economistes...), procedents de diferents països, que es van trobar per analitzar no solament les causes d'aquesta tardor política que viuen la majo-

ria de democràcies occidentals, sinó també la proposta d'algunes idees perquè retorni la primavera política. El llibre recull, sota el guiatge del seu coordinador, Michel Wieviorka, les idees principals exposades per aquests analistes polítics en una trobada realitzada a Châtenay-en-France, entre els dies 12 i 15 de maig de 2005. La trobada es va fer sota l'aixopluc de la prestigiosa Escola d'Alts Estudis de Ciències Socials (EHESS), situada al boulevard Raspail de París.

La idea que subjau al darrere del punt de partença d'aquesta publicació és la crisi de la democràcia que viuen, en major o menor intensitat, la majoria dels sistemes polítics occidentals i la constatació que, a mesura que s'expandeix la democràcia en el món, també augmenta la desconfiança dels ciutadans en els polítics. A mesura que els enemics de la democràcia desapareixen, ja siguin les dictadures de dretes al sud

d'Europa o les dictadures d'esquerres a l'est d'Europa, els ciutadans canvien d'opinió i d'actitud. Com que ja no hi ha un risc d'involució democràtica, ja no cal un suport ciutadà massiu a les urnes. A diferència del que succeí a l'Estat espanyol en les eleccions parlamentàries del 28 d'octubre de 1982, pocs mesos després del cop d'estat del 23 de febrer de 1981 —en el qual es va produir un suport massiu a través d'una altíssima participació a les urnes, que va donar al PSOE una sòlida majoria absoluta, ja que era l'única formació política que podia oferir una garantia de continuïtat democràtica—, actualment, havent desaparegut l'amenaça totalitària, les persones actuen d'una altra manera.

Havent canviat les circumstàncies, molts ciutadans també han canviat d'actitud respecte als polítics: de la reverència a l'exigència. Han passat de tractar els representants polítics amb un respecte—no fos cas que malmetessin la feble democràcia— a fer-ho amb una actitud d'exigència, és a dir, a tractar-los de la mateixa manera que tracten la majoria de professionals als quals paguen a canvi d'un servei prestat. Si anem al forn i ens donen el pa sec, oi que ens queixem? Si anem a cal mecànic i no ens arreglen l'avaria de l'automòbil, oi que ens queixem? Doncs, amb els polítics, hem de fer el mateix si incomplixen les seves promeses. Els ciutadans han perdut la por i actuen de manera diferent, perquè l'amenaça d'involució democràtica sortosament ha desaparegut, i els polítics ja no tenen barra lliure per fer el que vulguin.

L'augment de l'abstenció electoral, evidentment, i l'augment creixent del

vot en blanc, elecció darrere elecció, en molts països de l'Europa occidental són una mostra creixent d'aquest malestar ciutadà amb la política actual. I no és pas que als ciutadans no els interessi la política. No és pas que estiguin despolititzats. El problema principal és que el que no interessa, el que no satisfà és la política actual. La democràcia és la millor forma de govern possible, però la democràcia actual és una democràcia coixa. Votant només una vegada cada quatre anys no n'hi ha prou. El deslligament existent entre ciutadans i representants és molt gran. Ni els ciutadans no saben qui són els seus representants, ni aquests tenen mecanismes per retre comptes de les seves actuacions en defensa dels seus representats.

Així mateix, l'existència d'unes polítiques supranacionals, com les polítiques financeres, les militars i les mediambientals, fan que, cada vegada més, l'Estat, com a actor protagonista per excel·lència al llarg dels segles XIX i XX, des del naixement de l'Estat liberal democràtic, esdevingui més ineficaç per donar resposta a les demandes dels ciutadans. La globalització i la internacionalització de l'economia han transformat, en molt pocs anys, en els països democràticament més avançats, els escenaris polítics clàssics en els quals s'havia canalitzat la política.

El llibre coordinat per Michel Wieviorka és un excel·lent instrument per comprendre millor les nombroses causes que han produït aquesta tardor de la democràcia en molts països. Però no es queda aquí. És més ambiciós i intenta anar més lluny, ja que proposa idees perquè la primavera política retor-

ni a aquestes democràcies. Segur que aquest llibre interessarà molt a un públic molt ampli: des dels universitaris fins als periodistes i, sobretot, als mateixos dirigents polítics. És un llibre que fa reflexionar i obre nous horitzons a un tema

que ni comença ni s'acaba amb aquesta publicació, ja que l'acció de repensar la democràcia és un exercici que hauria de fer-se d'una manera permanent.

Joaquim Colominas

≡ *An Impressive Body of Work*

PAREDES, Israel. *Imágenes del Cuerpo*. Cáceres: Filmoteca de Extremadura; Asociación Re Bross; Librería Ocho y medio, 2007.

Israel Paredes Badía's book, *Imágenes del Cuerpo (Images of the Body)*, is a rich and extremely personal look at the use of the representation of the human body in contemporary cinema, of what the body communicates, suggests, provokes, elicits and symbolizes. As the author himself admits in his preface, such a project is of titanic proportions, and, indeed, it deals with a subject that deserves to be revisited, but Paredes has made an admirable start, including an analysis of both numerous films that have been released in Spain and several that have not, itself a comment on the years of censorship of physical images from which Spain is now emerging.

The book is personal in two very distinct ways. Firstly, because Paredes begins by describing the descent of his grandmother into senile dementia, observing that, in the end, her mind was absent, but the body continued, held firm, feeling pain and heat and cold but fighting. Similarly, the reader

intuits, the corporeal images we see on the movie screen continue to exist and in themselves have meaning and impact, at times independently of the intent or will of the actor, though composed deliberately by the director and interpreted by the viewer's subconscious.

Secondly, the description and interpretation of such images is necessarily subjective and therefore personal, from the choice of films analyzed to the descriptions of the use of the body and the reactions elicited from the spectator. Indeed, while the body language of the individual has been the subject of study particularly in terms of sales techniques, we lack a universal language or canon to describe the use of the body in performance arts and the sensations that such use arouses. Perhaps the study of proxemics, with its culturally contextualized analysis of personal space and physical territory, of the use of space to signal power and status, comes closest to filling the bill, yet Paredes' analysis goes far beyond the remit of proxemics as well.

One might hypothesize a system of notation for recording celluloid images that is similar to Labanotation, developed by Austrian dancer, choreographer and movement theoretician Rudolf

Laban (1879-1953). Laban attempted to record every kind of human movement with signs to represent transference of weight, gesture, direction, timing, relationships in space, movement through space (jumps, turns), dynamics etc.

And yet, how can one describe and transcribe the source of the complex sensations aroused in the viewer upon witnessing the "Singing in the Rain" rape scene in "A Clockwork Orange" (1971, Stanley Kubrick)? Or, taking one of Paredes' illustrations, on seeing the "gameports" used in "eXistenZ" (1999, David Cronenberg), purportedly a new organic game system that, when downloaded into humans, accesses their central nervous system through a flesh-and-blood "port" in their backs, so that the body must be perforated and violated to create access to the consoles.

For further examples of feelings that are very nearly indescribable and inexplicable, one must look no further than Paredes' description of the contrasting use of tattoos in such films as "Memento" and "Pillow Book". In "Memento" (2001, Christopher Nolan) Leonard Shelby (Guy Pearce) has a "condition" in which he has no short-term memory, so he has to rely on Polaroid snapshots, as well as tattoo reminders on his body and endless Post-it Notes to stay on track in his search for his wife's murderer. Here the body is covered in tattoos, in this case not adornments of physical beauty but tattoos which invade the body and yet are vital to Shelby's survival.

"The Pillow Book" (1997, Peter Greenaway) centers on the character of

Nagiko (Vivian Wu), a young Japanese woman obsessed with having calligraphy painted on her body. In this sexually charged and visually stunning film, the body is covered temporarily in letters; thus, we see the body as a space for creation, a canvas on which the writing extends the possibility of the body.

Still other films were chosen to illustrate the effect of the manipulation of an actor's weight on the spectator, with such examples as Christian Bale's emaciated body in "The Machinist" (2004, Brad Anderson) and Tom Hanks' representation of deterioration by losing weight in "Cast Away" (2000, Robert Zemeckis). At the other end of the spectrum, Paredes describes Robert De Niro's huge weight gain for the character of Jake La Motta in "Raging Bull" (1980, Martin Scorsese), putting the actor's health at risk in the process. In these films, the body of the actor is used as raw material to be transformed without limit in his quest to become the character.

Yet these illustrations alone do not do justice to the size and scope of Paredes' undertaking, for "Imágenes del Cuerpo" is a virtual compendium of the myriad ways of presenting the body that we find in the cinema. Perhaps this very virtue, the wealth and variety of Paredes' exploration, is the source of this reader's niggling complaint, that it is accompanied by a certain lack of overview, a means of developing a common language for this sort of discourse, one that is fascinating, however, to any lover of the image on the silver screen.

Catherine Otey

≡ *Els cafès, una institució europea*

MARTÍ MONTERDE, Antoni.
Poética del café. Un espacio de la modernidad literaria europea. Barcelona: Anagrama, 2007.

L'obra d'Antoni Martí Monterde tracta, en sentit estricte, d'un tema històric, que té però un interès actual innegable, com ho demostra el fet que George Steiner, en una obra recent, diu que Europa està feta de cafès. És història, atès que aquests establiments van jugar, durant els inicis de la democràcia burgesa, un paper important, aplegant els sectors políticament, literàriament i ideològicament més actius de la societat, i donant-los un àmbit de discussió lliure, sense el control dels poders governamentals. És història, perquè ens parla d'un aspecte particular de l'eclosió i la decadència de la Il·lustració. Però és una qüestió actual, ja que en els cafès s'hi parlava i s'hi llegia, activitats que constitueixen les bases indispensables sobre les quals s'edifica la democràcia, tant l'antiga com la moderna. La violència és muda; la política, en canvi, sempre demana diàleg, idees i opinions. És història, perquè els cafès, els salons i la premsa van crear l'espai públic on es feia comunicació literària i política, un espai públic que actualment ha quedat diluït pels mitjans audiovisuals i per la xarxa. És actual, perquè en algunes ciutats europees, com ara París o Viena, encara perviuen alguns cafès decadents, els quals, quan els

veiem, ens fan pensar que tant de bo existissin encara en tota la seva plenitud! És una obra, doncs, que ens parla d'ahir i d'avui, que és l'única manera efectiva de plantejar el futur.

El text d'Antoni Martí té el to, i fins i tot l'estructura, d'un assaig sobre temes literaris, per bé que proporciona un gavadal d'informació sociològica molt útil. Ens transmet dades i comentaris principalment, encara que no exclusiva, sobre els cafès britànics i francesos, aspecte interessant, perquè els sociòlegs, o els qui es dediquen a la ciència política, normalment fan referència exclusivament a les cases de cafè londinenques i als salons francesos. En aquesta obra, en canvi, resta molt clara la funció essencial dels cafès francesos, tant en l'aspecte polític com en el literari. I aquesta doble dimensió resulta ben natural si es té en compte que, per una banda, la florida del fenomen descrit es realitzà en una època de gran ebullició política, a causa del procés revolucionari que es vivia, i que per altra banda, la literatura, en la França dels segles XVIII i XIX, va assolir uns nivells de qualitat excepcionals i un interès públic remarcable. Penso que, de la informació que hi ha en tota l'obra, se'n desprèn que en les cases de cafè londinenques i en els cafès francesos es parlava de tot, de manera especial en el cas de les primeres, però que els dos grans temes van ser els polítics i els literaris. Probablement, les qüestions polítiques i, en general, les d'opinió foren més freqüents en els establiments britànics. Això va fer que participessin

d'una manera remarcable en la consolidació del sistema democràtic de caire anglosaxó. Pel que fa als cafès francesos, es pot dir que els temes polítics van ser els més freqüents abans i durant la Revolució, mentre que després l'activitat literària guanyà una importància decisiva, fins a convertir-los en llegenda.

París i Londres eren ciutats que tenien unes dinàmiques diferents; per aquest motiu la desaparició dels cafès en aquesta darrera ciutat no tingué cap mena d'influència en els parisencs, els quals continuaren més o menys florents, si més no, fins al darrer terç del segle XIX i no foren en gran part substituïts per les brasseries fins després de la Segona Guerra Mundial. Un dels aspectes que resten més clars en l'obra és la relació estreta entre el cafè i la ciutat, especialment a París, on es podria dir que el cafè era la ciutat i la ciutat el cafè. La ciutat de la llum era un àmbit humà on mai no era diumenge a la tarda perquè l'activitat cultural era contínua. Però l'evolució de les societats industrials i la seva cultura farà que els "llocs" perdin importància. El cafè es veurà envaït per les noves classes mitjanes, i els habituals se sentiran desplaçats, ja que les seves taules seran ocupades per

passavolants. Ahora, la literatura entrarà en una etapa de llarga decadència, que ha arribat fins a nosaltres i que li ha fet perdre la funció central que realitzava en la creació de ficció i també en els altres gèneres. Així, doncs, l'autor fa un paral·lelisme entre els esllanguiments respectius dels cafès i de la literatura. A més, resta ben clar en tot el seu estudi que les susdites decadències només es poden explicar a partir del fet de ser conscients que el fenomen de fons del que està succeint és el final, relatiu si voleu, però final, de la Modernitat.

La *Poética del café* tracta sobretot de literatura i està escrita amb una mentalitat d'estudiós de la literatura. Això fa que sovint no restin del tot clars alguns aspectes de l'evolució d'aquestes institucions. La informació hi és, però no està estructurada d'una manera, diguem-ne, científica. Això no és cap crítica, sinó que pretén ser una exposició neutral. En definitiva, conclouré afirmant que es tracta d'un molt bon llibre, la lectura del qual és del tot aconsellable per a tots els qui s'interessin per la història social i cultural d'Europa, que és la nostra pàtria gran.

Jordi Berrio

197

≡ **L'economia a la televisió-espectacle**

BALLARÍN, Lourdes. *La informació econòmica a la televisió, un espectacle que costa de veure*. Lleida: Universitat de Lleida, 2006.

La televisió és espectacle? Informació? Formació? En pocs àmbits es planteja més obertament aquest dilema que quan parlem d'economia. Hi ha una visió tradicionalment europea del mitjà televisiu (atribuïble al fet que, a

Europa, la televisió neix com un mitjà essencialment públic) que considera la seva potencialitat educativa i informativa. Tanmateix, sembla clar que la realitat és una altra i que la visió més netament nord-americana de la televisió espectacle ha estat la que s'ha imposat, fins i tot, als ens públics de ràdio i televisió europeus.

L'autora ho veu clar: la realitat és tossuda i la televisió només té audiència en funció de l'"espectacularitat" dels seus continguts. Però, llavors, se'ns planteja un segon dilema: no és la informació econòmica una cosa d'experts?, es preguntarien molts. Com pot ser que sigui entreteniment o espectacle? Com pot ser, doncs, que sigui televisiva?

Per a la Lourdes Ballarín, la resposta és senzilla: la televisió **ÉS** espectacle i, per tant, tot el que s'hi pretengui encaixar només funcionarà en la mesura en què també ho sigui. I, si encara no estem acostumats a mirar-nos la informació econòmica de la mateixa manera que ja ens mirem la informació política, és perquè encara existeix una certa recança a fer-ho, una certa reverència per la suposada complexitat del tema econòmic en si mateix. I ens ho mostra amb casos concrets que sí han sabut trobar la fórmula de l'èxit, exemples que ella ha estudiat des d'un acostament global, que inclou apunts històrics, anàlisi de contingut, descripció de les rutines productives i consells professionals.

Però, alhora, l'autora no defensa un model d'espectacle simple i vulgar: el del conflicte pel conflicte o el de la morbositat per la morbositat. El mitjà

convida a l'espectacle, sí, però una presentació "espectacular" no vol dir que sigui frívola o intencionadament esbiaixada. Significa saber prioritzar la presentació de les dades significatives, fer-les amenes i entenedores gràcies als recursos gràfics, adoptar les tècniques i el llenguatge especialitzat adients, i saber personalitzar les notícies amb els testimonis adequats. Informació i espectacle en equilibri.

En qualsevol cas, és ben cert que no hi ha gaire literatura sobre el periodisme especialitzat en economia, i la poca que hi ha sol ser de caire històric o plantejada com un manual de continguts del gènere. *La informació econòmica a la televisió, un espectacle que costa de veure* ve a superar una part d'aquesta mancança, ja que dedica diversos capítols a l'anàlisi comparativa de l'oferta d'informació econòmica a la televisió, tant als informatius com a programes específics com ara Diners o Valor afegit, i a la reflexió sobre les rutines productives. En aquest sentit, l'autora aporta elements perquè coneguem els recursos periodístics i audiovisuals que fan més entenedora la informació econòmica, tot superant el repte que comporta el mitjà televisiu. Les seves propostes són estratègies poc utilitzades habitualment que podrien millorar la producció i la presentació d'aquest tipus d'informació, i que, en darrera instància, constitueixen una reivindicació: els programes econòmics mereixen una oportunitat.

Quant als continguts concrets de l'obra, el llibre comença situant-nos conceptualment als antecedents històrics de la informació econòmica en els

mitjans, definint el que s'entén per informació econòmica i introduint-nos en el mètode de treball dels periodistes especialitzats en economia. Els dos primers capítols constaten l'evolució de la informació econòmica en els mitjans i descriuen l'oferta actual en la premsa escrita, la ràdio i la televisió. S'aposta, a més, per una concepció dels mitjans com a intermediaris en la comunicació de sabers entre les elits i l'audiència, entenent el paper dels periodistes com a professionals que treballen amb fonts pròpies i estan prou formats per tenir un criteri propi que eviti tant les manipulacions com que puguin caure com a hostatges dels poderosos.

En els capítols següents s'introdueixen elements d'anàlisi de la pràctica periodística. L'autora reflexiona sobre les característiques del mitjà televisiu (tant les seves possibilitats com les seves limitacions) amb afirmacions provocadores, com ara que "sovint el públic no entén gran cosa o gens del que li expliquen en les notícies o reportatges a la televisió, i menys encara si es tracta d'un àmbit complex com l'econòmic" (p. 56), apreciació que ens fa pensar si la causa rau realment en la manca d'atenció del públic o, més aviat, en la manca d'esforç dels periodistes per fer-se entendre. A continuació, constata, gràcies a l'anàlisi de contingut, l'escassetat de la informació econòmica en la televisió, de ben segur minsa en relació a la importància que l'economia té en la nostra vida quotidiana (l'autora ja havia afirmat en pàgines anteriors que "el punt de partença i la raó de ser del periodisme econòmic es troben en la mateixa essència i filo-

sofia del model econòmic capitalista" [p.19]) i allunyada de la ciutadania, ja que els continguts que hi predominen són de tipus macroeconòmic. D'altra banda, és una informació que fomenta un discurs homogeni, conservador i centralista. En aquest sentit, Ballarín (redactora de TVE Catalunya a Lleida des del 1994 i, per tant, bona coneixedora de tot el vessant professional) critica que l'elaboració de les informacions sobre economia es faci, generalment, consultant una única font, que, a més, acostuma a ser convencional, i que tampoc no es contextualitzin els temes ni s'hi aprofundeixi. Aquesta dinàmica porta al fet que, de vegades, s'actui d'una manera oportunista i que només s'introdueixi una informació si és conflictiva o polèmica.

Una contribució interessant del llibre, i poc habitual en general, és que l'anàlisi crítica serveix per aportar elements de millora i, lluny de ser únicament un al·legat sobre allò que no funciona, és una aposta per les possibilitats del mitjà ben emprat, amb diversos consells periodístics. Els seus consells de millora es barregen amb declaracions d'intencions: "seria desitjable que hi hagués informació sobre economia de manera regular" (p.117), "[la informació econòmica] hauria de tractar tots aquells assumptes d'actualitat que puguin interessar a la gran majoria dels ciutadans" (p.121) i, per tant, l'autora també es posiciona i explicita la seva pròpia visió: la televisió pública hauria de fer menys economia informativa amb la informació econòmica.

Iolanda Tortajada

≡ **El Met i el Comissariat de Propaganda**

PASCUET, Rafael; PUJOL, Enric (eds.). *La revolució del bon gust. Jaume Miravittles i el Comissariat de Propaganda de la Generalitat de Catalunya (1936-1939)*. Barcelona: Viena, 2007.

Sense cap mena de dubte, com afirma un dels directors de l'obra, Jaume Miravittles mereixeria que algun historiador es fixés en ell i decidís de fer una tesi doctoral sobre la seva vida i obra. En Met, tal com era anomenat, és descrit com a polític, escriptor, periodista i publicista. Nascut l'any 1906 a Figueres i traspassat el 1988 a Barcelona, va viure sense por una vida atzarosa i apassionant.

La segona i la tercera part de *La revolució del bon gust* se centren en la vida d'en Met, aquell jove a qui John Dos Passos anomenava "le sourire de la Catalogne" en plena guerra civil, tal com explica Ramon Batalla, un dels autors. A la part final de l'obra, doncs, que té 280 pàgines, trobem una síntesi biogràfica del personatge, de les més aprofundides fetes fins al moment, en què es pot resseguir la vida del figurenc des de la seva infantesa, passant per l'època d'estudiant a Barcelona, la seva politització i el seu activisme catalanista i independentista des de ben jove al costat de Francesc Macià, l'experiència de la guerra civil, l'exili a França, Mèxic i Nova York, i el retorn tan desitjat a Catalunya, sense deixar de practicar mai la seva gran passió i professió: el periodisme.

Però el cos central del llibre, a part de situar el personatge biogràficament i bibliogràficament, fins i tot dedicant unes pàgines específiques a la seva relació amb Dalí —escrita per Josep Playà—, se centra sobretot en l'actuació de Miravittles al capdavant del Comissariat de Propaganda, organisme creat per la Generalitat de Catalunya durant la guerra civil.

Profusament il·lustrat amb imatges (fotografies, cartells, reproduccions d'articles...), moltes d'elles provinents de l'Arxiu Nacional de Catalunya, el llibre es fixa, en especial, en el període de "la revolució del bon gust", expressió, de fet, manllevada del mateix protagonista de l'obra, el qual la va utilitzar per definir el moment en què Catalunya era immersa a principis de 1937. En un temps convuls, enmig de la guerra, tenint com a exemples més propers en l'espai i en el temps la Revolució Francesa i la Revolució Russa, amb l'expressió "la revolució del bon gust", Miravittles volia allunyar-se d'aquests exemples i definir, en canvi, aquesta revolució; l'expressió havia de tenir un caràcter definitori.

L'obra del Comissariat s'aborda, per part de Daniel Venteo, des de diverses perspectives, cercant sempre el màxim aprofundiment possible en cada una, i un cop Antoni Segura ha situat el lector en el moment històric de l'Europa d'entreguerres. Així, ens podem aproximar a les diverses seccions que va tenir el Comissariat (premsa i ràdio, exposicions i manifestacions, edicions, cinema...), conèixer el seu organigrama, la seva gran capacitat per implicar en la lluita totes les capes, sectors i àmbits

socials (dona, infants, esports...), les relacions que s'establien amb governs estrangers i amb foranis vinguts a Catalunya per viure de primera mà el conflicte o la vida a la rereguarda; la promoció que es va fer d'exposicions, les accions tan diverses dutes a terme en la mateixa línia de front; les moltes publicacions que es realitzaren i la manera com es feren arribar tant a la ciutadania que sofria a la rereguarda com als homes mobilitzats; l'edició de tota mena de cartells; la producció de pel·lícules molt diverses a través de Laya Films... I sempre, al darrere de qualsevol actuació i iniciativa del Comissariat, com també al darrere de la seva mateixa creació, hi havia en Jaume Miravittles, qui, dècades abans que s'adoptés i acceptés el que és el "poder mediàtic", ja l'havia còpsat i el va saber utilitzar ben profitosament.

En el text central de Daniel Venteo, a més, s'hi van ingerint una sèrie de

finestres que aprofundeixen en aspectes relacionats amb Miravittles o bé amb el Comissariat, com les pàgines escrites per Merche Fernández, que ens retraten el fotògraf Pere Català Pic; o el perfil que fa Gerard Bagué de Carles Fontserè; i encara l'anàlisi d'Àngels Bernal sobre la documentació que es custodia a l'Arxiu Nacional de Catalunya referent al mateix Comissariat.

L'any 2007 ha estat l'any del centenari del naixement de Miravittles, però també ha estat el setantè aniversari de la guerra civil en el nostre país, i en aquesta confluència de dates s'ha d'emmarcar aquesta obra, la qual, juntament amb altres obres publicades enguany, ha continuat omplint el buit historiogràfic fins ara existent respecte al Comissariat de Propaganda i al qui fou la seva ànima: Jaume Miravittles.

201

Queralt Solé

≡ ***Las palabras como símbolos de experiencias emocionales***

SABATÉ, Joan; FRANQUESA, Ester (coords.). *Marketing lingüístic i consum*. Barcelona: Trípod, 2006 (Papers d'Estudi).

Este libro es, en sí mismo, una buena muestra de cómo la lengua facilita el posicionamiento diferenciador y —valga la redundancia— lingüísticamente innovador. Porque es un libro insólito y audaz. Dos palabras que cual-

quiera podría relacionar con la polémica. Y, sin embargo, es una obra con una factura impecable, fundamentada, con un planteamiento novedoso, global y coral, y con un alto nivel de rigor, equilibrado y didáctico. Y alimenticio, porque se lee —se aprende— por raciones, pero te vigoriza integralmente.

Porque éste es un libro para aprender. Éste es un libro focalizado en un tema concreto, pero, como ocurre con el destello, consigue iluminar el entorno. Habla de marketing lingüístico y de consumo, aunque para aquellos que les interese el cómo posicionar sus mensa-

jes, sus productos o sus ideas, conviene advertir que las palabras clave son otras: promoción de una lengua, la lengua como objeto de mercado y el lenguaje como producto, como valor.

Las sociedades y los individuos que las forman nunca han estado exentos de dificultades y siempre han sido marcados por los conflictos interculturales. El caso de la comunicación y su dimensión social y comercial no es una excepción, sino todo lo contrario. Ya en 1963, Wilbur Schramm escribía en *The Science of Human Communication*: “La comunicación es una disciplina de encrucijada en la que son muchos los que la cruzan sin detenerse y pocos los que se quedan”.

La dimensión humana y social de la comunicación que con tanta cautela definía Schramm se ha convertido en la comunicación interactiva del siglo XXI, pero sigue siendo un cruce de caminos, transversales y complejos, con destinos comunicacionales diversos. La comunicación, el marketing que la utiliza y el lenguaje que la hace posible engloban hoy un extenso campo en el que conviven diversos caminos, diversos niveles, desde el individual e interpersonal hasta el intergrupalo y organizacional. Sería bueno que al menos el idioma en el que están escritos los indicadores del camino fuera inteligible.

Si algo le falta a este libro, es más de lo mismo. Es decir, seguir divulgando un conocimiento tan específico como necesario basado en la exigencia de una investigación veraz por responsable, amplia, actual y continuada sobre la falta de relación entre el mercado y su lenguaje. Más de lo mismo significa

continuar por el estimulante e inevitable camino del marketing lingüístico y su influencia en el consumo; es decir, la del imperio de la palabra.

A lo largo de los capítulos el lector va descubriendo el papel que la comunicación-lenguaje desarrolla en ese juego de relaciones que es la publicidad y su motor el marketing. Creer en ellos y darles un carácter de concepto sostenible (entender el marketing como filosofía), de proceso de gestión, es lo que une a los catorce autores del libro. Y lo hacen de tal manera que el lector-consumidor no sólo valora el contenido, sino también la relación: el lenguaje, las palabras que son suyas.

Como se dice en uno de los capítulos, las lenguas constituyen el elemento más diferenciador de las personas. Su funcionamiento, historia, transformaciones y manipulaciones forman un espacio que puede generar una fascinación difícilmente superable por ningún otro objeto.

Un libro, a mi juicio, necesario en un campo —el del lenguaje publicitario y su utilización por el marketing— en el que ya no es de recibo hacer generalizaciones. Sus límites se entrecruzan y confunden con todas las formas de lenguaje persuasivo que ya invaden la comunicación. Este libro comienza a aclarar algunas cosas; por ejemplo, que el lenguaje y la comunicación no son precisamente ajenos al marketing. Pero no parece que los pasadizos que los unen hayan sido muy practicables, sino que más bien da la impresión que hayan estado al fondo y cerrados. Ya era hora de que alguien abriera la puerta entre otras

cosas para que se renovara el aire. Y para que las palabras fueran también del receptor y no sólo del emisor.

Las palabras como símbolos de experiencias emocionales son siempre ideas. Algo así dice J.W. Young, y algo así deja constancia este libro cuando se afirma que las palabras son las herramientas con las que la publicidad

muestra la belleza exterior e interior que hay en las cosas Y lo hace en tan poco tiempo, que —como se dice también en uno de sus capítulos— sólo el poder seductor de las palabras puede conseguir lo que se le pide a la publicidad: amor a primera vista.

José M. Ricarte Bescós

≡ La deconstrucció d'un mite

VILA, Enric. *Lluís Companys. La veritat no necessita màrtirs. Crònica d'un drama personal i polític*. Barcelona: L'Esfera dels Llibres, 2006.

El periodista Enric Vila proposa en el seu llibre *Lluís Companys. La veritat no necessita màrtirs* una revisió, des de l'àmbit personal i polític, de la vida del personatge. La biografia arrenca amb la descripció del moment de l'execució del qui va ser president de la Generalitat de Catalunya. Amb la narració que l'autor fa d'aquesta execució, el lector ja pot intuir una de les principals hipòtesis de l'obra: Lluís Companys va tenir la mort que volia, una mort que el va convertir en màrtir i referent per a futures generacions:

“Com tots els grans romàntics, incapços de pactar amb la realitat, Companys tenia molts números per estavellar-se contra la seva circumstància. La seva biografia és producte d'un afany inesgotable de sentir-se útil, estimat, de l'anhel d'un gest definitiu que el redimeixi davant del món i d'ell mateix, que l'alliberi de la necessitat d'un bany

de masses periòdic. (...) Quan va saber que els agents vindrien a detenir-lo, els va esperar llegint un llibre que ho diu tot de la seva psicologia: *Vies des saints*. Casualitat? És igual, cap títol no expressaria millor l'actitud amb què Companys afronta els últims mesos de vida”.

Comença fent una revisió de la seva biografia personal, que li serveix, com la resta del llibre, com a argumentació de la hipòtesi inicial. Les infidelitats de la seva mare, Lluïsa Juver, la mala relació que manté amb el seu pare i la seva arribada a Barcelona amb tan sols nou anys, sense gairebé parlar castellà i essent un nen introvertit i solitari, es poden considerar els factors que més incidiran en la seva manera de ser. A la ciutat comença a estudiar dret, però l'interès que té per les classes que s'imparteixen a la facultat és més aviat nul i es dedica a faltar a classe i freqüentar locals de lleure, que és on sembla que realment s'evadeix de la realitat i es troba bé. Aquesta és la principal causa que contribueix a fer que trigui divuit anys a treure's la carrera de dret. Avançat el llibre, també fa referència a la família que va crear ell i, en aquest aspecte, tampoc no surt especialment ben retratat: va fer una desgraciada la seva

primera dona, va descuidar els seus fills i es va arruinar, afirma el periodista català.

Aquests primers temps a la Ciutat Comtal tenen una gran importància, perquè el posen en contacte amb personatges que —sense oblidar la petjada que li deixen a nivell personal, perquè, segons afirma l'autor, li serviran per intentar substituir la manca d'afecte familiar i de referent patern— amb el temps acabaran esdevenint primordials en la seva carrera política. El més important de tots és Francesc Layret, amb qui manté una estreta relació des de la seva arribada a la capital catalana. Aquestes relacions seran molt importants per a un personatge vist per Vila com un ésser amable, simpàtic, bona persona, amb facilitat per fer noves amistats, però no vàlid per a la tasca política.

Per a Vila, la vida política de Companys és comparable a un penell. Es vincula al moviment republicà i obrer —fins al punt de desestimar l'oferta de treball en un prestigiós bufet d'advocats per preferir defensar sindicalistes— i a diversos moviments d'arrel anticolonialista, fins que es proclama la Segona República. A partir d'aquest dia històric passa a ser del bàndol dels nacionalistes catalans. Però, posteriorment, es deixa endur pels anarquistes de la CNT-FAI durant la guerra

civil i permet que la Generalitat se sotmeti al govern de Madrid després del fets de maig de 1937.

La narració de la vida personal i política de Companys va acompanyada de la descripció del context històric del moment; molt important també per entendre el que l'escriptor creu que és el desitjat final màrtir de Companys. El catalanisme d'esquerres, el moviment obrer de la primera meitat del segle passat, el lerrouxisme, la Segona República, la guerra civil, Esquerra Republicana de Catalunya, el moviment anarquista i el 6 d'octubre serveixen al lector per crear-se un bon mapa historicopolític del moment. També analitza el catalanisme polític republicà d'esquerres d'abans de la Segona República i incideix en les contradiccions internes que es van donar en el partit català representatiu d'aquest corrent, ERC. És important destacar també que en les darreres pàgines del llibre, en l'epíleg, després de recuperar de nou els moments previs al seu afusellament a Montjuïc en el darrer capítol, fa al·lusió a la realitat catalana actual en unes pàgines que tenen com a finalitat l'aclariment de certs aspectes controvertits tractats en el llibre.

Laura Ruano

≡ **El model educatiu de la ciutat de Vic**

BUSQUET, J.; MEDINA, A. *Societat i ensenyament a Vic. Els reptes educatius. Estudi sociològic sobre la percepció de l'educació a la ciutat de Vic*. Barcelona: Publicacions Col·legi Sant Miquel dels Sants / Diac, 2006.

El llibre *Societat i ensenyament a Vic* és un estudi de caràcter sociològic elaborat mitjançant tècniques d'investigació qualitatives —entrevistes i grups de discussió— i quantitatives —una enquesta realitzada a 450 residents a la ciutat—. Els autors, Jordi Busquet i Alfons Medina, doctors en Sociologia i

professors de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna, reflexionen sobre els problemes de Vic en matèria d'educació, aportant una excel·lent panoràmica de l'evolució de la ciutat mitjançant el creixement i la consolidació de la xarxa educativa. L'estudi analitza els principals canvis que s'han produït al municipi en els últims anys: la consolidació d'una doble xarxa de centres —públics i privats— en el context de la Llei Orgànica Reguladora del Dret a l'Educació (LODE); el procés de transformació de l'educació obligatòria impulsat per la Llei Orgànica d'Ordenació General del Sistema Educatiu (LOGSE); el progressiu descens de la natalitat de principis dels noranta; la política de fusió d'escoles duta a terme a Vic a final de la mateixa dècada; la immigració, el creixement i concentració d'aquest fenomen en diferents barris de la ciutat i, finalment, l'aplicació de l'anomenat “model Vic” com un intent de “domar” una realitat social sotmesa a un canvi constant.

El “model Vic” és un projecte pioner a Catalunya adoptat amb l'objectiu de corregir l'excessiva concentració d'estudiants immigrants i equilibrar la seva distribució en centres públics i concertats de tots els barris de la ciutat. Cal destacar, però, que es tracta d'una mesura destinada al conjunt de la població estudiantil, una mesura que comporta un complex dilema de caràcter ètic: ¿s'ha de privilegiar el dret dels pares a decidir a quina escola volen portar els seus fills, o el dret a gaudir d'una educació democràtica que garanteixi la igualtat de condicions amb un millor tractament de la diversitat? En aquest

sentit, Busquet i Medina consideren que la reflexió teòrica no pot frenar les decisions polítiques necessàries per adaptar el mapa escolar a les noves necessitats educatives. El “model Vic” és una solució valenta però de caràcter provisional, ja que *“els reptes que planteja un procés migratori d'aquestes dimensions no poden ser abordats, exclusivament, per l'escola i exigeixen polítiques integrals”*. Seguint el model de democràcia deliberativa proposat per Amy Gutmann —que ha estudiat aquest mateix problema als Estats Units— els autors de l'estudi manifesten que la integració, la convivència i el diàleg intercultural en l'educació només seran possibles si hi ha voluntat de consens entre administracions públiques, famílies i escoles.

La investigació, encarregada pel col·legi Sant Miquel dels Sants, posa de manifest que per als ciutadans de Vic la situació general de l'ensenyament a la ciutat es mereix un notable (6,89), tal com succeeix a l'hora d'avaluar el nivell de qualitat educativa (6,85%). Ara bé, gairebé tres quartes parts dels entrevistats, concretament el 73,6%, considera que la manca de llibertat per escollir escola és un problema “molt” o “força” important. Els resultats de l'estudi revelen que el “model Vic” és conegut per 179 individus de la mostra, que representa un 40% de la població vigatana. Entre els aspectes que més preocupen als pares en relació amb les escoles destaquen “la qualitat del professorat” (62%) i el fet que el “nivell educatiu sigui alt i exigent” (58,2%).

Entre els principals reptes de la ciutat en matèria educativa, destaquen,

segons la percepció dels enquestats, posar fi als dèficits en infraestructures. El 71,9% considera que un dels problemes més importants de la ciutat és la manca de places a les escoles bressol i la millora de la xarxa de transport públic. En aquest sentit, Busquet i Medina reconeixen que «una de les conseqüències de la implantació del “model Vic” ha estat l’agreuament del problema del transport per accedir, sobretot, als centres públics», que es troben als afores de la ciutat com a conseqüència de la política de fusió d’escoles i redistribució d’alumnes. En aquest context, el 77% dels enquestats coincideix en el fet que la proximitat és un aspecte “molt” o “força” important, mentre que el 66% considera igualment rellevant que els germans estudiïn o hagin estudiat en el mateix centre.

La importància que els ciutadans atorguen a l’estudi de les noves tecnologies i als idiomes a l’escola (53%) o la insistència en una preparació convenient dels alumnes per a la seva incorporació a la universitat (59,3%), són

indicadors que proven, segons els autors de l’estudi, que els pares conceben l’educació dels seus fills com una inversió de futur, fet que demostra l’existència d’una visió força competitiva de l’escola. Aquesta afirmació constitueix una de les principals aportacions de la investigació de Busquet i Medina al debat obert sobre l’estat de l’educació a Catalunya i a conseqüència del qual s’ha posat en dubte la preocupació dels pares per l’educació dels seus fills. L’originalitat del projecte rau, precisament, en la manca de projectes acadèmics que posin l’accent en els veritables problemes de l’educació, mitjançant un acostament a les persones i a les necessitats de cada territori. En definitiva, com indica el pròleg de Ramon Sala i Prat, exregidor d’Educació i Medi Ambient de l’Ajuntament de Vic, “un estudi específic d’aquestes característiques dona un valor d’innovació que s’ha d’afegir al que ja té com a treball de prospecció sociològica ben fet”.

Sonia Ballano