

IX Conferència anual de la SCC Girona 1999

La investigació a Catalunya. Presentació de tesis doctorals

Televisió i identitat: el cas de Televisió de Catalunya

Imma Tubella i Casadevall

Tesi llegida a l'ICRESS, Institut Català de Recerca en Ciències Socials,
Universitat de Perpinyà i dirigida pel Dr. Becat

L'objecte d'aquesta tesi és desenvolupar i demostrar la hipòtesi que la televisió pot ser una eina bàsica per al reforçament de la identitat cultural i nacional d'un país. La primera part és una aproximació teòrica a l'objecte d'estudi. No pretén ser un aprofundiment del concepte identitat sinó que pretén construir un marc teòric d'aproximació que permeti entrar a la segona part d'anàlisi de dades amb els conceptes bàsics clars i delimitats. Això no vol dir que no doni la meua pròpia definició d'identitat. Des del meu punt de vista, la característica en la qual jo insistiria més perquè és potser aquella en què les escoles clàssiques han insistit menys és la de la mobilitat. El concepte identitat no pot quedar tancat a una definició sinó que és més aviat una experiència en constant evolució, autoexamen i reinvenió; és un conjunt de valors en constant evolució. D'altra banda, es parla de la cultura com a conjunt d'elements que caracteritzen i defineixen una comunitat amb relació a una altra. D'aquest grup d'elements en podríem dir, també, valors nacionals o la manera específica com una comunitat determinada es planteja el seu comportament global.

La identitat cultural és, doncs, la suma dels dos conceptes en constant evolució. És una manera específica d'identitat col·lectiva que es recolza en un procés doble d'inclusió (nosaltres) i d'exclusió (ells). Aquest procés és el que ha fet prestar tanta atenció als mitjans de comunicació, a causa de la importància que tenen per tal que els altres ens reconeguin com el que som o com el que voldríem ser.

El món dels mitjans de comunicació de masses i, especialment, la televisió representa l'expressió concreta i més important del que anomenem *nivell simbòlic*. Els pobles que disposen dels seus propis mitjans de comunicació dominen, en general, el seu propi nivell a escala local. A tots els països industrialitzats, els sistemes públics de televisió han jugat un paper molt important en la formació de les comunitats imaginades, és a dir, la creació d'un model d'identificació.

Les comunitats que han pogut definir el seu propi espai comunicacional, l'han pogut utilitzar com a eina diferencial entre *nosaltres* i *ells*. És evident, doncs, la importància i la influència de la televisió per al desenvolupament de la identitat cultural i nacional.

Pel que fa a Televisió de Catalunya, des del meu punt de vista, queda plenament demostrat el seu balanç positiu sobre la llengua durant el període estudiat i en el territori del Principat. Però hi ha dos factors sobre els quals cal reflexionar:

1. Es pot considerar la societat catalana una societat lingüísticament normalitzada? I, si és així, Televisió de Catalunya ha finalitzat la seva tasca?
2. La llengua és l'únic element legitimador dels mitjans de comunicació?

Les enquestes analitzades ens indiquen que lluny de ser una societat lingüísticament normalitzada, la societat catalana és lingüísticament ambigua. D'una banda, el nivell de comprensió del català és pràcticament normal (del 93,8 % al 96 %, segons les fonts), però d'altra, el nivell d'ús és molt inferior. És per això que hauriem de parlar d'una normalització quantitativa i d'una normalització qualitativa.

TVC ha contribuït en l'increment quantitatiu i qualitatiu, però la seva tasca normalitzadora no ha finalitzat. Només la meitat del país creu convenient quotes del català a la ràdio i només la meitat del país dona suport al doblatge del cinema en català. A quin país *normal* es plantejaria el doblatge o subtítulat en la llengua pròpia com a problema?

D'altra banda, des del meu punt de vista, la llengua no és l'únic element legitimador. La llengua no és l'únic estri que legitima un mitjà de comunicació. És un estri fonamental, però no l'únic. En tot cas, diria que la legitimació dels mitjans de comunicació rau, en gran part, en els seus continguts i en els valors que transmeten. A la introducció teòrica de la tesi en parlo àmpliament. D'aquesta manera, l'audiovisual produït a Amèrica del Nord, parlat en qualsevol llengua, resta clarament audiovisual nord-americà i transmet uns valors americans indiscutibles. En canvi, l'audiovisual europeu copia, en les llengües locals, els esquemes nord-americans.

Naturalment que el fet que la televisió que rebem a Catalunya sigui en català o en castellà té unes implicacions sociopolítiques clares. Queda demostrat que Televisió de Catalunya, durant aquests quinze anys, ha estat una eina fonamental de normalització lingüística, però ara li cal demostrar que també és una important eina de normalització cultural i nacional.

Finalment, he de dir que considero aquesta tesi un treball d'anàlisi històrica. Crec que puc afirmar que el setembre de 1997 es tanca una etapa de la història de la televisió, que en el cas de Catalunya i pel que fa a la normalització lingüística i cultural podem valorar com a molt positiva i que se n'obre una altra, la digital, que ofereix nous reptes i noves possibilitats, però també nous perills o agreujament dels vells. La clau està en saber-los detectar a temps i posseir un projecte prou clar i consolidat, no solament per a fer-los front, sinó que també, i sobretot, aprofitar-los.

Quin serà l'impacte de Televisió de Catalunya en el futur digital? Un dels reptes que es planteja la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió és mantenir entre el 25 % i el 30 % d'oferta televisiva en català creant canals temàtics i participant activament en aquest futur digital i multimèdia. El futur digital pot transformar la diversitat en avantatge, perquè deixarà d'existir un concepte únic de televisió generalista adreçada al comú denominador, i la multiplicitat de canals podrà co-

brir totes i cadascuna de les necessitats i de les exigències del telespectador.

Un primer gran repte, per a Televisió de Catalunya, serà equilibrar l'oferta lingüística i un segon gran repte, ja no solament exclusiu de Catalunya sinó compartit amb tota Europa, serà controlar els continguts per a evitar el domini absolut de les produccions nord-americanes i, per tant, el control sobre l'imaginari col·lectiu i, en definitiva, sobre la formació i deformació de la identitat.

Des d'una òptica catalana, els conceptes de democràcia i d'identitat són els eixos vertebradors del debat social d'aquest fi de segle i els impulsors de la innovació del pensament. Al voltant de la crisi positiva del concepte democràcia trobem la crisi de les ideologies i de l'Estat nació. A l'entorn del concepte identitat tenim la capacitat d'entendre els canvis produïts per les tecnologies de la informació. L'estudi sobre l'impacte social de les noves tecnologies té un valor estratègic essencial per a Catalunya i ha d'enllaçar amb l'estudi de l'impacte de l'audiovisual en la identitat. Alguns països ja en són pioners: Estats Units n'és un, però també Dinamarca, amb el seu projecte Info 2000, o Singapur amb el seu projecte Singapore One.

S'ha acabat la cultura de masses o, com a mínim, el seu paper central o quasi exclusiu en la influència de la identitat. Avui, fins i tot els espais de comunicació comencen a ser independents dels territoris físics. De la mateixa manera que l'europea, la societat catalana té plantejats una sèrie de reptes de gran importància històrica i estratègica. La societat de la informació i del coneixement representa una oportunitat única de desenvolupament per a Catalunya, però també comporta riscos per a la llengua, la cultura i la identitat. De la gestió encertada d'aquests riscos i oportunitats depèn el nostre futur com a POBLE, en majúscules.