

## Crítica de libros

GUIMERÀ I ORTS, J.À. *Les polítiques de mitjans de comunicació durant els governs de Jordi Pujol. Premsa, ràdio i televisió en el procés de reconstrucció nacional de Catalunya.*

Barcelona: Proa, 2014, 508 p.

ISBN: 978-84-7588-497-4

**POR JOAN M. CORBELLA**

*Profesor de la Universidad Pompeu Fabra*

joan.corbella@upf.edu



### El trasfondo de las políticas de comunicación de Jordi Pujol

Josep Àngel Guimerà, profesor e investigador en el ámbito de las políticas de comunicación (Universidad Autónoma de Barcelona) ha realizado una investigación muy interesante y oportuna para estos años de cambios en el mapa comunicativo del país: ha buscado a los protagonistas principales de las decisiones políticas sobre las que se ha construido y desarrollado la prensa, la radio y la televisión de Cataluña desde que se recuperó la autonomía, y ha contrastado sus explicaciones, justificaciones y comentarios con la documentación existente sobre las actuaciones del poder legislativo, ejecutivo y la administración pública.

Con todo ello ha conseguido construir un relato de la actuación, durante más de veinte años, del presidente Pujol, sin dejar prácticamente ningún episodio de los que forman la historia reciente de la comunicación en Cataluña. Lo hace, además, con una independencia de criterio que es de agradecer —el trabajo se hizo con una beca del Centro de Estudios Jordi Pujol—, ya que le permite destacar tanto los aciertos como las contradicciones que encuentra, y no se abstiene de subrayar las sombras habidas durante todo el proceso.

El estudio de Guimerà documenta con papeles y con la voz del propio presidente Pujol, de consejeros de la Generalidad que participaron directamente en la gestión de la política de comunicación y de otros personajes clave como el ex-secretario de la Presidencia, Lluís Prenafeta, el hombre de CiU en Madrid durante muchos años, Miquel Roca, o el último hombre fuerte de la comunicación con CiU en el poder, David Madí. Estas conversaciones permiten sustentar, matizar o refutar algunas explicaciones que los analistas habían formulado para entender la acción de Pujol en el panorama comunicativo catalán, y documentan, desde su recuerdo, algunos episodios muy complejos y poco transparentes en el proceso de formación del mapa de los medios de comunicación, como las negociaciones para la creación de TV3 y del Canal 33, la ampliación del número

de emisoras de radio de FM o las subvenciones y otras ayudas económicas a algunos periódicos.

En cualquier caso, si alguna recriminación se puede hacer al trabajo —y esto no es una crítica sino la expresión de un deseo de saber más— es que no se hayan recogido los puntos de vista de los adversarios de CiU y Pujol a sus políticas y actuaciones puntuales. Habiendo hecho un esfuerzo tan notorio en la recopilación de documentos y entrevistas, desde el lado de quien tenía la responsabilidad de acción, sería deseable poder contraponer fuentes personales, igualmente interesantes, de la oposición política o de los afectados por las decisiones de Pujol. No es que el estudio margine estas voces, pero de forma habitual recurre a fuentes indirectas, a aquello que expresaron a través de lo que publicaron los periódicos o lo que los investigadores universitarios recogieron en sus artículos y libros. Evidentemente, el objetivo del trabajo de Guimerà era estudiar la acción de gobierno del presidente Pujol, y ampliar la investigación a estas otras fuentes habría pedido disponer de muchos más recursos, pero podría quedar pendiente para el futuro saber que dicen ahora los otros protagonistas de la vida política y comunicativa sobre todo lo que se hizo (gobierno y oposición) para vertebrar el paisaje comunicativo de Cataluña.

Recorriendo el libro, la valoración principal del mismo es que, en sus quinientas páginas, es exhaustivo en cada uno de los temas en los que divide la historia reciente de los medios, y en todos ellos abastece tanto la documentación oficial disponible como datos extraídos de los estudios de otros autores, para cotejarlos con las respuestas obtenidas de las entrevistas personales con el presidente Pujol y los colaboradores de su obra de gobierno.

Y así, aparecen las respuestas a las preguntas clave: ¿Por qué unos modelos de acción y no otros, en relación con la puesta en marcha de TV3 y Catalunya Radio, por ejemplo? ¿Cómo se construyó casi desde la nada un sector radiofónico autóctono, que en sólo veinte años ha pasado a ser dominante en el mapa catalán? ¿Por qué ayudaba a unos diarios en catalán y no tanto

a otros, —en referencia al diario *Avui*— pero al mismo tiempo desde otros despachos de la Generalitat se actuaba al margen de las subvenciones reguladas para ayudar a determinada prensa en castellano? En este sentido, la obra hace emerger una verdad como es que Pujol ayudó mucho a *La Vanguardia*, de la que dice que nunca lo trató demasiado bien, pero su voluntad era que en Cataluña hubiera empresas mediáticas fuertes, y eso fue clave para la posibilidad de ir extendiendo el grupo de la prensa hacia la radio y luego hacia la televisión, con unos concursos para adjudicar las licencias muy propicios.

El estudio de Guimerà, perfectamente estructurado, de manera que se puede leer linealmente o ir a los capítulos que interesen a cada persona lectora sin que ello le impida la comprensión del tema, pasa revista sucesivamente a los primeros pasos de las políticas de Pujol respecto a los medios, con el énfasis centrado en la importancia de hacer aflorar la lengua catalana, y cómo esto se refleja ya desde el principio de su gobierno, con el impulso a una política radiofónica propia sobre los operadores privados, y luego con la creación de Catalunya Radio en la Corporación Catalana de Radio y Televisión (CCRTV), pero paralelamente con el diseño de unas políticas de apoyo a la prensa en catalán basadas en la subvención directa a los editores privados.

A continuación, el libro aborda la historia de la creación de TV3 explicada por sus protagonistas y la progresiva ampliación de horizontes de la CCRTV, que expresan las dificultades económicas, políticas, técnicas y de programación, incluidas las discrepancias entre algunos de los máximos dirigentes de CiU y la actuación de sus responsables para no quedarse atrás cuando en España estallaron las «guerras del fútbol» que habrían podido dejar en un papel secundario una televisión que había costado mucho construir.

El trabajo lo completan los capítulos dedicados a las políticas del presidente Pujol sobre los medios de proximidad, un terreno bastante desatendido en los primeros años con respecto a la radio y la televisión, ya que estaban abocados a la consolidación de los medios públicos nacionales, y ya en el último tramo de su acción de gobierno el despliegue de la televisión digital terrestre (TDT) de ámbito catalán, a favor del Grupo Godó, que completó los más de veinte años de acción de gobierno sobre el sector de la comunicación: de cuando estaba todo por hacer al llegar al poder, con unos medios supervivientes de la era franquista que competían con empresas de nuevo cuño pero muy jóvenes aún, hasta un paisaje rico en iniciativas públicas y privadas tanto en el espacio local como en el espacio autonómico.

Las luces y sombras de la política de Pujol respecto a la comunicación obtienen con este estudio una visibilidad importante. Quien sea que quiera entender qué hizo, cómo lo hizo y por qué lo hizo, necesita leer este libro, que completa muy bien la ya variada literatura de análisis sobre la política de comunicación catalana de los últimos treinta años.