

L'agonia dels suplementos o el rapte de la cultura

La informació cultural desapareix a poc a poc de les planes dels diaris simplement perquè algú diu que no interessa

— Santiago Ramentol —

El rapte de la cultura⁽¹⁾ és el títol d'una de les obres més emblemàtiques del catedràtic d'Antropologia Filosòfica Carlos París. Però també és l'encapçalament que probablement defineix millor un dels fenòmens periodístics més significatius dels últims anys: la despreocupació creixent (i en alguns casos, mensypreu)

dels mitjans per la cultura, com a símbol de l'anihilament progressiu del periodisme explicatiu, reflexiu i didàctic.

Carlos París es referia, en el seu llibre, al segrest de la cultura per part dels poderosos: els mandarins s'havien apropiat dels fruits de la creació. Presentava aquest fenomen com un delictes social de retenció per tal de monopolitzar el poder o obtenir quelcom a canvi. I formulava,

IL·LUSTRACIONS:
CARLES CASTELLVÍ

(1) PARÍS, Carlos. *El rapto de la Cultura*. Barcelona: Laia, 1983.

— **Secció de Cultura i Espectacles: Carmen Sevilla amb un Congrés d'Història, i Espartaco amb l'Orquestra Ciutat de Barcelona** —



en el pròleg, una pregunta inquietant: de què serveix la llibertat d'expressió si la nostra veu ha estat privada dels recursos de la paraula? Molts estudiants de periodisme dels primers anys setanta es van identificar amb les idees de París i van suposar que la cultura estava en mans dels xamans de poders místics i de bruixots que oficiaven ritus tèrbols. La cultura segrestada esperava el cavaller capaç de derrotar el drac i conquerir la llibertat. I aquest cavaller era, per descomptat, el periodista.

Havien de llegir molts paràgrafs sobre la responsabilitat social del periodista, el seu paper d'intermediari entre la societat i el poder, la seva tasca educadora i pedagògica. Pensaven que la informació era l'eina essencial per a l'alliberament de la humanitat. La cultura, entesa com a suma de coneixements i de formes de vida, era igual a llibertat.

Potser l'escenari que pintava París era artificios, ple de paraules prefabricades i de diàlegs de paper mullat. Potser els somnis sobre la professió eren pretensiosos i estafolarios. Però ningú no va imaginar mai que alguns d'aquells periodistes, que teòricament defensaven una cultura a l'abast de tothom, es convertirien en

segrestadors. I no amb l'objectiu d'acumular més poder, com ho feien els vells mandarins, sinó com a mitjà d'extermini. Simplement la cultura ha de desaparèixer perquè algú diu que no interessa.

I així, en els últims anys, s'han esvaït de la major part dels diaris de Barcelona moltes pàgines de cultura i, fins i tot, algun suplement. La informació cultural ha quedat notablement marginada, les seccions de cultura han vist reduïdes substancialment les seves plantilles professionals i els llibres, les exposicions i els concerts han merescut molta menys atenció que les sèries de televisió. Només dos dels sis diaris que es publiquen a Barcelona tenen un suplement pròpiament de cultura. Un d'ells edita, a més, un suplement de llibres, un de ciència i un altre per a la reflexió temàtica. Dos més tenen un suplement de llibres, en estat marginal i potser agònic. I dos no tenen suplement (un d'ells edita un suplement de ciència).

Però la característica més destacada de la majoria és l'escassa sensibilitat pels temes culturals i científics. Els centres de producció cultural i científica, públics i privats, es queixen amargament del desinterès dels diaris. Diverses intervencions de professionals especialitzats en l'últim congrés de periodistes van mostrar la inutilitat de la seva lluita quotidiana en les redaccions per publicar notícies culturals.

L'Associació Catalana de Periodisme Científic és un pou constant de queixes sobre la marginació que pateixen els qui es dediquen a informar sobre aquests temes. Tot sembla dependre de l'atzar o del bon humor del redactor en cap de torn.

Però a qui no interessa la cultura i la ciència? Duen que a la gent. Qui diu que no interessa? Responsables dels mitjans. Com ho saben? No ho saben. Algunes enquestes demostren, fins i tot, el contrari. Els mitjans, que omplen les seves pàgines d'estudis electorals, no acostumen a prendre les seves decisions basant-se en una anàlisi acurada del mercat. Simplement, improvisen. Però la roda ja no para de córrer. Els mitjans marginen la cultura. El ciutadà perd interès per aquests temes. I els directius demostren la seva hipòtesi inicial. És un laberint sense sortida.

Trista forma de veure la vida quotidiana. Es considera el ciutadà com un idiota, incapaç d'interessar-se per problemes transcendents i de comprendre els temes complexos dels quals depèn el seu futur. I el periodista administra la carnassa.

La sang i el fetge

A la gent, diuen, l'interessa la sang i el fetge. La funció escabrosa s'ha convertit en norma matemàtica. La *telecabaret* i la *teleclauquera* són el mirall de referència on es contemplen, encara que sigui de reüll, la majoria dels mitjans de comunicació d'aquest país. S'ha passat de la informació *verité* a la informació *varieté*. Però aquest és un camí sense retorn. El

— Una entrevista amb el director de l'Institut Català de Tecnologia es publica al costat de Miss Cava i del nu integral de Naomi Campbell —

sensacionalisme no té límits. L'engany, tampoc. Posats a sorprendre, s'inicia una carrera absurda que condueix al precipici professional, on ja hi balancegen els *reality shows*, reportatges sense escrúpols, informacions equívocues en alguns diaris, espais dedicats a les ciències ocultes, entre d'altres. L'audiència massiva, com a eina de treball, no té sentit si es transgredeixen les normes elementals d'ètica i civilitat. És evident que l'escàndol crida l'atenció. Però això no justifica l'escàndol.

En aquesta lluita per l'audiència i l'impacte hi ha, sens dubte, perdedors: la informació cultural i científica, i també els temes socials. L'exemple més clar es troba en el món de les revistes d'informació general, immerses en un xuclador de sensacionalisme barat, que ha convertit l'*Hola* i el *Lecturas* en textos per a exercicis espirituals. Més aviat han quedat empantanegats en un fangar, on s'ofeguen sense remei. L'última víctima és la revista *Panorama*. Però circulen més cadàvers vivents.

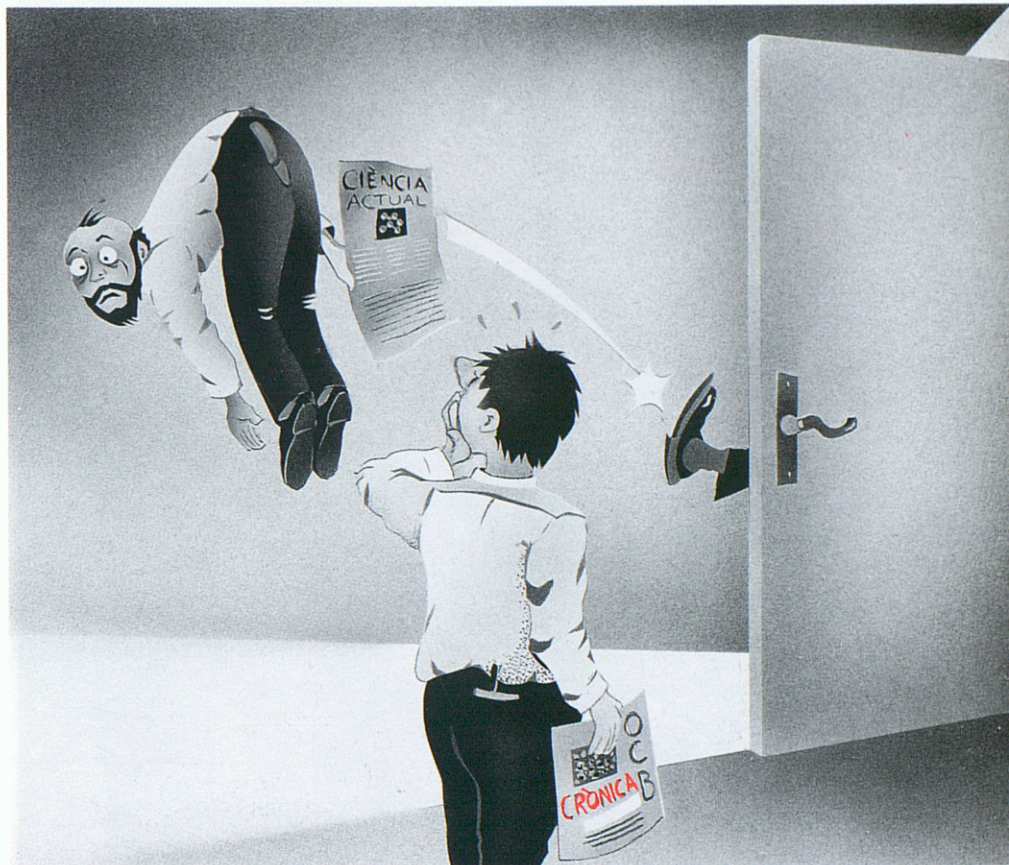
Cultura és espectacle

I en aquesta primera aproximació a la *telecabaret* i a la *teleclavoguera*, s'ha produït la foguerada d'una idea genial: cultura és espectacle. Es a dir, les pàgines dels diaris han d'aplegar aquests dos conceptes en un mateix cistell. I així va néixer la secció de "Cultura i Espectacles", capaç de recollir les reflexions de Carmen Sevilla per sobre de la crònica d'un congrés d'Història, o la triomfal tarda d'Espartaco al costat d'un crítica de l'actuació de l'Orquestra Ciutat de Barcelona a la Casa de la Caritat⁽²⁾.

L'art d'elevant la irrellevància a la categoria de notícia adquireix aquí el màxim refinament. La conseqüència immediata consisteix a convertir en irrellevant allò que és realment rellevant. Però d'això ja n'hi havia un cert costum, perquè la ciència (més tard es parlarà de l'obsessió gairebé maníaca de separar ciència i cultura) sempre intentava sobreviure en el mar tempestuós de les pàgines de "Societat", on l'assassinat d'una transsexual podia coniar amb una nota no gaire extensa d'un congrés sobre l'origen de la vida. No fa pas gaire, una entrevista amb el director de l'Institut Català de Tecnologia, Miquel Barceló, va aparèixer al costat d'una crònica (amb desplegament de fotografies) sobre el nu integral de la model britànica Naomi i una informació sobre l'elecció de Miss Cava. Genial!

I en aquest context d'irracionalitat, rep més espai l'horòscop que la crítica de música, de teatre o l'agenda cultural. Curiosament, aquesta època de laïcisme periodístic ha comportat un creixement notable de la presència esotèrica en la premsa, la ràdio i la televisió.

Quatre dels sis diaris que s'editen a Barcelona han fos les seccions de "Cultura" i "Espectacles", un ha diluït la secció de cultura en les pàgines de fets diversos (és a dir, al costat de la sang i fetge), i només un conserva una àrea pròpiament de



cultura. Cap no ha congregat les humanitats i les ciències en un mateix apartat, malgrat l'evidència que formen part de la mateixa gran cultura. L'única experiència que es va produir en aquesta línia va ser segada de rel fa uns anys.

La banalització de la realitat

La concepció de la informació general (i també la cultural) com a espectacle mereix una reflexió més acurada, perquè probablement és la mare de molts ous de la nova comunicació de masses: la banalització de la realitat. No es tracta de fer una informació més atractiva i més ben presentada, objectiu noble de la professió periodística. Tampoc no es vol originar més impacte popular, opció molt respectable i, a vegades, convenient. Ni tan sols, en el cas de la premsa, de fer els titulars més o menys grans o més o menys enginyosos. Si fos així, el tema només mereixeria un estudi de quatre experts en hemerografia i disseny.

El nou model (explícit o implícit) consisteix a seleccionar allò que excita més la curiositat morbosa i la tiferia malsana, i eliminar tot el que potencia la formació cívica i la sensibilitat social. Sovint no hi ha ni la mínima possibilitat de convivència entre un i altre patró. És un experiment corrosiu.

En aquest aspecte, la ràdio i la televisió han tingut un paper important. Els informadors saben que la paraula dita té menys transcendència que

(2) Tots els exemples que es reproduïen en aquest treball han estat extrets de la realitat recent a Barcelona.

— **Només un diari de Barcelona conserva una àrea pròpiament de Cultura. D'altres l'han fos amb els fets diversos** —



— Els enginyers informàtics de la perestroika no van mobilitzar ningú. Una falsa Miss Perestroika va originar una voràgine informativa —

la publicada, que les informacions no solen durar més d'un minut, que s'emeten desordenades (l'expressió màgica és "d'altra banda") combinades amb publicitat i que els continguts navegaven en un mar de programes heterogenis. Així s'ha escoltat (per ràdio) que "cal, cal tenir estrella" justament després d'una informació sobre un sagnant atemptat terrorista, o s'ha parlat (per televisió) dels nens nascuts de mares violades a Bòsnia immediatament abans de passar el resum d'una pel·lícula eròtico-sàdica que es projectarà més tard.

En ràdio i televisió, la precisió perd el seu valor i el marge d'irresponsabilitat és molt més gran. Els bons informadors fan autèntics malabarismes per compatibilitzar l'amenitat i l'exigència informativa, l'entreteniment i la il·lustració. Però moltes vegades, amb l'excusa que les paraules dites se les emporta el vent, se solen sentir autèntiques rucades. Abans tothom reconeixia, en canvi, que la paraula escrita es conservava i es podia convertir en nodriment d'historiadors i en material de formació. Aquest sentit documental i docent de la premsa alimentava la responsabilitat dels professionals, que mantenien una lluita ferotge entre la premsa i el rigor, de la qual no sempre en sortien ben parats. Però, almenys s'intentava.

La cultura no interessa

Ara molts mitjans escrits es fabriquen amb menys sentit de la transcendència. Les notícies es trien, en el millor dels casos, segons els interessos més immediats (polítics o econòmics), quan no es fa segons les simpaties dels directius. I no serveix l'excusa de les interferències de l'empresa o les conveniències obscures dels propietaris. Moltes portades de diaris reflecteixen perfectament les filies i les fòbies dels directors, al marge del perfil del seu lector, del paper social del mitjà o de la ideologia de l'empresari. El mateix passa a cada àrea i secció. I és evident que els temes culturals, científics i socials no interessen molts alts i intermedis directius.

La presència a Barcelona dels enginyers electrònics que van dirigir el procés d'informatització de les primeres eleccions de la *perestroika* soviètica no va mobilitzar ni un periodista. Una mica més tard, una falsa *miss perestroika*, fitxada pels fabricants d'abrics de pells per promoure els seus productes, va originar una autència voràgine informativa. Les rodes de premsa havien estat convocades per la mateixa agència de Relacions Públiques. Un diari va argüir manca d'espai com a excusa per no publicar una entrevista amb un premi Nobel el mateix dia que dedicava dues pàgines senceres a una conversa intranscendent amb el jugador de futbol Miquel Soler.

El mirall televisiu

Els diaris van acomodant, a poc a poc, el tipus d'informació als missatges que emet la televisió.

Així ho va reconèixer Fernando Savater en el curs sobre *Creators d'opinió*⁽³⁾ que es va dur a terme el mes de juliol a El Escorial, quan va parlar del contagi que pateix la premsa diària dels informatius de televisió.

El professor de comunicació de la Universitat de Nova York Neil Postman⁽⁴⁾ sosté que la banalització forma part del mateix concepte de televisió (potser caldria dir de mala televisió), i que és aquesta i no la paraula impresa la que impregna la subcultura actual. El seu, afirma, és un món de fragments discontinus, un embolic de missatges sense continuïtat (l'endemà ningú no recorda el que es va dir ahir), de fruites sense madurar, d'impactes indigestos. Només faltava el comandament a distància.

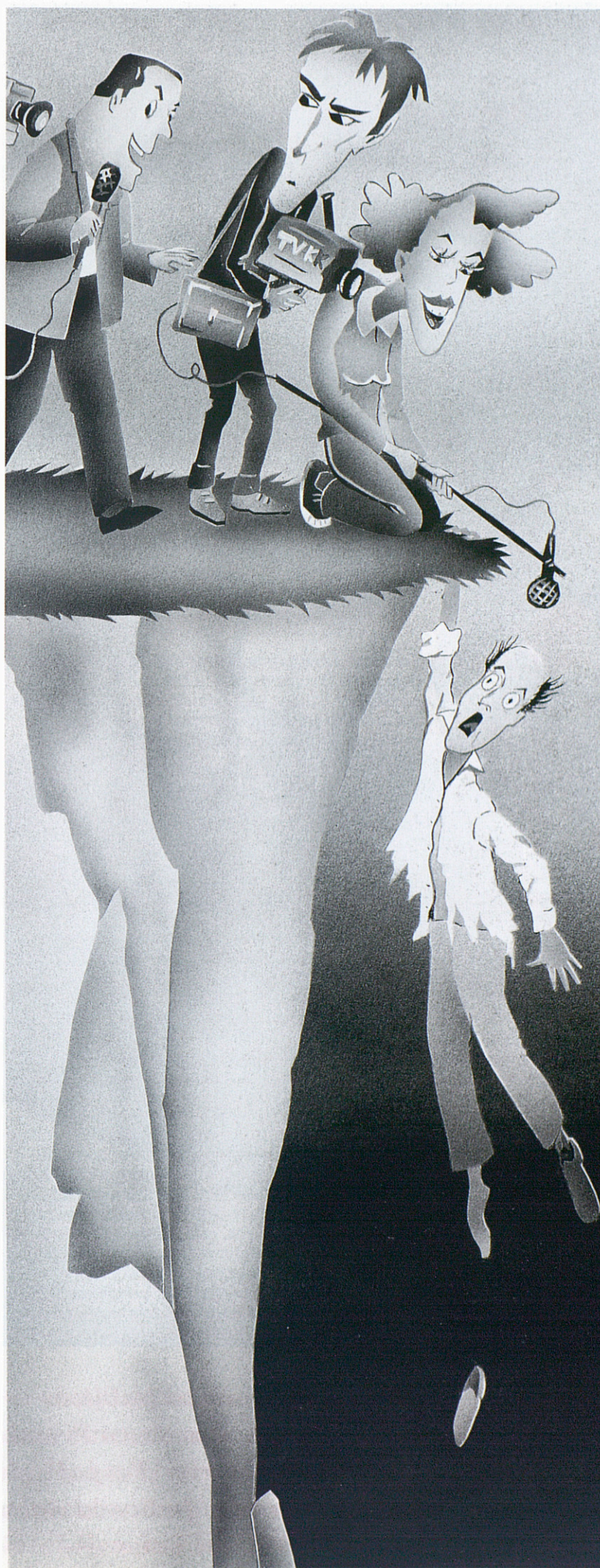
En aquest context, resulta com a mínim curiosa la resposta del ministre d'Exteriors israelià a una pregunta d'un periodista sobre els enemics de la dinàmica de pau amb l'OAP. Ni els extremistes de Hamas, ni els ultres jueus, ni naturalment l'OAP no atemoreixen Peres. "Personalment -declara- m'espanta més el perill que pugui venir de la televisió per cable que el que pugui venir de l'enemic. Crec que *Dallas* és un perill més gran que la *intifada*"⁽⁵⁾.

Els periodistes dels mitjans escrits també s'han acostumat a veure el món a través de les ulleres de la televisió. Mai no es fa una primera pàgina o es defineix una secció sense tenir en compte què ha destacat la televisió. La guerra del Golf, per exemple, es va seguir a través de la CNN. Les cròniques de molts actes cívics, polítics (debats parlamentaris) i esportius s'escriuen a partir de les transmissions televisives. Els corresponents i els enviats especials només hi posen la guinda.

Molts periodistes que seguien les proves d'atletisme dels Jocs de Barcelona a l'estadi de Montjuïc miraven la pantalla, i no les pistes. Alguns, fins i tot, preferien sintonitzar un canal eròtic, com va descobrir una fotografia que va donar la volta al món.

El somni daurat de molts periodistes d'ara, el paradigma de la modernitat informativa, el diari nord-americà *Usa Today*, té estructura televisiva: moltes fotografies, molta infografia, molts colors, moltes notícies curtes, mapes del temps que ja es voldria en Rodríguez Picó, moltes enquestes a gent del carrer, molta superficialitat, res de cultura i molta informació sobre els espais televisius.

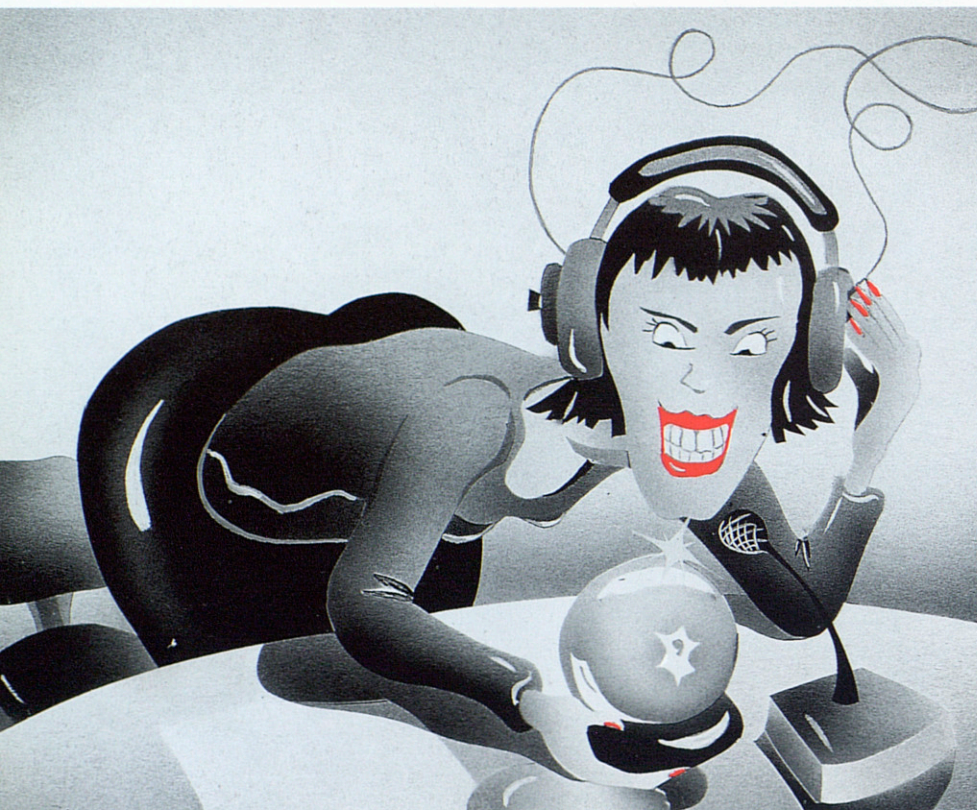
La vella exigència professional de saber sintetitzar ha derivat en obsessió per la màxima brevetat. Les qüestions més complexes es resolen en molt poques línies. L'exemple més significatiu d'aquesta tendència són aquelles opinions curtes sobre temes diversos dites per persones de professions heterogènies amb fotografia inclosa. La directora d'una oficina de relacions públiques, un catedràtic de dret romà, un estudiant d'educació física, el cap de personal d'una empresa de cosmètics i un jugador de futbol judiquen el pla de pau per a Bòsnia Hercegovina, l'exposició antològica de Miró o l'eutanàsia. Tant se val. Aquest qüestionari no figura pas a la secció d'entreteniments, a



(3) SAVATER, Fernando. *Leer para despertar*. Ponència presentada al Segundo Encuentro Iberoamericano de Periodismo Cultural. Madrid: El País/Babelia, 26 de juny de 1993.

(4) POSTMAN, Neil. *Divertim-nos fins a morir*. Barcelona: Llibres de l'Index, 1992.

(5) Entrevista amb Simon Peres. Madrid: "Suplemento Dominical" d'El País, 5 de setembre de 1993.



l'apartat de converses de sobretaula, al costat dels mots encreuats, o a la columna de *pessebres*, sinó a les pàgines d'opinió. Postman parla de periodisme de *trivial pursuit*. És preferible qualificar-lo de *periodisme/dicciopinta*.

La borratxera catòdica

En la mateixa sessió d'El Escorial, Jacques Lesourne, director de *Le Monde*, va formular una curiosa *teoria de la pólvora*⁽⁶⁾, segons la qual una informació explosiva pot descontrolar el criteri d'un periodista i conduir-lo a errors, víctima del seu entusiasme, igual com l'olor de la pólvora excita i emborratxa l'artiller. Embriagats per l'impacte de les imatges violentes, els mitjans escrits cedeixen terreny als fets espectaculars i sensacionals. Privilegien les situacions dramàtiques per sobre dels esdeveniments que, sense fer tant soroll, determinen el destí dels ciutadans. La fugida d'un professor amb la seva alumna va ocupar moltíssimes més planes, fins i tot als diaris més seriosos, que totes les notícies juntes sobre la investigació del càncer, el projecte genoma humà o les aplicacions de la intel·ligència artificial. La televisió, en aquest cas, fa el paper d'excitant complementari. Abans, una informació pròpia es podia deixar per l'endemà (cas Watergate) o, almenys, es podia relativitzar, si no es disposava de la documentació necessària. La televisió obliga ara a prendre partit, en una cursa que

porta al precipici per la via de l'espectacle. I així, els cèlebres equips d'investigació, la tasca dels quals era aprofundir un fet noticable, han desaparegut pràcticament dels diaris, utilitzats per tancar els forats quotidians amb informacions urgents. Fascinats pel poder hipnòtic de la pantalla petita, la televisió s'ha convertit en protagonista de la mateixa informació escrita. Els diaris destinen cada vegada més pàgines a la informació televisiva i les emissores premien publicant pàgines senceres de publicitat. En detriment de què? Potser de la informació esportiva? De la política? Dels fets diversos? De les cròniques nocturnes i altres irrelevàncies diverses? No. En detriment de la informació social i cultural. Per cert, aquest tipus d'informació televisiva, com d'altres (espectacles, per exemple), no sol distingir entre notícia d'interès ciutadà i propaganda impúdica i gratuïta. Fins ara, es podia argüir que es tractava d'un servei públic. Però, obertes les pantalles als canals privats, moltes seccions especialitzades encara tenen pendent un replantejament professional del seu contingut. El plagi de l'estil àudio-visual està posant fi a l'interès per la lectura. Alguns teòrics havien pensat que els diaris serien el complement en profunditat de la informació televisiva, i s'han trobat que s'han convertit en una mena de llista de consulta prèvia d'espais televisius. "La lectura dels diaris —escriu el mateix Savater— es transforma en una simple ullada, que passa vertiginosament per sobre dels titulars per a descansar solament durant breus segons en les fotografies, en els anuncis i en els còmics".⁽⁷⁾

El recurs fotogràfic

Dins aquest context d'imitació àudio-visual, la necessitat d'una fotografia que cridi l'atenció (no pel seu valor informatiu o estètic, sinó per la seva morbositat) també condiona la publicació o no d'un esdeveniment cultural. Una notícia que *té foto* sempre passa davant d'una altra que no en tingui, sigui quin sigui el seu contingut. I moltes vegades, la cultura i la ciència no tenen *foto*. A vegades la fotografia pot, fins i tot, descontextualitzar, desmembrar i aïllar. Però no importa. Cal que transtorni, inquieti, escandalitzi o commogui segons la norma que Benneton ha aplicat a la seva publicitat. La funció informativa passa a segon terme. Com que la fotografia no pot representar generalment una idea o un concepte, ni esdevenir un element de continuïtat (perquè congela la realitat), la recerca d'una imatge impactant per a una informació cultural o científica es converteix, a vegades, en un autèntic calvari per al periodista en la seva lluita quotidiana contra les altres informacions d'accidents, esportives o bèl·liques. Michael Jackson o Madonna sempre *tenen fotografia*, generalment gratant-se els baixos. Però Aranguren o Karl Popper es neguen, per ara, a aparèixer en aquestes postures. I això és un problema per als directius dels diaris.

— Un diari no va publicar una entrevista amb un Premi Nobel "per manca d'espai" el mateix dia que dedicava dues planes a Miquel Soler —

El concert de Guns'n'Roses a Barcelona, per exemple, va mobilitzar desenes de periodistes. El seu és un rock especialment dur i violent, amb lletres generalment repulsives. Però són moda: *tenen foto*. Van merèixer portada a molts diaris. Algunes cròniques apressades parlaven de magnífic espectacle i so brillant, enmig del deliri del públic que omplia el recinte. L'endemà, van haver de rectificar: ni tant públic, ni so brillant, ni res. ¿Quantes orquestres simfòniques de primeríssima línia han passat per Barcelona sense cap ressò o amb una crítica breu publicada dues setmanes després?

La cultura del circ catòdic

És difícil dir si aquesta tendència a la banalització i a l'espectacle, que comporta la marginació de la cultura i la ciència en els mitjans, és irreversible. Ivan Tubau⁽⁶⁾ es va plantejar el tema i dels seus arguments es dedueix un futur més aviat pessimista. El sociòleg Enrique Gil Calvo⁽⁹⁾ es pregunta si el que anomena circ catòdic no és més que la mateixa essència del mitjà televisiu i si acabarà impregnant els altres mitjans. Si fos així —afirma—, la cultura del carnaval i del circ romà acabarà derrotant la vella cultura humanística. Fernando Savater⁽¹⁰⁾ es mostra una mica més optimista, defensa el poder alliberador de la paraula, en el qual creien els joves periodistes dels anys setanta, i vaticina "la victòria, a llarg termini, del suport escrit sobre qualsevol altre tipus d'armes". El vell periodisme reflexiu és insubstituïble. "Si algun dia els diaris s'extingeixen o es converteixen en suports de la programació televisiva (...) s'haurà donat un pas decisiu cap al sempre amenaçador embrutiment gregari".

És realment curiosa (a més de tràgica), aquesta tendència a la mediocritat. Hem parlat, fins ara, de la responsabilitat dels que fabriquen els mitjans. Seria bo que també es reflexionés sobre el paper de l'empresa. Tothom sap que una empresa informativa difícilment és independent. Al seu voltant circulen molts interessos polítics i econòmics, que poc o gens tenen a veure amb l'objectiu cultural i d'informació i formació ciutadana: des de bancs i indústries diverses fins a especuladors, passant per algun blanquejador de diners. Per a tots ells, els mitjans són una via de comunicació amb el món del poder polític, una forma subtil de relacions públiques o simplement un article més, com un desodorant o una samarreta. Aquest és el brou on es cultiva la mediocritat.

S'expliquen diverses anècdotes sobre l'interès nul que els temes culturals i científics susciten entre els propietaris de diaris. Alguns d'ells han plantejat, més o menys públicament, la crisi de la lectura presentant-se com a exemples de persones que no tenen temps per llegir. En el millor dels casos, algunes empreses, molt poques, es poden definir com a purament culturals, si utilitzem aquest terme en el sentit més lax. Solen coincidir amb els diaris (per cert,



— La fugida d'un professor amb una alumna va ocupar moltes més planes que tot el publicat sobre la intel·ligència artificial —

(6) LESOURNE, Jacques. Ponència presentada al curs *Creadores de opinión*. Madrid: extracte publicat per *El País*, 21 de juliol de 1993.

(7) SAVATER, Fernando. *Leer para despertar*. Ponència...

(8) TUBAU, Ivan. *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Barcelona: ATE, 1982.

(9) GIL CALVO, Enrique. *El circo catódico*.

Madrid: Article d'opinió publicat a *El País*, agost de 1993.

(10) SAVATER, Fernando. *Leer para despertar*. Ponència...



de vendes elevades) que donen més espai a la informació reflexiva, a la cultura i a la ciència. Però en aquest cas, la cultura no és tampoc un concepte immaterial (d'informació, d'art, de música, de llibres), producte del treball intel·lectual i creatiu, sinó que sovint es planteja

com quelcom material: una mercaderia. Sol existir, a més, un problema de concentració, que embarassa els directius que es passen el dia intentant demostrar que aquí es concentra menys que a Europa. I això origina diverses contradiccions: promoció de certs autors, de certes pel·lícules, de certs pintors, de certes editorials i de certs mitjans àudio-visuals. ¿Són els professionals de la informació cultural unes víctimes de la incomprensió directiva, de la neteja ètnica dels Karadzic de torn, dels interessos empresarials? Uns quants potser sí. Però no tothom mereix un estatut de refugiat. Alguns periodistes de l'àmbit cultural admeten que sovint han format un grup elitista de gent exquisida, incapaç d'aplicar criteris informatius, d'utilitzar els gèneres de la crònica i el reportatge.

El resultat d'aquesta forma de treballar és sovint una sopa d'articles llargs i densos, fins i tot il·legibles, sobre temes sense interès públic, emmarcats en polèmiques més o menys artificials. En definitiva, autèntics *rotllos macabeus*. Aquesta manca d'interès per arribar al lector amb propostes culturals atractives ha justificat més d'un segrest informatiu, i ha provocat la desaparició definitiva d'algun suplement.

El resultat de la batalla entre uns directius que no mostren gaire simpatia pels temes culturals, amb el suport d'uns propietaris que no hi troben cap utilitat, i uns professionals que circulen per la metafísica de la comunicació és autènticament devastador. Terra cremada. ●

CAPÇALERA

Revista del Col·legi de Periodistes de Catalunya

Desitjo subscriure'm per un any (10 números) a *Capçalera*, revista del Col·legi de Periodistes, a partir del número.....

Faré efectiu l'import de 3.000 pessetes mitjançant domiciliació bancària.

Signatura

Nom i cognoms.....

Adreça.....

Districte postal i població.....

Telèfon.....