

XIII Conferència Anual de la SCC 2003

La indústria audiovisual a Catalunya

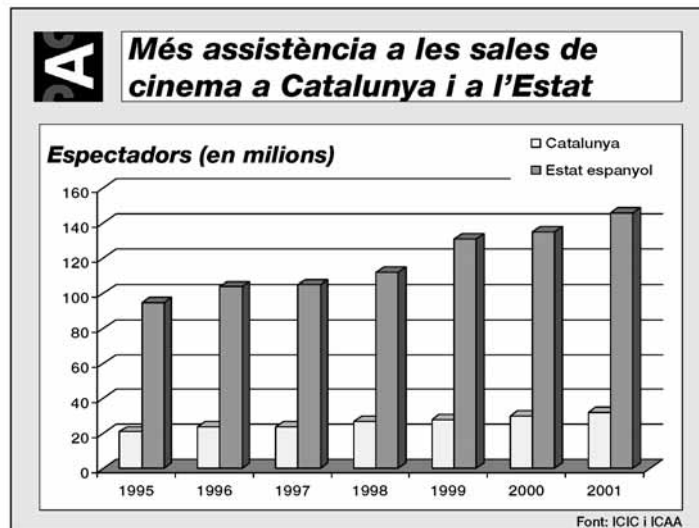
per Jaume Serrats i Ollé

Vagi per endavant el meu agraïment als organitzadors d'aquesta XIII Conferència de la Societat Catalana de Comunicació i, en especial, al seu president, senyor Josep M. Martí, pel fet d'haver-me convidat a pronunciar aquesta ponència.

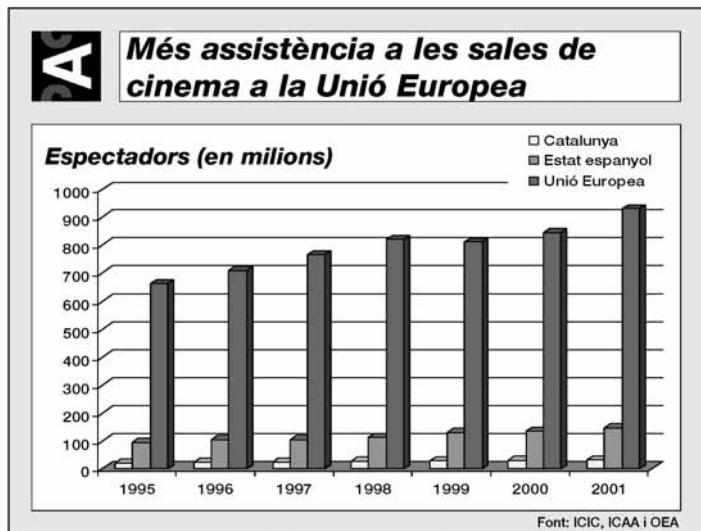
Ara fa un any, exactament un any i quatre dies, vaig presentar en la V Jornada Parlamentària sobre Mitjans de Comunicació Audiovisual una ponència titulada *Perspectives de la indústria audiovisual*, davant d'una representació de parlamentaris, que va prologar el debat amb una àmplia participació de representants de la indústria i dels operadors de Televisió de Catalunya.

Situava aleshores el tema en el marc de les dades sobre producció i consum audiovisuals, que ara recordaré, naturalment actualitzades. Aleshores deia que segurament hi poden haver dubtes sobre si al llarg d'aquest nou segle que hem començat augmentarà el nombre de lectors de llibres, o s'incrementarà el d'espectadors de teatre, o si hi haurà més assistents a concerts. En canvi, tots estem d'acord que continuarà l'increment del nombre de consumidors de productes audiovisuals.

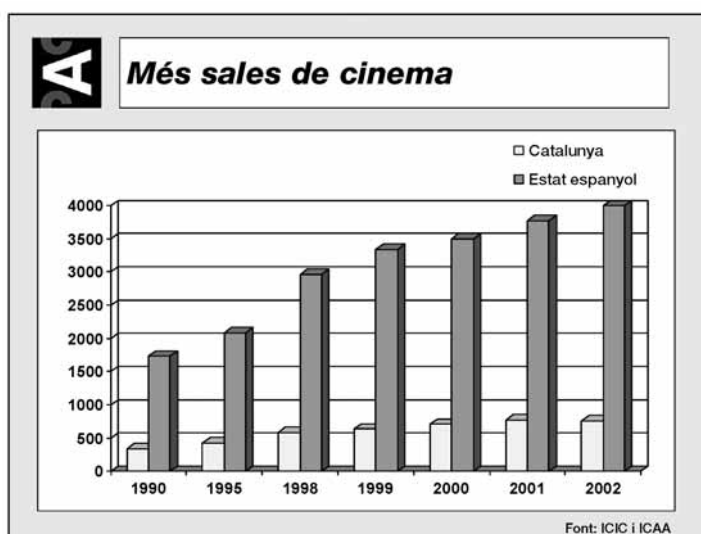
Les dades ens ajuden a confirmar aquesta percepció. Si parlem de sales de cinema, el nombre d'espectadors ha anat augmentant progressivament, a Catalunya i a l'Estat espanyol.



El mateix passa a la Unió Europea.



També està augmentant el nombre de sales. A Catalunya i a l'Estat espanyol.



Per tant, hi ha cada vegada més capacitat per programar pel·lícules, perquè hi ha més pantalles. I encara que les noves sales tenen menys butaques, globalment hi ha més espectadors. Ja sé que una altra cosa és comprovar quin cinema s'hi exhibeix i de quins països. Però d'entrada podem acceptar que, en general, hi ha més consum.

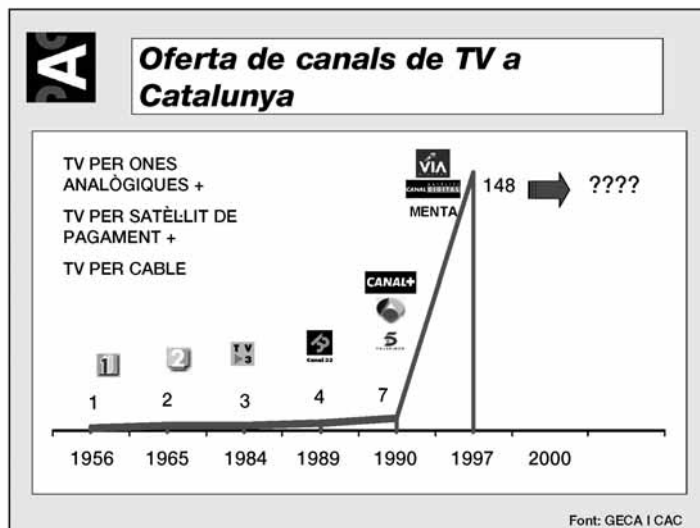
També els ciutadans han vist incrementada a casa seva l'oferta de programes de televisió d'una manera que era inimaginable ara fa pocs anys.

En hores de programació, s'ha multiplicat gairebé per cinc en catorze anys.



I en quantitat d'oferta.

Va començar Televisió Espanyola (TVE), als anys cinquanta, amb un canal i després amb dos; fa catorze anys se'n rebien quatre, i avui se'n



poden veure més de cent, si hi sumem els analògics, els de pagament emesos per satèl·lit i per cable, a més dels que es reben en obert per satèl·lit i, naturalment, els de la televisió local. A la Unió Europea, l'any 1989, quan es va adoptar la Directiva Televisió sense Fronteres n'hi havia només cinquanta, ara n'hi ha dos mil.

A més, el Pla Tècnic Estatal de la Televisió Digital Terrenal preveu fins a quaranta-cinc nous programes, que es podrien veure en qualsevol lloc de l'Estat.

A nivell estatal, tot i la desaparició dels catorze programes de l'operador Quiero, que acabaran a disposició de noves adjudicacions o dels actuals operadors en analògic, hi ha els cinc de la migració de Televisió Espanyola (TVE-1, TVE-2), Antena 3 (A3), Telecinco (T5) i Canal Plus (C+); i els dos nous que es van adjudicar a VeoTV i a NetTV. En total, vint-i-un.

A nivell autonòmic, la previsió és de dotze programes que oferiran els tres múltiples amb desconnexió a cada comunitat, així com els altres quatre del múltiple sense desconnexió reservats a la televisió pública autonòmica. En total, setze.

I a nivell local, els vuit programes dels dos múltiples que a cada comarca es podran posar en funcionament.

I després de l'*apagada analògica* s'hi sumarà la conversió dels actuals canals analògics en digitals.

Cal dir, no obstant això, que aquesta previsió merament tècnica su-

A

Oferta de canals de TV a Catalunya (previsió de futur)

TV DIGITAL TERRESTRE (TDT)

21 PROGRAMES DE COBERTURA ESTATAL +
16 PROGRAMES DE COBERTURA AUTONÒMICA +
8 PROGRAMES DE COBERTURA LOCAL =

45 PROGRAMES

pera de molt les raonables expectatives de creixement d'aquest negoci, que necessita principalment els ingressos de la publicitat. Com que el sostre de la publicitat no s'enlairarà de manera significativa, cada candidat a nou operador sap, abans d'aparèixer en el mercat, que la seva futura viabilitat econòmica dependrà de l'habilitat de competir pel repartiment d'un mateix volum de publicitat. A més operadors, més risc.

Per tant, és clar que tots aquests possibles quaranta-cinc nous programes mai seran adjudicats, com també que alguns canals de pagament repeteixen part de la programació d'altres canals.

Però dit tot això, sí que es pot assegurar que, a diferència del teatre, la música o el llibre, l'audiovisual té un futur amb una quota de clients assegurada i a l'alça.

També és cert, diguem-ho tot, que en els darrers anys s'ha produït un clar procés de reconversió empresarial, amb grans esfondraments. Recordem el cas del grup alemany Kirch, el tancament de la ITV anglesa, o els terrabastalls del primer grup del món, l'America On Line — Time Warner, que ara sembla que es volen tornar a separar, i del segon, Vivendi Universal.

L'Estat espanyol no n'ha estat aliè. A més del fracàs de Quiero, tenim la pròxima fusió de Canal Satélite Digital i Vía Digital en una operació semblant a la protagonitzada a Itàlia per les plataformes Telepiù i Stream. O les últimes precipitades i pertorbadores iniciatives legislatives del Govern central que volen planificar emissions en digital sense preveure abans l'accés dels ciutadans a la recepció del nou senyal; o pitjor, la decisió de carregar en el fràgil i desprotegit sector de les televisions locals l'alt cost de la migració.

Però tot aquest daltabaix que pateixen operadors i empreses de xarxa no impedirà que continuï l'augment del consum de productes audiovisuals. Per això, el primer missatge que enviava ara fa un any i que continua vigent és: el consum de productes audiovisuals continuarà augmentant.

Perquè sigui quin sigui el resultat final de les fallides, les reconversions o els replantejaments empresarials que anem coneixent, els operadors que en definitiva se'n surtin, els que no es quedin pel camí, necessitaran omplir les seves graelles de programació.

La indústria de la producció de continguts té bones expectatives de futur, sobretot si no està vinculada econòmicament a les empreses dels operadors que perdin les batalles, que per sort és el cas de la gran majoria de la indústria radicada a Catalunya.

Les regles del joc del sector audiovisual han canviat tant i en tan poc temps que cap operador surt afavorit per les seves posicions anteriors,

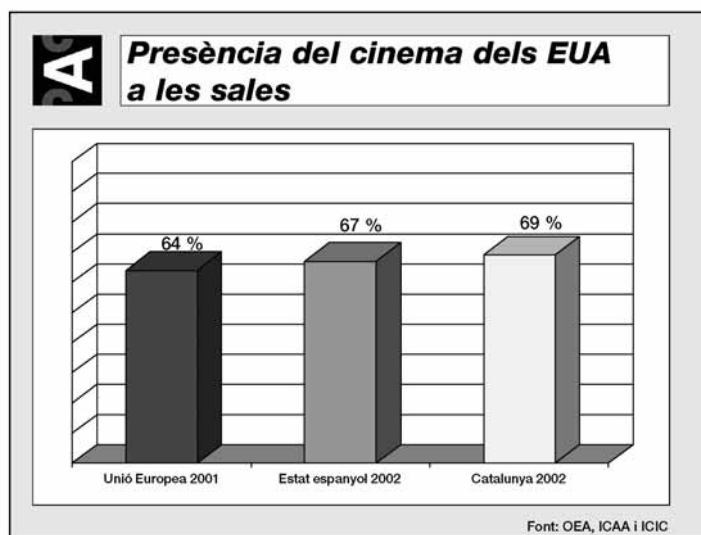
pel que hagi fet o deixat de fer fins ara, però tots, absolutament tots, i sobretot els nous candidats, saben que qui ara no sàpiga col·locar-se bé, haurà perdut del tot la cursa. I difícilment tindrà una altra oportunitat en la lluita per les quotes del mercat. És probable que es quedi sense audiència.

Només així s'explica que hagin participat en una adjudicació estatal de la televisió digital terrenal dos importants grups empresarials espanyols sense tenir assegurada cap mena d'audiència en els primers anys de les seves emissions. Una altra circumstància hauria qualificat la decisió de totalment irresponsable.

I aquest era i és el segon missatge: assistim a la gran oportunitat per col·locar-se en una bona posició en aquest nou negoci.

La gran oportunitat ho és tant per a les empreses com també per als països, perquè aquest és un negoci molt necessitat d'entorns favorables. No cal que ara ens entremetrem en la tòpica, però no per això menys real, situació de la colonització que els Estats Units d'Amèrica (EUA) han aconseguit amb els seus productes. Una pinzellada:

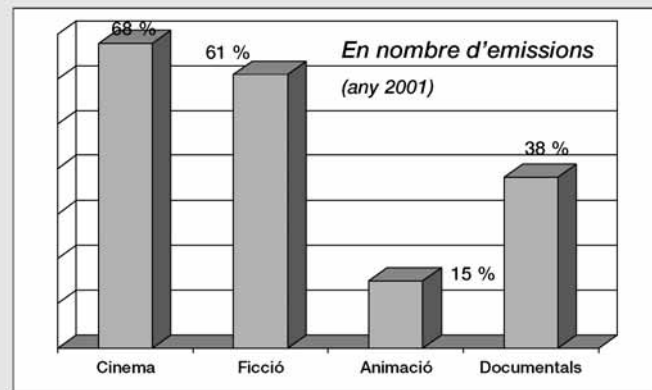
Aquesta és la mitjana del percentatge d'ocupació de les pel·lícules dels EUA a les pantalles de les sales de cinema de la Unió Europea, de l'Estat espanyol i de Catalunya.



I aquest és el percentatge de la presència d'obres audiovisuals nord-americanes a les graelles de programació de les televisions espanyoles pel que fa a pel·lícules de cinema, obres de ficció per a televisió, animació i documentals.



Presència d'obres audiovisuals dels EUA a les TV de l'Estat espanyol



Font: EGEDA «Panorama Audiovisual 2002»

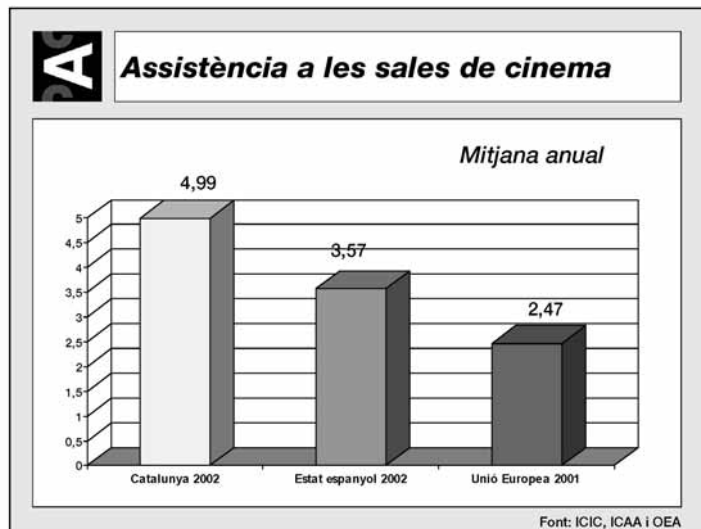
Tampoc no ens entretindrem recordant la desesperada reacció europea a aquesta dura situació mitjançant una política de dues direccions: la de promoció i ajut a través dels programes *media*, i la de control i vigilància del compliment de determinades quotes d'emissió i producció d'obres europees que s'estableix a la Directiva Televisió sense Fronteres.

Com vostès saben, correspon al Consell de l'Audiovisual verificar a Catalunya el compliment de les obligacions que emanen d'aquesta Directiva.

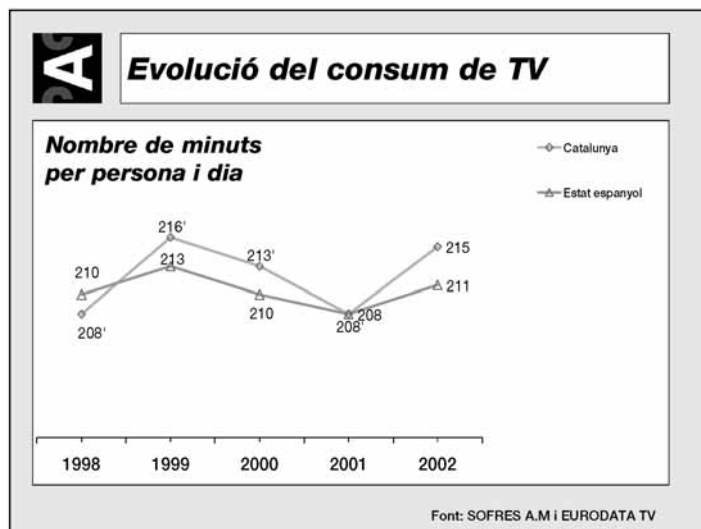
Però hi faig referència, perquè és important analitzar el paper dels governs en el sector audiovisual. D'entrada, perquè en molts casos són els que donen les llicències per accedir a la titularitat de les televisions, que s'han convertit en el més important motor econòmic dels continguts i, després, perquè l'encert o no d'una política audiovisual de foment és un factor decisiu en el desenvolupament de la indústria privada de l'audiovisual en cada país.

D'això en parlaré a continuació, però abans unes noves dades.

Catalunya ocupa un lloc de lideratge en el consum de productes audiovisuals, tant pel que fa a la mitjana anual d'assistència a les sales de cinema (Catalunya supera sensiblement la de l'Estat espanyol i la de la Unió Europea)



com pel que fa al nombre de minuts per dia que els catalans dediquen a mirar la televisió.

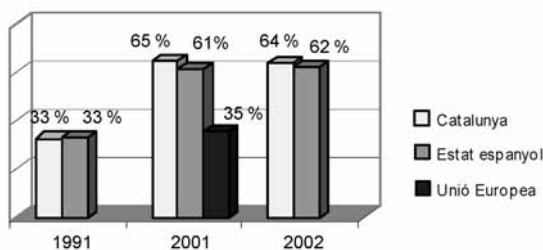


Com també pel que fa al nombre de televisors que funcionen a les llars. Si és sabut que gairebé en el 100 % dels habitatges hi ha un aparell de televisió, comprovem que a l'Estat espanyol s'ha doblat en deu anys el percentatge de llars amb dos o més televisors. Actualment superen el 60 %. Però Catalunya destaca com a líder. Mentre que la mitjana europea, segons les darreres dades de 2001, és només d'un 35 % de llars amb dos o més televisors.



Evolució del nombre d'aparells

Llars amb dos o més aparells de televisió



Font: SETSI, AIMC i EUROSTAT

Si els catalans som líders en consum, perquè anem més sovint al cinema, dediquem més minuts a mirar la televisió i tenim més habitatges amb dos o més aparells, ens hem de resignar a no ser a la vegada un important territori capaç de produir continguts audiovisuals amb capacitat d'atraure audiència?

Tenim, doncs, un tercer missatge: Catalunya, que lidera el consum, s'ha de resignar a no destacar com a productora de continguts capaç d'atraure audiència?

Disposem de cartes a la mà. No partim d'un sector desertitzat com a vegades certs interessos volen difondre. Catalunya protagonitza en aquests darrers anys un vigorós desenvolupament de la producció audiovisual. Acull, avui dia, les empreses més importants de l'Estat en productes d'entreteniment per a la televisió i en oferta d'animació amb una lloable capacitat d'exportació; concentra algunes de les empreses més avançades en serveis de postproducció, i també en reuneix de destacades pel que fa a la producció, distribució i exhibició de pel·lícules i, de moment, a l'empaquetat de canals temàtics de televisió.

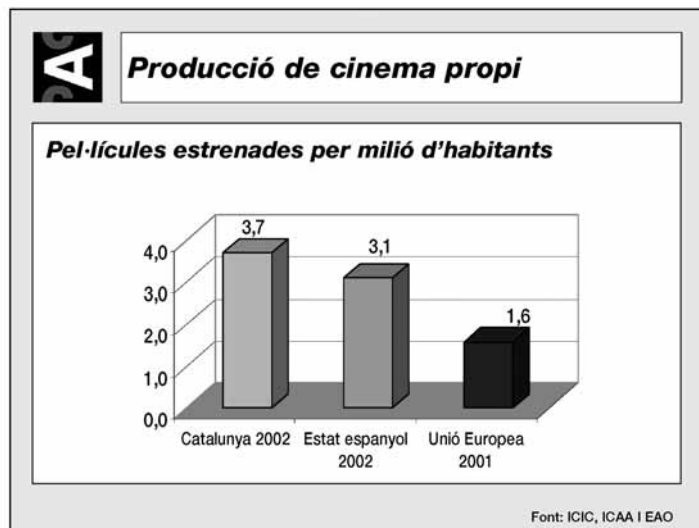
Alhora, el canal TV3 de la televisió pública de Catalunya és líder en audiència; ha promocionat un *star system* que està afavorint el teatre i el cinema; i, sobretot, ha generat veritables exemples d'*spin off* perquè és viver d'experiència i de coneixements per a molts dels que avui són directius de l'emergent indústria de produir continguts.

I sobretot disposem, a més, del que hom anomena *talent*. Catalunya ha demostrat que té creativitat, un molt valuós patrimoni per a la producció audiovisual.

D'entrada, doncs, l'audiovisual de Catalunya no mostra símptomes de fragilitat, al contrari. Però si analitzem amb certa cura els seus diversos àmbits, comprovarem com, per exemple, el tradicional àmbit del cinema ha generat una oferta poc atractiva i sovint decebedora. No aconsegueix la resposta d'espectadors que hauria de correspondre als esforços creatiu i financer esmerçats.

No és tant un problema de quantitat de producció: si a efectes comparatius establim una relació entre la població de cada país i el nombre de pel·lícules que produeix, trauríem aquestes conclusions.

Catalunya registra un percentatge satisfactori en relació amb l'Estat espanyol i amb la mitjana europea.

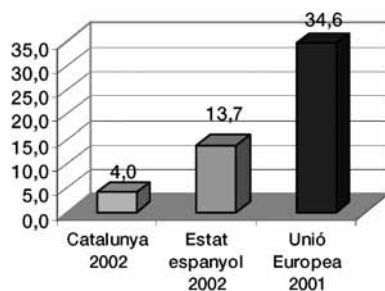


Però el problema no és aquest. El problema és aquest:



Consum de cinema propi

Quota de mercat



Font: ICIC, ICAA i EAO

La quota de mercat de les pel·lícules catalanes és molt baixa. No passa del 4 % ; i si analitzéssim els anys anteriors encara és pitjor.

Aquesta realitat planteja una pregunta: si els productors de Catalunya poden accedir als mateixos ajuts públics que els de la resta de l'Estat i, a més, disposen dels ajuts de la Generalitat, què passa?

Per què són tan diferents les quotes de mercat dels productes de Catalunya i les de l'Estat espanyol? Té a veure aquesta diferència amb el fet que a Madrid hi ha grups mediàtics relacionats empresarialment amb operadors de televisió i aquí no?

Qüestions que ens condueixen a un quart missatge: com configurar un entorn públic de l'audiovisual que afavoreixi l'entorn privat?

Com és conegut, ens trobem a pocs mesos d'unes eleccions autonòmiques i, per tant, d'un nou Parlament. Sigui quin sigui el resultat electoral, Catalunya tindrà un nou Govern i amb un nou president.

Al meu entendre, caldria aprofitar aquesta nova etapa per configurar un millor entorn públic de l'audiovisual a Catalunya que afavoreixi el seu entorn privat.

Amb quines característiques? Comencem pel Parlament. El nou Parlament hauria d'incloure, com una prioritat de la legislatura, l'aprovació d'una llei de l'audiovisual catalana. Per tant, la primera resposta seria: el Parlament ha d'aprovar una llei de l'audiovisual pròpia de Catalunya.

S'han perdut quatre anys, quatre significatius anys vista l'evolució que ha experimentat el sector audiovisual, i s'han perdut malgrat el compromís que tots els parlamentaris varen assumir de fer aquests deu-

res. Sabem que la nostra limitada competència autonòmica condicionarà l'abast normatiu de la llei, però per això mateix cal que Catalunya disposi al més aviat possible d'un text legal, fins on permeti l'Estatut, per actuar de contrafort als aiguats que ens arribaran de la voluntat uniformadora del Govern central, que, amb les invasions competencials introduïdes a la darrera Llei d'acompanyament als pressupostos de l'Estat, ja ha provocat un recurs d'inconstitucionalitat. El nostre president del Consell de l'Audiovisual, el senyor Francesc Codina, en les seves diverses compareixences davant el Parlament, que no han estat poques, s'ha cansat de referir-se a aquesta urgència.

Perquè, a més, el paisatge legislatiu de l'audiovisual és una enrevesada selva plena de lleis antiquades, algunes d'obsoletes, i fins tot amb disposicions contradictòries, que necessita tant aquí com a l'Estat una immediata revisió a fons.

I el Govern? Com hauria d'enfocar el nou Govern aquest sector? D'entrada, estant convençut que l'audiovisual necessita un tractament específic, diferent del que reben altres àmbits de la creativitat.

L'audiovisual avui és molt més que el cinema. S'ha superat aquella concepció de l'audiovisual limitat al cinema en sales, tal com la contemplen encara molts ministeris de Cultura. L'audiovisual ha canviat radicalment en aquests darrers anys.

Malgrat això, les administracions europees encara continuen amb esquemes d'organització basats en la meitat del segle xx, i reparteixen el sector audiovisual entre diversos ministeris que tenen competències sobre el cinema, sobre les televisions, sobre la cultura, sobre les xarxes de comunicacions, sobre les noves tecnologies, sobre els continguts o sobre la indústria, trossejament que dificulta tota política que vulgui afavorir el seu enfortiment.

Per tant, aquesta seria la segona resposta a com configurar un entorn públic que afavoreixi l'entorn privat:

El Govern ha de tenir un interlocutor únic per a l'audiovisual

Quan les televisions s'han convertit en l'instrument clau per al finançament dels productes audiovisuals, fins i tot dels destinats a les sales de cinema; quan Europa ha establert quotes d'emissió i d'inversió per impulsar aquesta implicació; quan tot l'audiovisual s'encamina cap a una convergència de les telecomunicacions, la informàtica i els continguts, no es pot mantenir separat allò que la realitat ajunta.

I el Govern de Catalunya, com també li passa al de l'Estat, manté les seves competències sobre l'audiovisual disseminades en quatre dife-

rents departaments: Cultura té el cinema; Presidència té la ràdio i la televisió; Universitats, Recerca i Societat de la Informació té les telecomunicacions, i Economia té el seu finançament per la via dels crèdits.

Cal acabar amb aquesta dispersió. Per això, l'actual Institut Català d'Indústries Culturals, que funciona en el marc del Departament de Cultura, no és l'instrument idoni, almenys tal com ara està configurat. Per ser-ho, necessitaria primer visualitzar un tractament de l'audiovisual diferenciat orgànicament i econòmic de la resta dels àmbits de la cultura: barrejar dansa i llibre, música i teatre i arts plàstiques i posar-ho tot en un mateix paquet junt amb l'audiovisual és fer un poti-poti i no és una estratègia eficaç. I després, l'Institut hauria d'incorporar en exclusiva les competències dels altres tres departaments del Govern. Tant de bo respongués, com es volia en els seus inicis, a l'esquema organitzatiu de la SODEC, la Societat d'Empreses Culturals que depèn del Ministeri de Cultura i Comunicació del govern del Quebec. La SODEC té molt ben definides les diferències entre el seu consell del cinema i la producció televisiva i la de les diverses comissions destinades al disc, al llibre o a les arts. A més, compta amb una direcció general sobre finançament que es troba dins de la seva mateixa estructura i no en un altre ministeri.

Però l'Institut Català no és res d'això. Ni de bon tros.

Caldrà, per tant, al meu entendre, que el nou Govern faci un nou pas, decisiu i valent, que completi l'orientació que es va començar a entreveure a meitat dels anys noranta, quan des de Cultura es van canviar les regles del joc a les subvencions, que es van lligar als ingressos de la taquilla, fàcils d'objectivar, i no al subjectiu criteri d'un consell assessor. Es va dir als productors de cinema que a partir d'aleshores, per rebre ajuts, en lloc de seduir l'Administració havien de seduir els ciutadans, és a dir, els consumidors, com passa en qualsevol negoci. Un positiu canvi que va liderar la Generalitat que va convèncer el mateix Govern espanyol, que també va canviar les regles. Cal advertir que aleshores l'aritmètica parlamentària del Congrés dels Diputats ho afavoria. Aleshores Catalunya va establir per primera vegada a l'Estat uns ajuts a les *TV movies*, com a fórmula per assegurar un mínim d'ingressos a les empreses catalanes, que els donés un respir econòmic per dedicar-se amb més llibertat a planificar obres de més gran embalum.

La clau de volta d'aquell canvi va ser el convenciment que l'objectiu de qualsevol política audiovisual ha de ser les empreses i no els productes. Per configurar un entorn públic afavoridor de l'entorn privat és prioritari reforçar el teixit industrial abans que subvencionar pel·lícules aïllades. La indústria precedia la cultura.

És cert que cal tenir en compte les obres de decidit contingut artístic i cultural o les de nous realitzadors, que de ben segur necessiten determinats ajuts no lligats al nombre d'espectadors. Per a aquestes, res a dir

en contra dels ajuts a fons perdut. Però políticament cal contemplar l'audiovisual en el seu conjunt, per tant, molt més enllà de les pel·lícules pensades des dels criteris de la cultura. Fins i tot podria resultar-li més escaient el nom d'*indústria de l'entreteniment* que el conegut *indústria cultural*. Però en qualsevol cas se l'ha de tractar com un sector industrial, i reconèixer que només quan es troba consolidat és capaç de promoure la creativitat, i fer-la accessible als ciutadans.

A vegades les subvencions han estat un instrument contrari al foment de la creativitat. És casualitat que la gran majoria de les empreses de l'audiovisual que han consolidat el seu negoci i han generat estables llocs de treball i comercialitzat satisfactòriament els seus productes a l'exterior no és tributària de les subvencions amb diner públic? I que, en canvi, massa beneficiaris del diner públic a fons perdut hagin protagonitzat espectaculars fracassos empresarials?

Només si prèviament hi ha una consolidada xarxa industrial es podran produir obres de contingut cultural i en llengua catalana, capaces d'aconseguir una àmplia audiència a Catalunya i, a més, projecció exterior.

Una política lingüística eficaç per al cinema no s'aconsegueix limitant els ajuts públics als productes fets en català. Al contrari, aquesta és la política lingüística més cara i inútil que es pot fer. Per ser eficaç en política lingüística cal aconseguir que *Titanic* o *Harry Potter* o *Matrix*, pel·lícules d'èxit amb centenars de milers d'espectadors, s'estrenin en català en cinemes d'àmplia cabuda o posin a la venda en català els seus DVD. En canvi, una política que imposi el català en els rodatges, com a condició per rebre una subvenció, no té res a veure amb el foment de la indústria de l'audiovisual de Catalunya.

Quines línies d'acció hauria de desenvolupar aquest interlocutor únic en el Govern? Quins haurien de ser els principals objectius? En plantejo quatre:

a) *Que creï i consolidi centres de demanda audiovisual radicats a Catalunya*

Segurament per reeixir en aquest objectiu caldrà que el Govern català torni a ser decisiu a Madrid. En la primera legislatura del Partit Popular (PP), es va fer camí dissenyant Barcelona com la seu de Retevisión, que estava cridat a ser el segon gran grup alternatiu a Telefónica. Era un rept que podia situar una gran alternativa empresarial audiovisual a Catalunya, amb la generació d'un viver de negocis en el seu entorn, molt beneficiosos per a la creativitat del nostre país. La majoria absoluta de la segona legislatura va frustrar tota l'operació.

Serà difícil disposar de la necessària empenta inversora si Catalunya no és la seu d'una televisió d'abast estatal. Televisió de Catalunya ha estat, hi insistiré les vegades que calgui, un bon estímul per a l'audiovisual català, sobretot aquests darrers anys, però és només una televisió en obert amb una audiència potencial de poc més de sis milions d'espectadors. Els veritables motors econòmics de l'audiovisual, entre les televisions en obert, són aquells que abasten diverses desenes de milions d'espectadors. No se'ls escapa que el cost d'un producte és el mateix en una televisió estatal generalista que en una televisió autonòmica generalista i, en canvi, la capacitat de generar ingressos de publicitat és com a mínim sis vegades més alta en l'una que en l'altra.

Què cal fer mentre no ens aterri un operador estatal? Cal, d'una banda, potenciar, com ja s'està fent, l'externalització de la televisió pública autonòmica: segons la pàgina web de Televisió de Catalunya, des del 2001 ha coproduït onze sèries i telefilms, en té quatre més en procés de realització i s'ha compromès en divuit projectes de telefilms i en tres de documentals; i, de l'altra, caldrà que en la propera adjudicació del canal múltiple digital terrestre amb quatre programes a la primera televisió privada autonòmica s'exigeixi, entre les obligacions, com també s'ha fet, el desenvolupament de la indústria de producció de continguts a Catalunya.

També ajudarà la indústria catalana que aquesta disposi d'una autopista electrònica gratuïta, sense peatges, per poder trametre productes acabats o en procés de muntatge a les operadores radicades a Madrid.

b) Que potencii o crei línies de finançament específiques per a la producció audiovisual

Com en el cas de les *TV movies*, és una altra iniciativa sorgida en el canvi de mentalitat de la meitat dels anys noranta que va trobar la seva millor empenta l'any 1999 i, paradoxalment, no des de Cultura, que n'era el competent, sinó des del Departament d'Economia, on l'aleshores conseller Artur Mas va ser receptiu a la petició de l'associació de productors Barcelona Audiovisual que demanaven que l'Institut Català de Finances incorporés a les seves línies de crèdit una d'específica per a l'audiovisual. S'assumia el nou discurs sobre l'audiovisual, diferent al tradicional de Cultura. Actualment, les dues associacions catalanes de productors es beneficien d'aquestes línies de finançament i el que cal ara és estendre aquest tipus de col·laboració a les entitats financeres privades, trajectòria que ajudarà també al fet que la indústria audiovisual deixi de mostrar certa opacitat, conseqüència de la seva tradicional dependència dels ajuts públics.

c) *Que faciliti la comercialització dels productes audiovisuals*

S'ha d'augmentar el suport a la presència de les productores en fires internacionals i estimular la formació de «llibreries», en forma de catàlegs susceptibles de ser oferts a distribuïdors i televisions internacionals. En definitiva, es tracta d'articular mecanismes que ajudin a consumir els productes audiovisuals, únic motiu que justifica que se n'articulin per ajudar a produir.

d) *Que potenciï la formació de capital humà en els segments crítics*

Tan important com generar demanda és generar talent. Cal, per una banda, ajudar a contrastar les tècniques pròpies amb les que han permès consolidar diverses línies de productes en altres països amb una indústria audiovisual consolidada; i, per l'altra, cal incloure d'una manera més àmplia la gestió empresarial en les escoles d'audiovisuals, així com potenciar l'ensenyament i la investigació en tècniques d'animació i de postproducció.

I finalment, una tercera resposta a la pregunta «com configurar un entorn públic de l'audiovisual que afavoreixi l'entorn privat» em cau molt més propera: l'organisme regulador independent ha de desenvolupar al màxim les seves capacitats, assumint més competències.

Un dels valors afegits més importants del Consell de l'Audiovisual de Catalunya és la seva independència. Independència en el nomenament dels seus membres, subjecte a majories molt qualificades en el Parlament, i independència en l'aprovació del seu pressupost, que no està subjecte a la prèvia acceptació per part del Govern. És independent del poder polític, Govern i oposició, i dels interessos privats. És, a més, una institució amb potestat sancionadora i amb capacitat normativa, és a dir, amb la funció de poder «adoptar instruccions generals de caràcter vinculant adreçades als operadors per tal de garantir el compliment de la legislació vigent en l'àmbit de les seves competències». Una funció que només la té el Govern mitjançant l'elaboració de decrets.

Aquestes instruccions estableixen els criteris que el Consell aplicarà en el control de les obligacions que s'imposen als operadors per llei. Per tant, són una eina de transparència de l'activitat del Consell perquè faciliten als operadors quina és la interpretació que es fa sobre l'abast de les seves obligacions. Donen seguretat jurídica.

Cal dir que la primera instrucció que el Consell va aprovar i publicar al Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya (DOGC) l'any 2001 té per finalitat la verificació del compliment de les quotes d'emissió i de producció, el conegut com a *inversió del 5 %*, que és una obligació nascuda de la Directiva Televisió sense Fronteres amb la finalitat d'ajudar la producció audiovisual.

D'altra banda, el Consell està treballant en la pròxima creació d'un observatori de l'audiovisual, que permeti conèixer quina és la presència real d'aquest sector a Catalunya i comparar les seves dades amb les de l'Observatori Europeu de l'Audiovisual.

El Consell no podria fer, tal com li mana el Parlament, un diagnòstic anual de l'audiovisual si no parteix d'un coneixement previ al més fiable possible de la seva realitat. S'ha de començar per esbrinar les dades de la seva presència: quantes empreses registra, quants llocs de treball manté, quina facturació presenta, o la seva capacitat d'exportació, el perfil dels seus clients i la diversitat dels seus productes, etc. I a Catalunya no hi ha dades totalment fiables, perquè és un sector que, tal com abans esmentava, ha mostrat sovint certa opacitat.

Com que no hi ha cap organisme a Catalunya que elabori i organitzi de manera global totes les dades que permetin comparar la situació del seu sector audiovisual amb la dels altres països, des de fa uns mesos el Consell treballa en aquesta direcció, amb l'avantatge que la seva pròpia llei de creació el faculta per exigir les dades a les empreses implicades.

Darrerament, ha estat voluntat d'iniciatives parlamentàries proposar que el Consell assumeixi més competències com, per exemple, que els seus informes que són preceptius siguin a més vinculants, i fins i tot s'ha demanat que sigui el Consell el que adjudiqui les llicències de ràdio i de televisió. Estic segur que si algun dia el Parlament ho decideix, en el Consell sabrem assumir aquestes noves responsabilitats des de la garantia que dóna la nostra independència i l'experiència que estan acumulant els excel·lents professionals que treballen en la nostra administració.

I anem, com a punt final, a una reflexió que presento amb una expressiva frase d'un creador francès, el director de cinema Claude Lelouch, que vostès coneixen: cal lluitar per al «dret dels pobles a disposar del seu propi imaginari».

És una frase molt aclaridora. El llenguatge més eficaç per exercir aquest dret al segle XXI és l'audiovisual. I només podran mantenir el seu imaginari aquells països que disposin d'una raonable indústria de l'audiovisual. Els que no, seran envaïts per un altre imaginari, com ens tenen acostumats les *majors* americanes. L'audiovisual és avui el principal canal de creació i de divulgació dels referents culturals d'un país.

Catalunya, país que no té un color per identificar-se als mapes perquè no és un Estat, necessita encara més lluitar per aquest dret, i, per tant, disposar de les eines per reeixir.

Encara tenim oportunitats? M'agradaria que el debat que a continuació s'enceta ens ajudi a enfortir l'optimisme.