

## **XVI Conferència Anual de la SCC 2006**

---

Informe sobre les polítiques comunicatives  
del Govern de la Generalitat (2004-2006).  
Una política de comunicació catalanista i d'esquerres

*per Enric Marín*

Professor de la Universitat Autònoma de Barcelona  
i exsecretari de Comunicació del Govern de la Generalitat

Aquest informe vol ser un relat esquemàtic i valoratiu dels principis i les línies de treball desenvolupades des de la Secretaria de Comunicació al llarg dels primers dos anys i mig del Govern originat pel pacte del Tinell, fins al trencament produït el mes de maig d'enguany. I ho faig amb una actitud ambivalent: amb la passió de qui ha estat actor i des de la distància crítica del professor. Espero que aquesta tensió no devaluï el rigor de l'esforç narratiu.

Com és sabut, des de la Secretaria de Comunicació, el Departament de Presidència desenvolupa el que podríem dir-ne polítiques industrials en el camp del mitjans de comunicació alhora que gestiona les polítiques informatives del govern.<sup>1</sup>

Les polítiques públiques de comunicació del Govern catalanista i d'esquerres han estat inspirades per la reflexió llarga i plural sobre aquesta qüestió que es va produir a Catalunya al tombant de segle al si de les institucions democràtiques: universitat, Col·legi de Periodistes, Consell de l'Audiovisual (CAC), Parlament... Un dels punts de més significació i densitat política en aquest procés de presa de consciència col·lectiva fou la resolució del Parlament de Catalunya del 1999 que va definir el full de ruta del sistema català de comunicació per als anys següents: reforma, professionalització i desgovernamentalització dels mitjans de comunicació públics; competència exclusiva de la Generalitat en matèria de mitjans de comunicació i regulació independent de l'audiovisual a través del CAC.

La situació política<sup>2</sup> no va fer possible que la Generalitat assumís plenament tots aquells objectius fins al pacte del Tinell, a finals del 2003. Llavors, l'acord de Govern catalanista i d'esquerres va incloure pràcticament tota la filosofia aprovada pel Parlament el 1999, que d'aquesta manera es va convertir en el programa del nou Govern en l'àmbit de la comunicació. El diagnòstic bàsic que va informar la redacció dels aspectes relacionats amb les polítiques públiques en el camp de la comunicació es pot resumir en el següents punts:

— *Mutació social*: reconeixement del paper de les noves tecnologies interactives de la informació i la comunicació com a factor de canvi que està alterant les formes de producció, distribució i apropiació de béns simbòlics, modificant els hàbits de consum cultural, creant una nova dinàmica entre la dimensió local i la global i atorgant un protagonisme renovat a les identitats culturals.

— *Canvi de cicle polític*: amb l'esgotament del pujolisme i el reconeixement de la necessitat d'ampliar i actualitzar les bases de l'autogovern

1. Aquesta coincidència, clara herència del darrer pujolisme, és un dels aspectes més discutibles de l'arquitectura de Govern del tripartit.

2. Pacte PP-CiU a Madrid i a Catalunya.

català, la percepció de transició a un nou cicle polític també afectava la valoració de les polítiques culturals i comunicatives.

— *Estancament de l'ecosistema comunicatiu català*: després dels darrers avenços dels anys noranta,<sup>3</sup> es mantienien les mateixes debilitats estructurals del sistema. Així doncs, calia ordenar i consolidar la xarxa local de comunicació; facilitar la creació de grups de comunicació de dimensió europea; definir i consolidar el model català de mitjans audiovisuals públics; afinar els sistemes de mesuratge d'audiències o invertir la situació de subalternitat de la llengua catalana. La imatge del sistema de cultura i comunicació català del tombant de segle era —i és— la d'un trencadís en el qual algunes de les peces no hi són o encara no s'han ordenat per formar una figura prou definida i plena de sentit.

I un darrer element de reflexió que ha inspirat aquests anys les polítiques públiques en el camp de la comunicació ha estat el de la relació entre cultura i comunicació i el paper econòmic de la cultura. D'acord amb aquesta perspectiva de pensament, la cultura és creativitat; és a dir, producció de sentit. També és identitat i, en el context de la cultura de masses, indústria. I una indústria en creixement constant. Per les indústries culturals passen una bona part de les oportunitats de futur del nostre país. Territori geogràficament divers i pobre en matèries primeres, Catalunya ha basat l'èxit econòmic en la combinació de creativitat i cultura moderna de treball. La base sòlida per al desenvolupament de les nostres indústries culturals és, precisament, la coexistència d'una forta identitat, una singular capacitat creativa i una llarga i genuïna tradició industrial. Partint d'aquesta base, la connexió entre cultura i comunicació a Catalunya ha de tenir en compte tres criteris generals:

1. La cultura de masses i la comunicació de masses són una conquesta democràtica que delimita un espai transversal de contrast i confrontació d'idees, imatges i valors. Més que pensar en la falsa oposició cultura de masses / alta cultura, cal garantir una relació creativa entre innovació i cultura popular tradicional, entre modernitat i tradició. I entre cultura local i cultura global.

2. Una política cultural democràtica no es pot limitar a donar prioritat a la cultura entesa només com a espectacle. La cultura moderna ha de desbordar la lògica del despotisme il·lustrat i esdevenir espai social de participació. El millor espectador cultural és aquell que coneix la gramàtica de la producció de sentit. De fet, sense la socialització dels llenguatges artístics i científics no és possible fer emergir el potencial de creativitat social i civisme democràtic contingut en el ferment cultural.

3. La «punta de llança» de les nostres indústries culturals és el sector audiovisual. La tradició cultural catalana s'adapta perfectament als re-

3. Edicions catalanes d'*El Periódico* i *El Segre*, Vilaweb...

queriments específics de la producció de continguts en l'àmbit de l'audiovisual. A Catalunya, Internet i les comunicacions electròniques es desplegaran plenament si actua amb força l'estímul dels continguts. Per això cal aprofitar la ràpida migració a la digitalització de les indústries comunicatives per donar forma a un veritable «clúster» de l'audiovisual català. Gestionar de forma separada el trànsit a la societat de la informació, la comunicació de masses i les expressions culturals no industrials ja no té sentit: és debilitar el nostre mercat lingüístic i cultural i no adaptar-nos adequadament a la globalització.

Tot i partir d'aquest bagatge, el fet és que en el moment de la formació del Govern de coalició el repartiment de carteres entre les diferents forces polítiques va fragmentar excessivament les competències en matèria de comunicació i va limitar molt el marge d'actuació dels responsables d'executar les previsions del pacte del Tinell en aquest camp. Però a la primavera del 2004, al cap d'uns tres mesos de funcionament del nou Govern, es va produir un altre fet que també ha marcat profundament les polítiques de la Generalitat durant aquests darrers dos anys: la crisi provocada per l'anomenat *informe apòcrif* sobre els mitjans de comunicació que va divulgar Convergència i Unió. Les conseqüències d'aquell escàndol van provocar un relleu al capdavant de la Secretaria de Comunicació. Fet que va proporcionar l'oportunitat per redefinir parcialment l'organització de l'Administració de la Generalitat en aquest àmbit. Així, la Secretaria de Comunicació va concentrar una bona part de les competències i funcions del Govern en l'àmbit dels mitjans de comunicació. Els moviments més significatius van ser el següents:

— La Subdirecció General de Mitjans Audiovisuals, que havia de pilotar el trànsit de la televisió analògica a la digital, va convertir-se en la Direcció General de Serveis i Mitjans de Difusió Audiovisuals.

— La Direcció General de Difusió Corporativa, encarregada de la publicitat institucional del Govern, es va adscriure novament, com en els governs anteriors, a la Secretaria de Comunicació.

— Al mateix temps, es va crear una comissió interdepartamental<sup>4</sup> encarregada de coordinar i impulsar les polítiques relacionades amb aquest àmbit: la Comissió de Comunicació, Tecnologia i Audiovisual, presidida pel llavors conseller en cap (en funcions, pel secretari de Comunicació), que aplega els diferents organismes de la Secretaria de Comunicació, la Secretaria de Telecomunicacions i el Centre de Telecomunicacions (CTTI), l'Institut Català de les Indústries Culturals i la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV).

4. Amb reunions de periodicitat quinzenal, aquesta comissió havia de permetre fer polítiques transversals entre els departaments de Presidència, Cultura i Universitats i Societat de la Informació.

— Finalment, es va crear un Gabinet de Comunicació Estratègica amb la missió de planificar i donar suport al secretari de Comunicació en l'exercici de les seves funcions. Particularment, en tot allò que fa referència al seguiment de les polítiques industrials i la coordinació interdepartamental.

De tota manera, més enllà de la reorganització administrativa, la crisi de l'informe apòcrif va introduir novetats significatives en l'àmbit de les relacions del Govern amb els mitjans de comunicació de titularitat privada. Un dels possibles orígens remots de l'escàndol havia estat la decisió del conseller en cap d'eliminar totes les subscripcions en bloc als diaris, que introduïen elements de distorsió tant en el mercat com en les relacions entre la premsa i el Govern. Però, tot i així, la crisi va confirmar la determinació governamental en aquest tema i les bones pràctiques es van ampliar al sistema d'atorgament de subvencions del Departament de la Presidència als mitjans de comunicació, que a partir de llavors es van fer públiques i es van atorgar per concurs. Tot just el contrari del mètode discrecional i opac utilitzat fins aleshores. Com a colofó del canvi i de la política de transparència, el desembre del 2004 el Govern va presentar al Parlament tres informes sobre les subvencions, les subscripcions i la publicitat de la Generalitat en la premsa durant els deu anys anteriors.

Així doncs, els elements o els fets que han marcat inicialment la política d'aquests anys han estat el consens del 1999 (per dir-ne d'alguna manera), els continguts del pacte del Tinell i la crisi de l'informe apòcrif amb les seves conseqüències. I, a tot això, s'hi ha d'afegir la gran novetat en l'àmbit de la televisió: el procés de transició a la TDT, que de fet es va convertir en el projecte estel·lar de la legislatura per les seves implicacions polítiques, empresarials i comunicatives. L'aposta de la Secretaria de Comunicació per la TDT no ha estat una aposta excloent,<sup>5</sup> però sí prioritària. Això per tres motius:

1. La TDT és la tecnologia de difusió del senyal digital que millor vincula la producció, la distribució i el consum al territori. En conseqüència, és una oportunitat per «localitzar» i fixar i potenciar territorialment les indústries de l'audiovisual.

2. Les possibilitats d'interactivitat de la TDT poden fer d'aquesta tecnologia una porta a la popularització de la societat de la informació per a capes socials deficientment incorporades o directament marginades.

3. La necessitat d'accelerar la seva implantació<sup>6</sup> davant la ràpida evolució de formes de difusió del senyal digital alternatives i menys «territorials» (ADSL...).

5. La ràpida evolució de les tècniques de compressió del senyal digital desaconsella fer cap mena d'aposta excloent.

6. Va ser aquesta la raó que va fer proposar un «calendari català d'implantació de la TDT», a la qual fem referència més endavant, que fou pactat amb el Ministeri d'Indústria (MICT) i presentat pel conseller primer al Parlament de Catalunya el juny del 2005.

D'acord amb totes aquestes consideracions, podem esquematitzar les línies de treball seguides al llarg d'aquests dos anys i mig en els punts:

— La col·laboració estreta amb el Parlament per fer les lleis d'ampliació de competències del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) i la Llei de comunicació audiovisual. També en l'elaboració de la futura Llei de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuais, que el trencament del tripartit i el consegüent avançament electoral ha impedit aprovar dins d'aquesta legislatura.

— La col·laboració estreta amb el CAC en la definició d'un model de televisió de proximitat amb la voluntat de garantir la qualitat i el servei públic de les desenes de nous canals locals de TDT que es posaran en marxa, com a molt tard, el gener del 2008. I també en el procés d'atorgament de les noves concessions de televisió local, pública i privada, que ha incorporat elements estrictament modèlics des del punt de vista legal i democràtic: per primera vegada a l'Estat espanyol un organisme independent del Govern ha decidit les concessions.

— El Pla d'Implantació de la TDT, presentat al Parlament de Catalunya a la primavera del 2005, que ha guiat totes les actuacions del Govern en aquest camp i ha planificat el desplegament de la televisió digital i l'avançament de l'apagada analògica a Catalunya per als pròxims anys. Ha estat també una iniciativa pionera i, per això, ha fet les funcions de pla pilot de la implantació de la TDT a l'Estat espanyol.

— L'impuls de serveis i infraestructures de suport al sector audiovisual, sobretot a les noves televisions locals que sorgiran: el Servei Català de Doblatge, que a partir del 2006 posa a disposició de les televisions la versió doblada al català de totes les estrenes de cinema; el consorci TD-Com, que vetlla per una gestió igualitària i de qualitat de la difusió del senyal de la futura TDT local; el Consorci del Mercat Audiovisual de Catalunya, ubicat a Granollers, que esdevindrà una infraestructura permanent de serveis professionals a les televisions locals...

— La creació d'un nou sistema de subvencions transparents i regulades per concurs a partir del 2005, amb dues vessants: el suport automàtic a la premsa digital, la ràdio i la televisió en català, que fins llavors havien estat incomprensiblement oblidades pel sistema d'ajuts públics, i els ajuts del Departament de la Presidència als projectes dels mitjans de comunicació.

— El suport equitatiu i no discriminatori als consorcis públics de televisió local: la XAL (Diputació de Barcelona) i Comunicàlia (diputacions de Tarragona, Lleida i Girona), que també han rebut subvencions de la Generalitat de Catalunya per finançar les seves activitats de suport a les televisions locals, tant públiques com privades.

— Actuacions clau en el camp específic de la premsa, com el suport al pla de viabilitat del diari *Avui* per evitar-ne el tancament (recordem que va fer fallida). L'*Avui*, símbol de la premsa catalana, però que no tenia el futur assegurat ni estava normalitzat des del punt de vista empresarial, afronta ara la reconversió amb aportacions extraordinàries de fons públics transparents i garantides durant el període 2005-2009. Al mateix temps, s'ha incrementat el suport automàtic a la premsa en català (+2 % el 2004, +10 % el 2005 i +33 % el 2006), després de la congelació de l'ajut durant la legislatura anterior.

— Com a conseqüència del canvi en el camp de les ajudes a la premsa i de la necessitat de bastir polítiques democràtiques en aquest àmbit, el Govern de Catalunya va impulsar l'organització a Barcelona del Simposi Europeu d'Ajuts a la Premsa a la primavera del 2006. Per primera vegada, aquest simposi va reunir representants dels països comunitaris per debatre aquesta qüestió de manera pública i transparent i per intercanviar informació sobre els sistemes d'ajuts a la premsa dels diferents governs europeus. Les conclusions del simposi es presentaran a les autoritats comunitàries per tal de promoure el debat sobre aquesta qüestió en l'àmbit europeu.

En l'àmbit de les noves infraestructures de suport genèric al sistema de comunicació català, cal destacar-ne dues més:

1. L'Agència Catalana de Notícies (ACN), un projecte aturat al qual es van donar els instruments necessaris per convertir-lo en un servei útil al sector, capaç d'oferir continguts en tots els formats. Les aportacions pressupostàries a l'ACN estan garantides per un conveni que cobreix el període 2005-2007 i es preveu que tingui continuïtat amb un nou conveni 2007-2009.

2. El suport al Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, amb un conveni 2005-2008 que ha permès la posada en marxa d'aquest nou instrument de mesura de les audiències dels mitjans de comunicació als territoris de parla catalana, de plantejament gairebé fortament innovador. Les primeres dades, amb precisió comarcal, començaran a publicar-se el 2007.

Aquestes dues mesures, de forta càrrega pressupostària, no estaven incloses en el pacte del Tinell, i no haurien estat possibles sense la supressió de la política de subscripcions en bloc i la racionalització de la política de subvencions.

En una línia d'actuació menys visible, també s'ha decidit incidir en el camp del coneixement. Així, institucions de caràcter bàsic han rebut un impuls decisiu per a la seva estabilitat en els pròxims anys: l'Institut de la Comunicació (InCom-UAB), que guanya estabilitat i solidesa per als seus projectes de recerca amb un conveni 2006-2008; en el mateix àm-

bit, el projecte de l'Observatori de la Producció Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra (UPF), amb les subvencions de 2005 i 2006; la Fundació Centre de Documentació Política (FCDP), amb el contracte programa 2006-2008, el primer de la seva història, que consolida aquesta institució com el centre de documentació de premsa de l'Administració catalana.

Finalment, la «joia de la corona», la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, creada el 1983, que ha d'afrontar uns reptes de futur tant o més importants que els del passat, i a la qual s'ha assignat el paper de «locomotora catalana» del trànsit a la digitalització del sistema audiovisual. La llei, inacabada aquesta legislatura, hauria garantit l'estabilitat i la gestió professional. Però, *primum vivere, deinde philosophari*, encara ha estat més decisiva l'aprovació del contracte programa 2006-2009, el més important de la seva història. Aquest contracte programa preveu la liquidació del sistema de finançament per endeutament i garanteix els mitjans materials per afrontar la situació cada vegada més complexa i altament competitiva del sector audiovisual. De fet l'actual contracte programa garanteix els recursos per permetre que la Corporació consolidi les funcions que li corresponen com a empresa pública audiovisual nacional projectada al futur. El moviment seguit en el cas català ha estat l'invers del cas espanyol. Aquí hem apostat per la centralitat de l'empresa pública i a Madrid ja es dona per fet el caràcter complementari de l'oferta privada de RTVE.

Moltes d'aquestes actuacions i decisions no han estat exemptes de discussió dins i fora del Govern. Algunes agres, certament. Però el debat sobre la seva idoneïtat no ha paralytitzat l'acció de l'executiu. Al contrari, el debat i l'acció coordinada amb altres unitats del Govern (ICIC, Secretaria de Telecomunicacions), amb institucions com el CAC, amb els representants de la comunicació local (XAL, Comunicàlia) o amb els de l'Administració de l'Estat (MICT) han servit per fer viables els projectes de la Secretaria de Comunicació durant aquesta etapa.

Si hem de fer un balanç, podríem dir que el Govern catalanista i d'esquerres ha significat una clara inflexió en la definició de les polítiques públiques en el camp de la comunicació a Catalunya. Un punt d'inflexió insuficient, però. El final abrupte i traumàtic del tripartit ha deixat a mig camí una part de les línies de treball previstes. Per altra banda, és obvi que per tal de consolidar alguns dels canvis iniciats, caldrà que es generin noves dinàmiques de govern que en el moment d'escriure aquestes línies (estiu del 2006) no semblen gens garantides:

- Enfortir la transversalitat de les polítiques governamentals en el camp de la cultura, la comunicació i la societat de la informació.

- Entendre que el binomi cultura/comunicació està ben bé en el centre del projecte nacional català, i fer les apostes pressupostàries adequades.



— D'acord amb l'anterior consideració, definir com a objectiu governamental prioritari el bastiment d'una indústria cultural forta, moderna, competitiva, des d'una concepció nacional catalana i amb dimensió internacional i vocació exportadora.

— Consolidar (legalment i financerament) la CCRTV, com a pedra angular del «clúster» audiovisual català.

— Aprofitar totes les oportunitats que la digitalització ofereix al multilingüisme per tal de fer possible la formulació d'un «pla estratègic de les llengües» que permeti que la llengua catalana adquireixi l'estatus de llengua comuna i vehicular a casa nostra.

En el camp de les polítiques comunicatives s'estan jugant tres partits. El de la qualitat democràtica, el de la indústria de l'imaginari i el de la llengua. Estem assistint a les jugades decisives, i els universitaris no ens podem limitar a fer d'espectadors.