

## Pròleg

*L'Informe de la comunicació a Catalunya 2013–2014* conté la informació més rellevant sobre el canvis de tot ordre que s'han produït en el conjunt del sector durant els últims dos anys, emmarcats en un període de mutacions particularment intenses. I també incorpora les més suggeridores línies d'anàlisi i reflexió que els diversos autors i autores han identificat per situar i donar sentit a les principals tendències observades.

El marc general d'interpretació dominant en el camp de la comunicació no ha estat objecte de variacions profundes durant aquests anys 2013 i 2014. L'evolució del sector més aviat ha aprofundit i radicalitzat les derives apuntades abans, durant la implantació de l'hegemonia de la digitalització i les xarxes que connecten dispositius mòbils. Això vol dir també que, malgrat alguns indicis recents relatius a la sortida de la recessió econòmica, la crisi dels mitjans de comunicació convencionals té una dinàmica pròpia —amb factors com el descens dels ingressos publicitaris o la contracció dels suports tradicionals de difusió (com el paper o la televisió generalista en obert) pel canvi d'hàbits de consum— que la fa molt severa. L'adaptació a l'entorn digital no acaba de trobar sistemes prou efectius de retorn i de realització i compensació del valor en inversió i treball per part dels mitjans. Costa trobar nous sistemes de cobrament que compensin la mobilització de recursos que suposen els mitjans de comunicació, que garanteixin la viabilitat econòmica de les seves empreses i que puguin proporcionar una adequada remuneració a les diverses modalitats del treball periodístic, intel·lectual i creatiu que contracten.

Complementàriament, l'aprofitament de la versatilitat dels dispositius intel·ligents i de les aplicacions que poden incorporar sembla més sensible al dinamisme de les propostes procedents del sector de l'entreteniment que no pas a les del sector de la informació, la comunicació i el coneixement. I s'ha fet encara més evident que els principals paradigmes de funcionament del conjunt del macrosector de la comunicació i la cultura no provenen de les rutines de la informació, sinó que és el treball informatiu el que pren models de l'àmbit de la publicitat, l'entreteniment o el màrqueting. En aquestes condicions,

es fa molt difícil que els mitjans informatius més exigents i sovint de pagament —inclosos els digitals— puguin competir en el mercat d'usuaris i receptors amb la proliferació de llatinadures gratuïtes i sense filtre que les xarxes no paren de proporcionar.

En el moment actual del procés de mundialització, el panorama del sector a Catalunya mostra una combinació prou característica entre, d'una banda, un nombre creixent de factors d'homologació respecte als comportaments dels altres ecosistemes nacionals pròxims i, de l'altra, la continuació d'algunes particularitats locals que responen a problemes específics i deficiències estructurals de l'ecosistema català. En general, podríem dir que ens acostem cada vegada més, segons molts indicadors, al batec i al ritme respiratori que imposa el sistema global i fins i tot que, en determinats àmbits, la nostra producció i els nostres hàbits de consum ens situen a prop de les societats comunicativament i culturalment més desenvolupades. Però també resulta evident que el context de la crisi econòmica i de model democràtic ha tingut i té l'efecte de deixar més al descobert, encara, els desequilibris i disfuncions d'un ecosistema de cultura i comunicació que ha estat, successivament, perseguit, ignorat i menystingut per l'Estat que l'hauria hagut de protegir. Mantenim, sense haver avançat gaire en aquests dos anys, l'esforç d'homologació amb les societats, cultures i sistemes de comunicació de la nostra dimensió. Però no som capaços de corregir amb prou determinació els problemes principals que arrosseguem, ni ens hem pogut encara apropiari dels instruments més adequats per fer-ho.

Patim un greu handicap polític i econòmic que tenalla les polítiques públiques catalanes en el camp de la comunicació i que perjudica igualment el sector públic i el sector privat. Aquest handicap es perpetua pel fet de no disposar d'un estat —o dels instruments equivalents— que assumeixi com a prioritat la musculació del sistema nacional de comunicació i cultura. Només cal veure quants altres sistemes de comunicació de la dimensió del nostre són capaços de mantenir, avui, la vitalitat sense aquests instruments: cap. Aquesta circumstància —absolutament determinant— es veu agreujada perquè el sistema català de comunicació no ha pogut comptar tampoc —per la mateixa subordinació i les mateixes raons històriques de fons— amb unes classes dirigents nacionals interessades a construir, reproduir i actualitzar la seva identitat a partir d'aquest sistema. Per això, tret de ben poques excepcions, la iniciativa privada ha estat tan poc compromesa en el desenvolupament d'un teixit empresarial de la comunicació i de les indústries culturals que en garanteixi la consolidació. Indiscutiblement, hi ha hagut i hi ha iniciatives interessants, incloses algunes d'ambicioses i arriscades. Però la majoria de grups de comunicació de llarga implantació i de referència, encara que tinguin la seu a Barcelona o que el seu àmbit de difusió sigui poc més que l'estrictament català, mantenen una inèrcia d'actuació de clau espanyola, i limiten a l'horitzó espanyol o hispànic projectes i iniciatives que, en altres circumstàncies, potser els permetrien esdevenir globals.

En resum, quan la crisi i l'acció restrictiva de l'Estat espanyol ha forçat les polítiques públiques catalanes a la retallada i quan, alhora, el sector privat ha trobat eixutes les fonts ordinàries de finançament i subvenció,

les febleses, insuficiències i retards crònics no han pogut ser dissimulats per les cuines estadístiques. I han aflorat.

Les retallades en els pressupostos públics destinats al sector, tant per part de l'Estat com de la Generalitat, la contrareforma legislativa operada a partir de 2011 —a Espanya i a Catalunya— i les mesures polítiques com l'increment de l'IVA aplicat a bona part dels consums culturals o la pressió sobre la posició de la llengua catalana en el sistema educatiu han fet molt visibles les costures estripades d'un sistema català massa subordinat a la condició de subsistema dels sistemes espanyol i global. El sistema audiovisual català, per exemple, paral·lelament a la millora de la posició de la ràdio en l'espai de desplegament propi, experimenta un lleuger retrocés en la posició de la televisió. I això és així tant si considerem que la llengua és el factor clau en la delimitació de l'ecosistema català com si prenem com a referència central altres factors, com la seu de les empreses o la residència de les audiències.

Enmig d'un canvi tecnològic de gran abast, que determina unes modificacions dels hàbits en matèria de comunicació i cultura que ja no es mesuren per generacions sinó per diferències de molt pocs anys entre els participants, resulta greu no disposar de la capacitat pública i privada, política i econòmica, d'intervenir en aquest procés amb l'ambició i la perspectiva suficients. El dèficit flagrant de poder polític i la desproporció entre els recursos que la societat catalana genera i els que pot destinar a les iniciatives públiques o a donar suport a les privades constitueixen les causes principals de la fragilitat d'aquest sector a Catalunya. I en els darrers dos anys, malgrat les excepcions personals i institucionals que es vulgui, no s'han produït, sectorialment, actuacions destinades directament a canviar aquesta situació. Les bones intencions i les actituds militants poden ajudar a dinamitzar àrees especialment vulnerables del sistema comunicatiu, però no poden compensar la falta d'una política nacional del sector que compti amb el poder polític i els recursos suficients per poder ser desenvolupada.

Les dades catalanes sobre el nombre de mitjans contrasten amb les dels recursos generals que mou el sector. La importància excepcional que té la comunicació local i de proximitat és un element a considerar, però no pot amagar la desproporció: un nombre molt elevat de mitjans i uns recursos exigus. Aquesta desproporció ajuda a explicar, com a mínim en part, l'atomització d'iniciatives, les dificultats de professionalització o la precarietat laboral en el conjunt del sistema. Des d'aquesta perspectiva, els anys considerats en l'*Informe* indiquen més retrocessos que avenços. Ni la proliferació de treballadors autònoms de la informació i la cultura, sotmesos a diversos règims d'autoexplotació, ni l'aparició d'una remarcable quantitat de projectes de caràcter cooperatiu poden modificar la percepció anterior.

D'ençà, sobretot, de 2014 ha anat prenent força a Europa una nova ofensiva per limitar el paper del servei públic audiovisual. Fins i tot gegants com la BBC veuen el seu futur amenaçat. Això vol dir que, en un país amb un sector privat audiovisual tan encongit i un mercat tan colonitzat i dependent, és fonamental plantejar bé la defensa de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, que és la peça clau de tot el sistema. Per això, lluny d'establir prioritats massa restrictives d'ordre

pressupostari i laboral o de considerar externalitzacions impròpies o reduir activitat, cal actualitzar la definició de la seva missió de servei públic, dotar la CCMA dels recursos adequats perquè pugui complir la funció de motor industrial, fer-la més eficient i fer més transparent la seva gestió, involucrant-hi els treballadors.

La vitalitat de la comunicació local li ha permès, malgrat totes les penúries i una mortalitat significativa, trobar fórmules que l'han fet especialment resistent a la crisi. En el segment empresarial de la comunicació de proximitat s'ha produït una mena de selecció natural que mostra alguns models de supervivència i de viabilitat. La nova ordenació del sistema, que sembla necessària i inevitable, ho haurà de tenir en compte. D'altra banda, cal destacar en positiu l'esforç de reorganització fet al voltant de la Xarxa i l'acció aglutinadora de la Federació d'Associacions d'Editors de Premsa, Revistes i Mitjans Digitals.

Aquest dos anys (2013–2014) han mostrat l'efecte acumulat sobre els mitjans públics i privats del descens simultani dels ingressos publicitaris i de les subvencions públiques. La caiguda dels recursos disponibles en el conjunt del sistema ha estat especialment greu per a la producció audiovisual i cinematogràfica. Mentrestant, l'audiència de la televisió pública catalana —que es manté clarament com la televisió de referència— ha donat senyals de deteriorament com a conseqüència directa de les constriccions pressupostàries sostingudes. En ràdio, el lideratge de RAC1, en competència amb Catalunya Ràdio, sumat a la resta d'opcions generalistes i de fórmula, fa que aquest sigui el primer gran mitjà convencional en el qual el català, a partir d'una oferta prou diversificada i de qualitat, es consolida com a llengua preferent d'emissió i de recepció. Encara hi ha pendent de completar, però, el reequilibri entre les ràdios públiques i les privades.

Altres fenòmens significatius recents que cal consignar són l'accelerada reorganització de la televisió i dels continguts audiovisuals de pagament, amb el pes creixent de la connexió per fibra òptica i les descàrregues per subscripció. Això coincideix amb un increment de l'accés a internet —a prop de la saturació, però només a l'interior del perímetre d'exclusió, per edat i per condició social, que és el repte públic pendent més important a superar— i el predomini de les plataformes i les connexions lligades a la mobilitat. Aquesta hegemonia creixent d'internet i les seves extensions ha mantingut molt actiu el discurs apologetic sobre les xarxes i sobre la llibertat que atorguen als usuaris individuals, en contrast amb la dependència respecte als emissors que caracteritzaria els vells membres de les audiències tradicionals. Però ja s'han començat a fer sentir discursos crítics que assenyalen molts límits a aquesta llibertat i que consideren sobreestimat el pes i la transcendència efectiva de les xarxes en el seu actual estadi de desenvolupament. Finalment, indiquem també el dinamisme mostrat en el camp publicitari per explorar plataformes, llenguatges i formats nous i saber-s'hi adaptar. Probablement, aquestes noves modalitats atrauran bona part dels recursos vinculats a la recuperació econòmica; de manera que, sens dubte, la represa no resoldrà els problemes econòmics dels mitjans convencionals en el seu procés de transformació i d'acomodament a les noves condicions.

Podem contemplar el moment actual des de moltes perspectives. La perspectiva que es fixa preferentment en la comunicació ens permet veure-la caracteritzada, sobretot, per la creixent importància i centralitat de les visions cada vegada més integrals i integrades de les pràctiques comunicatives en tota mena d'organitzacions i d'institucions (empresarials, socials, polítiques, culturals...) i pel reconeixement del valor determinant que té disposar de bona informació i de coneixement expert a l'hora de prendre bones decisions. Si és així, cal comptar que, sigui quin sigui l'escenari polític català immediat, les polítiques de comunicació i cultura hi hauran de tenir un paper determinant i hauran de disposar dels instruments que li corresponen a una dimensió tan decisiva en qualsevol projecte polític i social contemporani. A Catalunya, el pes dels dèficits estructurals gestats al llarg d'una història plena d'interferències i sotmetiments forçats fa encara més necessari recórrer a les polítiques per assegurar la fortalesa de l'ecosistema de comunicació. És la infraestructura i l'esquelet bàsic del sistema cultural, i una peça clau de la cohesió i la qualitat del sistema social i del benestar.

Per això, entre els reptes principals que té plantejats l'ecosistema català de comunicació i cultura —i, en conseqüència, entre els objectius primordials que han d'afrontar les polítiques públiques que se li adrecen— en voldria destacar alguns. En primer terme, em sembla que, per evitar bosses de marginació cultural, cal eixamplar, encara, les facilitats generals d'accés al sistema perquè abasti efectivament tota la població catalana. Hi ha molts segments de població que no disposen de vincles de qualitat amb el conjunt de l'ecosistema: per manca de recursos per adquirir aparells o contractar serveis, per deficiències d'instrucció, per desconeixement de les rutines i llenguatges fonamentals (analfabetisme tecnològic, desconeixement de llengües —inclosa la catalana—), etc.

També cal prioritzar —em sembla— i plantejar amb urgència l'objectiu d'assumir la gestió íntegra de l'espectre radioelèctric. És imprescindible disposar d'una nova planificació que serveixi per vertebrar el sistema audiovisual català i no, com ara, per subordinar-lo al sistema espanyol. Igualment, cal fer més eficient el sistema públic audiovisual completant la correcció de les redundàncies i duplicitats heretades i superant definitivament la tendència a gestar xarxes de mitjans públics per a cada nivell de l'administració.

Molts països ja han avançat iniciatives i potser a Catalunya podrem encetar aviat la constitució d'una autoritat reguladora independent de caràcter convergent —que incorporaria i eixamplaria les funcions del CAC—, de composició eminentment professional, que abastaria les competències de concessió de títols habilitants, la supervisió del conjunt del sistema, la vigilància dels continguts i la planificació i tutela dels serveis de telecomunicacions. Això contribuiria a racionalitzar la participació pública en l'enfortiment i la posada al dia tecnològica de les infraestructures bàsiques de comunicacions (repetidors, fibra òptica, etc.) com a mecanisme genèric de suport al sector privat. I també podria facilitar l'ordenament adequat del tercer sector de la comunicació, tan important en la nostra tradició i tan carregat de possibilitats en un entorn obert i divers com el català.

Finalment, voldria aprofitar l'ocasió d'aquest pròleg per fer l'elogi d'aquests informes de l'InCom-UAB i de la recerca que els dóna suport, perquè ens van proporcionant una sèrie panoràmica de visions sobre el sector d'una indiscutible qualitat i utilitat. Amb la mateixa intenció, em sembla adequat reiterar aquí la importància de disposar d'un instrument de la centralitat estratègica del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura, i plantejar-ne la recuperació com una prioritat pública al servei del conjunt del sector. El sistemes de mesurament i anàlisi ens són imprescindibles: perquè sense bona informació no es poden fer reflexions rigoroses ni es prenen bones decisions.

**Joan Manuel Tresserras**

Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura  
UAB