

# L'espai audiovisual català: crisi de creixement?

**Josep Gifreu** Catedràtic de Teoria de la Comunicació i Degà dels Estudis de Comunicació Audiovisual de la UPF.

## ■ El espacio audiovisual catalán: ¿crisis de crecimiento?

Siete años después de publicar el estudio «Construir el espacio catalán de comunicación», Josep Gifreu hace una valoración del estado actual y de las perspectivas de evolución de la industria audiovisual en Cataluña y se pregunta sobre la viabilidad del espacio audiovisual catalán y sobre cómo habría que pensar o repensar su potenciación.

## ■ The Catalan Audio-visual Area: Crisis in Growth?

Some seven years after publishing his article «Constructing the Catalonia area of communications», Josep Gifreu evaluates the current situation and the prospects for evolution of the audio-visual industry in Catalonia and asks questions about the feasibility of the «The Catalan Audio-visual Area» and how its potential should be re-appraised.

## ■ L'espace audiovisuel catalan : crise de croissance ?

Sept ans après la publication de l'étude «Construire l'Espace catalan de communication», Josep Gifreu fait une évaluation de la situation actuelle et des perspectives d'évolution de l'industrie audiovisuelle en Catalogne et s'interroge sur la viabilité de l'espace audiovisuel catalan et sur la manière de penser et repenser son renforcement.

La centralitat de la comunicació i de la cultura audiovisual en el desenvolupament integral de les societats europees comença a ser un postulat adquirit a tots els nivells de les instàncies socials, polítiques i culturals rellevants. En aquesta dinàmica cultural i industrial, la pregunta sobre l'estat i l'evolució de la indústria audiovisual europea ha esdevingut un malson recurrent en tots els fòrums relacionats d'alguna manera amb el tema. La pregunta, doncs, sobre l'estat i les perspectives d'evolució de la indústria audiovisual catalana no desentona gens en l'assaig de la simfonia de múltiples veus sobre l'audiovisual europeu. Però, la pregunta sobre la indústria audiovisual, tant a Europa com a Catalunya, remet a una qüestió més àmplia: és la qüestió sobre la viabilitat efectiva d'un espai audiovisual europeu o, en el cas que ens ocupa aquí, sobre la viabilitat d'un espai audiovisual català.

Tal com posà de manifest l'informe «Anàlisi de la indústria cinematogràfica europea», presentat al Fòrum del Cinema Europeu (Estrasburg, novembre de 1996), la indústria audiovisual europea arrossega una gran paradoxa: mentre les xifres revelen un creixement excepcional del mercat europeu respecte als del Japó i dels EUA, els beneficis del creixement van a engreixar les estructures i els circuits extraeuropeus. Aquesta paradoxa, ¿no seria també aplicable a la situació i a les perspectives de l'espai audiovisual català?

## Viabilitat de l'espai català?

D'entrada, en el nostre cas la paradoxa arriba ja només de proferir el nom de l'àmbit de referència. La definició d'un espai audiovisual català, en efecte, topa amb greus dificultats que comencen amb la qüestió de noms. Tal com està evolucionant pragmàticament el terme «català», usat com a qualificatiu diferenciador de l'àmbit de referència, resultarà cada vegada més difícil de poder-lo aplicar

al conjunt de realitats territorials, lingüístiques i culturals, compreses en el que fins ara es coneixia com a domini històric de la llengua catalana i que és reconegut encara unànimament per la ciència romanística, i que alguns sectors civils i polítics entenien sota la denominació de Països Catalans. La denominació de «valencià» a la modalitat del català que es parla en aquesta regió del domini lingüístic no facilita una marca d'origen simple i inequívoca. Però, és ara especialment la negació de la unitat del català per part de la coalició dels partits PP i UV en el govern del País Valencià, l'obstacle més important per a la reinvençió d'un àmbit de referència diferenciat en el mapa dels sentits de pertinença i de les tradicions culturals nacionals a l'Europa de la Unió.

Ara bé, més enllà de la qüestió de noms, cal atribuir a l'herència de la transició política a l'Estat espanyol la matriu d'un paisatge de l'audiovisual català, és a dir, un quadre de competències polítiques i administratives, i un entramat de mercats desarticulat i de difícil vertebració futura. La compartimentació de competències i de transferències en matèria comunicativa i cultural que s'ha dut a terme a partir del bloc constitucional i dels acords posteriors en cada legislatura i respecte a cada una de les comunitats autònomes, no ha ajudat gens ni mica a la reconstrucció d'un espai cultural i audiovisual a compartir entre els territoris històrics de llengua catalana. La història recent de la implantació de les televisions autonòmiques a Catalunya i al País Valencià és un exemple penós de com el conflicte permanent –més o menys soterrat, més o menys atiat, segons els moments– ha presidit els petits avenços en l'obtenció de cotes de presència en l'espai audiovisual propi. La cooperació institucional entre les instàncies culturals i comunicatives de les tres comunitats ha trobat més obstacles que no incentius, i ha estat sovint impedida, no sols per les autoritats centrals, sinó també per les autonòmiques.

Aquest conjunt de problemes sumàriament enunciats ha conduït a una nova etapa de desarticulació de l'espai cultural català (entès en el sentit de la comunitat d'interessos de llengua i de cultura), contràriament al que s'esperava arran de la democratització de la vida pública i política d'un Estat plurinacional i pluricultural com ara l'espanyol.

Davant els nous reptes de la societat de la informació, de la digitalització i de la globalització, l'espai cultural català no ha pogut idear, vertebrar i desenvolupar estratègies potents d'articulació d'una indústria audiovisual pròpia, ni des del punt de vista de la creació i producció, ni des del punt de vista de la distribució i del consum.

Durant aquests anys, la mateixa dinàmica de desarticulació ha permès una major penetració en els mercats de l'espai català de productes i serveis audiovisuals foranis, especialment espanyols i nord-americans. I no ha facilitat l'aparició i la consolidació de sectors industrials i productius propis, capaços de competir a l'exterior. El fet és incontestable: no hi ha cap grup privat català o valencià amb una capacitat d'iniciativa empresarial important en el sector audiovisual, especialment en el subsector de la producció, que pugui ara tenir alguna cosa a dir, per exemple, en la constitució i negociació de les plataformes digitals a Espanya i a Europa.

La qüestió de la viabilitat porta a preguntar-se obertament: ¿podem pensar o repensar la potenciació d'un espai propi de l'audiovisual sense incloure en les estratègies de creació, de producció, de comercialització i de consum, l'àmbit demogràfic i cultural de l'espai català, o si es vol, catalano-balear-valencià? Dit d'una altra manera, ¿podem permetre'ns el luxe, els del nord de l'Ebre o els del sud, els de les Illes o els de ponent, d'arraconar el potencial humà d'uns onze milions d'habitants, que ens permetria d'assolir la massa crítica imprescindible per ser presents, com a cultura diferenciada, a l'Europa del XXI?

Aquests interrogants no tenen una resposta fàcil. Requeririen un recordatori atent de les circumstàncies particulars que han marcat els últims anys l'evolució dels espais culturals i de comunicació propis de cada regió autonòmica. No podem abordar aquí amb prou extensió i detall les diferents experiències col·lectives de cada regió dels Països Catalans, en part forçades pel model de partició autonòmica de la transició, i en part explicables històricament per les dificultats objectives de sincronitzar uns mateixos ritmes de reconstrucció cultural i lingüística. Ens limitarem a examinar en les ratlles següents l'estat de l'espai català de l'audiovisual referit exclusivament a Catalunya. Un motiu addicional per a aquesta limitació és el mateix

àmbit de competències del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), editor d'aquesta publicació.

### Evolució sense rumb

Una ponderada valoració de l'estat actual de l'audiovisual català ha de tenir en compte diversos factors que han incidit en la seva evolució. La pura descripció estadística de valors, com ara el total de les inversions en un subsector o de les audiències d'un mitjà en un moment determinat, no seria suficient per entendre la complexitat de la situació. L'evolució del sistema mediàtic implica prendre en consideració un conjunt de dimensions que han estat determinants, com són el règim de competències entre Administració central i autonòmica, la irrupció de les noves tecnologies, la dinàmica del mercat, etc.

Pel que fa a la vindicació política d'una major capacitat de decisió i desplegament d'un espai audiovisual propi, Catalunya ha estat des de la transició un punt de referència i ho continua sent. Al principi, Catalunya marcà en l'Estatut l'abast de la definició de les competències de comunicació i cultura (que fou seguida pràcticament pels estatuts valencià, de les Illes i altres) i impulsà un procés escalonat de televisió autonòmica al llarg de diverses fases: creació per llei de 1983 de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, creació de la xarxa pròpia de distribució del senyal (1983), inauguració de TV3 (1984), creació del grup d'emissores de ràdio de la Generalitat, creació del segon canal de TV o Canal 33 (1988), impuls de la constitució de la Federació d'Organismes de Ràdio i TV Autonòmics, FORTA (1989), inici de la producció de telenovel·les amb Poble Nou (1994), inici de les emissions de ràdio i TV per satèl·lit (1995), adopció de tres demarcacions per a la implantació de comunicacions per cable a Catalunya (1996), creació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya (1997) i compromís accionarial amb la plataforma Via Digital (1997). Resulta impossible de contextualitzar aquí aquest conjunt de decisions i de mesures. Però, cal recordar, ni que sigui sumàriament, el context espanyol en el qual es desenvolupa la dinàmica descrita.

Una de les constatacions centrals que ajuden a comprendre l'evolució de l'audiovisual català és la relativa al comportament dels mercats implicats.

La unitat del mercat espanyol de l'audiovisual, començant pel cinema i acabant per la ràdio, no solament no s'ha trencat o debilitat, sinó que s'ha anat consolidant al llarg d'aquestes dues dècades.

La indústria del cinema, de la producció a la distribució, s'ha acabat de centralitzar a Madrid com a símbol inequívoc de la consolidació d'un mercat espanyol unitari, amb exhibició en castellà arreu de l'Estat, i que fa negoci a partir de l'explotació en primeríssim lloc del cinema nord-americà (doblats habitualment al castellà), però també en segon lloc d'un cinema espanyol en fase ascendent.

En l'actualitat, tot el cinema que es fa a l'Estat espanyol pot sentir-se representat sota la denominació d'origen de «cinema espanyol». De fet, no hi ha raons de caire econòmic o polític, ni tampoc les vindicacions d'altres moments, per parlar ara de cinemes realment diferenciats. Les denominacions de «cinema basc», de «cinema català» o de «cinema gallec» només permeten, i no pas sempre, de recordar l'origen natiu d'alguns noms de directors, de guionistes i d'actors. Si aquesta unificació interior de referents de la producció cinematogràfica espanyola pot considerar-se un pas endavant en l'estratègia europea de potenciació de l'audiovisual propi, el temps ho dirà. Però, no resulta gens clar que reverteixi en la potenciació d'una indústria catalana del cinema. Sense disposar d'una àmplia capacitat d'intervenció en la producció pròpia, sense una política decisiva de concertació amb els sectors industrials implicats, el cinema català sembla destinat a ser un simple apèndix del cinema espanyol.

Durant anys, s'ha tendit a confondre normalització del cinema català amb normalització «lingüística» en la indústria del cinema a Catalunya. Però els problemes de cada un dels subsectors cinematogràfics bàsics –producció, distribució i exhibició– plantegen mesures molt distintes en el pla de la inqüestionable necessitat d'una certa normalització del català. Produir cinema en català, per exemple, pot arribar a ser trivial o contraproductiu si no es té capacitat coercitiva per imposar quotes de distribució i d'exhibició en pantalla. Fins avui, aquestes quotes només obligaven per al castellà. Tot just ara, la constatació de l'absència gairebé absoluta de pel·lícules en català –doblades o subtítolades– en les pantalles de Catalunya, ha portat a reclamar en

el marc de la nova llei del català l'establiment d'unes quotes lingüístiques de pantalla i de distribució «per als productes cinematogràfics que es distribueixen i s'exhibeixen doblats o subtitulats a una llengua diferent de l'original», i en el marc de llei de l'Estat 17/1994 de protecció i foment de la cinematografia.

Pel que fa a l'evolució de la televisió a Espanya, la seva dinàmica ha seguit un paradigma similar: després d'una primera fase de ruptura del monopoli de TVE amb les primeres concessions de televisions autonòmiques (1984), la posterior privatització (1989), limitada a tres nous canals de cobertura forçosament estatal i sense cap quota de protecció de la diversitat cultural i lingüística, propicià la reconstitució d'un mercat espanyol unitari (per a les audiències i la publicitat televisiva). Recentment, la concentració del mercat espanyol continua encara reforçant-se amb l'aparició de les anomenades plataformes digitals (1997), amb dues empreses –Canal Satélite Digital i Vía Digital– que tendeixen a controlar en règim de duopoli les grans decisions sobre el futur del mercat audiovisual espanyol. Controlen especialment els nous fronts de negoci, com són l'adquisició de drets audiovisuals, la producció de cinema i telesèries, la transmissió del futbol en la modalitat «pagar per veure» i potser les futures programacions del cable.

### Digitalització i lògica perversa

Arran de l'anomenada revolució digital, coincident amb el final del monopoli de les telecomunicacions i, en concret, del servei bàsic de telefonia a tot Europa (1998), Telefónica ha entrat de ple des del 1996 en les activitats i els negocis audiovisuals, constituint-se en motor i actor principal de la plataforma Vía Digital. Amb el suport explícit del govern del PP, Telefónica ha liderat no sols el nou grup mediàtic i multimèdia, sinó també la dura batalla digital contra la plataforma propietat del grup Prisa-Sogecable (batalla centrada al llarg del 1997 en l'afer dels decodificadors i en la discussió dels drets del futbol). Més enllà de la dimensió política i ideològica de la batalla digital espanyola, el que cal remarcar aquí és el fet mateix de la focalització gairebé total del conflicte a Madrid, la marginació de Barcelona i Catalunya, i la presentació de la mateixa batalla en termes de conflicte global espanyol, sense possibilitats de

desmarcament per part de tercers, per exemple, de Catalunya. Aquí, el pes del mercat (espanyol) ha imposat la seva lògica implacable sobre qualsevol altra consideració. Atesa l'envergadura de les operacions financeres involucrades en els futurs negocis digitals, el volum del mercat espanyol obliga a una reducció dràstica dels contrincants. Així és com tota la pugna pel mercat s'ha centrat entre els dos actors empresarials esmentats, s'han eliminat altres alternatives i, malgrat moments d'alta tensió, s'han anat acostant posicions entre les dues plataformes.

És en aquest sentit que s'ha de valorar l'esforç de Televisió de Catalunya per mediar en el conflicte, per intentar de mantenir-se fins a un cert punt neutral entre els dos contendents i per poder salvar la posició pròpia en el desenvolupament de la televisió digital per satèl·lit. La decisió de la direcció de la CCRTV per incorporar-se com a accionista amb un 5 % a la plataforma Vía Digital no deixa de ser una decisió polèmica i arriscada, però manifesta la dificultat estructural de mantenir una estratègia pròpia de penetració, o fins i tot de manteniment de les audiències pròpies, no subsidiàries de les imposicions del mercat audiovisual digital espanyol.

Els recents acords entre la Corporació catalana i Vía Digital d'emetre vuit canals temàtics en català a través d'aquesta plataforma, planteja i obre nous interrogants sobre les quotes reals de presència de l'audiovisual català en aquest quiosc audiovisual al qual accedirem des de casa. Una altra aposta agosarada en aquest mateix sentit és el compromís de la CCRTV en la creació i promoció del complex tecnològic, multimèdia i audiovisual de Media Park, des del qual s'«empaquetaran» els canals temàtics catalans per a Vía Digital. Aquest «parc», de grans prestacions tecnològiques suportades per la multinacional Philips, no sembla gaire lluny, almenys des del punt de vista conceptual, del complex de producció audiovisual de què disposa TVE a Sant Cugat, i que només pot rendibilitzar amb produccions per al mercat espanyol. ¿Serà Media Park un enorme complex per satisfer la demanda de plataformes privades espanyoles, com fins ara per exemple TVE Catalunya a Sant Cugat estava al servei, a part del circuit català, de la producció per a la programació estatal de TVE per als seus dos canals?

Una de les conseqüències més importants de

la nova dinàmica del macrosector audiovisual en fase de digitalització és la imposició d'una lògica mercantilista a tots els problemes que genera la nova fase de reestructuració. Unida a les pretensions de control del sector audiovisual tradicional per part del potent i desregulat sector de les telecomunicacions, aquesta doble lògica mercantilista i tecnocràtica comença a penetrar les polítiques de l'audiovisual. N'és un exemple evident la creació per part del govern del PP de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones per la llei 12/1997 de 24 d'abril de Liberalització de les Telecomunicacions, a la qual el govern pretenia atribuir totes les competències sobre l'audiovisual, inclosos el control dels continguts i la protecció dels drets dels telespectadors. La forta pressió mantinguda per les altres forces polítiques, i especialment per CIU aprofitant la seva condició de soci parlamentari de la majoria en el govern de Madrid, ha pogut fer desistir al Ministeri de Foment de la seva intenció i preveure el transpàs de les competències sobre continguts i drets a un organisme com el sol·licitat pel mateix Senat en la legislatura anterior (llavors postulat com a Consell Superior dels Mitjans Audiovisuals).

Per al futur de l'espai audiovisual català, aquesta doble lògica planteja nous i greus reptes als vells problemes derivats tant de la limitació de les competències constitucionals sobre telecomunicacions i sobre mitjans de comunicació, com de les dificultats de compartir un mercat únic de l'audiovisual espanyol i, en general, de les indústries culturals en castellà. La mercantilització de l'audiovisual, és a dir, la pressió creixent sobre la desregulació absoluta del mercat de l'audiovisual, suscita noves resistències a la intervenció des de les instàncies públiques representatives per garantir el manteniment d'uns estàndards de qualitat, de llengua i de respecte a la identitat particular, que són en definitiva els estàndards propis de l'anomenada «excepció cultural». Aplicada a l'espai català, l'excepció cultural hauria de facultar les autoritats i instàncies públiques legítimes per a l'adopció de les polítiques de cultura i de comunicació més idònies per a la defensa i l'expressió de la identitat particular. Fins a un cert punt, aquesta perspectiva ha inspirat ja algunes noves modalitats d'intervenció

per part del Parlament català i de l'Executiu.

En efecte, l'Administració catalana, sobretot des de la prolixa discussió de la política estatal de telecomunicacions per cable que donà lloc a la llei 42/1995 de 22 de desembre, plantejà un pols amb el govern de l'Estat per controlar alguns aspectes importants que el projecte inicial del cable, proposat per l'últim govern del PSOE, havia ignorat. Entre altres, la intervenció de la Generalitat en la configuració de les demarcacions territorials, en la concessió de les llicències als operadors i en l'establiment de requisits de programació, incloses les quotes de programació en català. Tot i les modificacions introduïdes pel govern del PP (a través del Reial Decret Llei 6/1996 de 7 de juny), el disseny general d'aquesta política va facilitar l'adopció per part del Parlament de Catalunya de la llei 8/1996 de 5 de juliol, de regulació de la programació audiovisual distribuïda per cable. Aprovada amb la unanimitat de tots els grups, la llei representa una fita en la legislació catalana sobre noves tecnologies de la comunicació. I introdueix innovacions importants almenys en dues direccions: d'una banda, assumint i desenvolupant les competències sobre els operadors de cable, la programació audiovisual i el règim sancionador, amb especial atenció a la qualitat i pluralitat de la programació, com també a la protecció de la llengua catalana; i de l'altra, creant un nou organisme, únic a Espanya, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, dotat d'àmplia autonomia i independent respecte del legislatiu, amb funcions de seguiment, d'assessorament i de vigilància sobre els continguts de l'audiovisual a l'espai català. Per primera vegada, el legislatiu català estableix per llei quotes i sancions relatives a la programació televisiva d'obres en llengua catalana. Aquesta voluntat d'intervenció s'ha vist confirmada posteriorment, no sense reticències per part d'alguns sectors polítics i civils, per l'aprovació d'una moció proposant la programació almenys d'un 25 % de cançons catalanes en les emissores de ràdio. I, darrerament, continuada en la llarga discussió de la nova llei del català, que preveu també la imposició de quotes de programació en català en les emissores de ràdio i de televisió de concessió, i que facultava el govern per establir per reglament quotes lingüístiques de pantalla i de distribució en cinema.

### Epíleg: vers un pacte global?

En suma, des de la segona meitat dels anys noranta, sembla detectar-se a Catalunya un punt d'inflexió en l'atenció i la preocupació per la problemàtica específica de l'audiovisual davant la irrupció de les noves tecnologies i dels nous reptes que plantegen a una cultura i a una llengua sense Estat i gairebé sense mercat. Des de la societat civil i des de l'Administració, des dels partits polítics i les institucions fins al sectors privats, sorgeixen iniciatives i demandes que reclamen fórmules de concertació amb un objectiu clar: l'estructuració i enfortiment d'un sector audiovisual català capaç d'interessar i de competir a casa i a Europa. La màxima institució representativa del país, el Parlament de Catalunya, convocava el març de 1997 les primeres Jornades Parlamentàries sobre Mitjans de Comunicació Audiovisual. Fins ara, una temàtica com aquesta havia estat centre d'interès, en tot cas, de jornades universitàries o professionals, molt limitades en les seves pretensions. El fet que el Parlament català n'assumís la iniciativa, després de l'aprovació de la llei de programació per cable, indica fins a quin punt la sensibilitat per l'audiovisual està passant del cercle dels professionals i experts al dels polítics i gestors públics.

Això pot suggerir també que el grau de consciència assolit sobre la necessitat d'empreses polítiques de

l'audiovisual imaginatives i eficaces pot incitar la societat civil i la societat política de Catalunya a buscar, plegades, vies i recursos per a un pacte global sobre l'audiovisual català. I més enllà del Principat de Catalunya, l'ideal seria poder incorporar a aquesta dinàmica, per damunt de protagonismes i de partidisme estèrils, els sectors civils, polítics i professionals de totes les regions de l'espai català.

Recompondre un paisatge de l'audiovisual català que impliqués en el projecte totes les instàncies –polítiques, administratives, empresarials, professionals– interessades i afectades dels Països Catalans, hauria de ser una prioritat inqüestionable de les polítiques culturals i de comunicació dels gestors actuals de l'espai català. La nostra hipotètica integració a Europa com a espai cultural diferenciat no es farà ni a través de la premsa, ni del llibre, ni del disseny, ni del teatre, ni tan sols d'Internet. La nostra expressió bàsica, a Europa i al món, o serà l'audiovisual o no hi serà. I aquest és el repte crucial: sense una indústria pròpia consolidada, sense un mercat interior suficientment cohesionat i sense un Estat que protegeixi eficaçment la nostra excepció cultural, no hi ha futur per a un espai de l'audiovisual català en l'era digital i de la globalització. Per això i malgrat tot això, un gran pacte global sobre l'audiovisual encara ens obriria una opció per a l'esperança. **J. G.**