

Transparència i Sostenibilitat són els objectius de la llei
Compareixença de l'ADPCen el Parlament sobre la llei de l'audiovisual a Catalunya
Juliol 2014

La llei de l'audiovisual que es presentarà al Parlament té dos objectius fonamentals: sostenibilitat i transparència. I per aconseguir-ho la comissió ha proposat eliminar les clàusules de confidencialitat i simplificar l'administració, centrant-se en la racionalització tant de l'estructura del Consell de l'Audiovisual com del Consell de la Corporació de Mitjans Audiovisuals. La proposta és que només cobrin sou fix els respectius presidents i que la resta de persones que formen part dels consells cobrin d'acord a la seva dedicació.

Altres mesures que el sector ha recollit amb satisfacció han estat, d'una banda, la pròrroga de llicències de 5 a 15 anys, amb la qual cosa es disposa de més temps per amortitzar la inversió feta i, de l'altra, definitivament l'emissió en conjunt no es considerarà emissió en cadena tal com s'ha modificat a la llei 22/2005 del 29 de desembre. També es tracta la publicitat institucional dels mitjans de comunicació com una fórmula més per dinamitzar el sector d'acord amb els mitjans locals de proximitat.

L'ADPC com a associació professional de periodistes defensa un periodisme de qualitat, amb informacions contrastades per enfortir la democràcia i per reforçar el dret de la ciutadania al dret a la informació. Coincidim amb la Mesa Sectorial dels Mitjans de Comunicació respecte a què el nostre sector no està patint sols una crisi econòmica amb canvis tecnològics, sinó que aquests canvis, majoritàriament estructurals, han modificat la relació entre la tecnologia, la indústria, els mercats, els continguts i els públics.

Els canvis estructurals han imposat la necessitat de repensar el model de negoci: l'oferta i la relació amb les audiències. En definitiva la indústria i els mercats.

La reacció majoritària a la destrucció de llocs de treball, tancaments de mitjans i reduccions de plantilla ha estat la cerca de fórmules personals de negoci, més properes a l'autoocupació que a l'emprenedoria com a empresa, properes al que fins ara han estat els mitjans de proximitat locals i que volen captar la publicitat local, quan no, les administracions públiques més properes. O fórmules mixtes de col·laboració en la comunicació de continguts. En tot cas, cal contemplar les iniciatives emergents i saber incorporar-les de manera normalitzada al sector.

Tots sabem que en un estat de dret correspon als mitjans públics ser els garants dels drets d'informació i comunicació de la ciutadania perquè així ho recull en el nostre cas l'article 52 de l'Estatut d'Autonomia:

“...correspon als poders públics promoure les condicions per a garantir el dret a la informació i rebre dels mitjans de comunicació una informació veraç i uns continguts que respecten la dignitat de les persones i el pluralisme polític, cultural i religiós...”

La Generalitat no tan sols ha de reforçar els mitjans públics i les seves funcions sinó que ha d'impulsar la plena DESGOVERNAMENTALITZACIÓ. És a dir, ha d'aconseguir l'autonomia de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals respecte del poder executiu, i poder exercir un pluralisme polític i social reflex de la societat. Ha d'afavorir la competitivitat i posada en valor del sector audiovisual en el seu conjunt, públic i privat. I poder exercir un periodisme de qualitat i independent. Pràctica professional que només és possible amb llocs de treball estables i un sector revitalitzat. La qual cosa vol dir contractes programa que permetin donar una mínima continuïtat financera a l'àmbit del sector audiovisual, però sobretot als mitjans públics de la Corporació. I estudiar la conveniència, o no, de donar participació als treballadors de la Corporació mitjançant programes per objectius.

S'ha de regular la col·laboració entre els mitjans de proximitat i els mitjans públics, perquè en pro de la subsistència dels mitjans locals, corren perill les polítiques lingüístiques i l'espai català de comunicació audiovisual, per tal d'aconseguir més audiències.

La implantació del mitjà en el territori seria un bon barem per aconseguir més o menys publicitat institucional. Igual com el llenguatge emprat i els estereotips utilitzats. Respecte al fet que la contractació de la creació publicitària s'ajusti al contracte del sector públic no compremem per què, és més paperassa afegida, La pregunta és en què beneficia a les petites empreses? Dóna més transparència a l'administració? Fins ara no.

Pel que fa a la producció pròpia ens congratulem de la decisió que l'emissió en conjunt no sigui igual a l'emissió en cadena tal com s'ha modificat a la llei 22/2005 del 29 de desembre, i que això obri la porta a la sindicació de continguts. Aquest matís permetrà més col·laboració i major rendibilització del producte final. Tot i que cal regular-la, aspecte que la llei no contempla.

Per ser garants de les llibertats i dels drets de la ciutadania la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals ha de ser una entitat de dret públic independent respecte el govern i la seva gestió ha de ser transparent. Per això felicitem que es vulgui prohibir les clàusules de confidencialitat, però alhora preguntem serà possible comptar a curt termini amb dades obertes pel que fa referència a la gestió de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals? Per altra banda, pensem que és important que com a gestors i impulsors del sector els membres del consell cobrin un sou fix amb objectius quantificables i es facin contractacions externes, però, que la gestió sigui controlable i consultable en dades obertes. És molt important. Una altra pregunta que es queda al·aire és si s'habilitaran mecanismes de participació per objectius pels treballadors dels mitjans?

L'estabilitat laboral és fonamental per elaborar productes de qualitat

Entenem que per garantir els drets de la ciutadania a la informació i la comunicació s'ha de donar un servei públic eficient i sostenible que només es pot oferir amb l'estabilitat laboral incorporant figures i oficis emergents, **polivalents però no multifuncionals**. S'han de garantir els llocs de treball del sector públic i privat. I encara

que no sigui objecte d'aquesta llei s'ha de revisar la fiscalitat del sector sumant les fórmules emergents de finançament, com les practicades per la xarxa.

Els continguts requereixen les seves comprovacions i contrast de fonts... Temps, enfront de la velocitat que permeten les tecnologies. Nosaltres creiem que reinventar el negoci sempre implica oferir continguts de qualitat i amb mirades diferents que sumin, no amb curses de falses primícies.

La Institució ha de ser exemplificadora i proposem que un indicador per a la contractació de publicitat institucional sigui la del llenguatge visual no sexista ni discriminador, és a dir inclusiu. I que en igualtat de condicions, de qualitats i prestacions, es contractin homes, però també dones, si més no, que tots tinguin el mateix sou, amb responsabilitat o sense. I que s'esbrini si en el sector les empreses i les administracions compleixen la llei d'igualtat aprovada en el 2007, per la qual el percentatge de representativitat de dones i homes en els consells directius és del 40 i 60%, sense excepció. De moment el perfil de la persona aturada en la professió és una dona d'entre 28 a 35 anys, amb experiència i dels voltants de Barcelona.

Simplificar l'administració és un bon objectiu si les eines són les de gestió i no les simples retallades o les de la reducció de plantilla. Els processos dels mitjans audiovisuals permeten l'optimització de la gestió i les dades obertes, sense interpretació de l'emissor.

En la contractació de productes externs de programes audiovisuals apuntem que els mitjans de proximitat poden ser xarxes de corresponsals i col·laboradors que s'haurien de regular amb alguna normativa, afavorint el pluralisme polític i la participació social.

Els mitjans de comunicació públics han de vetllar també per l'ús correcte de la llengua, col·loquial però correcte, presentant totes les variants lingüístiques, no es tracta sols de fer programes específics, sinó de vetllar pel seu bon ús en tot l'horari de la graella.

Estem d'acord en la racionalització de l'estructura del Consell de l'Audiovisual i del Consell de la Corporació de Mitjans Audiovisuals recollides en la llei 4/2000 de 4 de maig i en la de l'11/2007 de l'11 d'octubre, tot i que ens falta informació per saber si hi ha indicadors quantificables i de valor per poder avaluar la gestió dels directius en els mitjans públics.

I per últim, reiterem la nostra felicitació per l'acceptació del treball en conjunt, la pròrroga de llicències a 15 anys i insistim en la necessitat d'estabilitat en els llocs de treball per reforçar el treball periodístics i de continguts.

Carolina Barber Presidenta  Barcelona 17.07.2014