

## **Informació i política: deu anys de canvis**

Joan Botella

Departament de Ciència Política  
(Universitat Autònoma de Barcelona)

L'autor sosté, en primer lloc, que els darrers deu anys s'ha reforçat la relació entre l'estructura dels mitjans de comunicació i la dinàmica política, fins al punt que no es poden entendre els primers sense la segona. Alhora, planteja dubtes sobre el concepte espai català de comunicació, a la vista de la dinàmica del sistema mediàtic.

L'autor passa revista a les diferències que hi ha en la relació entre política i mitjans de comunicació a Catalunya i a Madrid, atès que en el primer cas no es produeix la correspondència entre forces polítiques i espai comunicatiu específic que es dona en la política espanyola, però observa que els comportaments dels agents privats no han permès ni a un lloc ni a l'altre avançar en moltes de les reformes pendents, encara que remarca les diferències existents en el paisatge comunicatiu de Catalunya.

**La interpenetració entre estructura mediàtica i dinàmica política s'ha fet més forta que en cap moment anterior: avui no és possible parlar sobre l'estructura del sector, el desenvolupament dels mitjans locals i comarcals o la rellevància dels blocs sense entrar en anàlisi política**

**La transcendència política de qualsevol fet informatiu s'ha fet tan ressonant que la possibilitat de procedir a una regulació ordenada del sector està desapareixent**



En els 10 anys transcorreguts des del primer *Informe de la comunicació a Catalunya*, el panorama de les relacions entre procés polític i mitjans de comunicació a Catalunya ha experimentat canvis substancials, difícils de resumir en poques paraules. Aquests canvis, a més, combinen llums i ombres, avenços i retrocessos pel que fa als objectius d'independència, professionalitat i contribució a la formació de l'opinió pública. Només a efectes analítics, per ordenar les diverses observacions possibles, formularem tres enunciats que després desenvoluparem.

En primer lloc, la *interpenetració entre estructura mediàtica i dinàmica política* s'ha fet més forta que en cap moment anterior: avui no és possible parlar sobre l'estructura del sector, el desenvolupament dels mitjans locals i comarcals o la rellevància dels blocs sense entrar en anàlisi política.

En segon lloc, la transcendència política de qualsevol fet informatiu s'ha fet tan ressonant que la possibilitat de procedir a una *regulació ordenada del sector* està desapareixent.

I, finalment, la hipòtesi d'un *espai català de la comunicació* es veu posada en qüestió per tot aquest conjunt de mecanismes.

Procedim de manera ordenada.

El novembre de 1999, quan, per primera i única vegada, CiU va ser derrotada en les eleccions al Parlament de Catalunya, la legislatura es va obrir amb un debat monogràfic sobre els mitjans públics de comunicació audiovisual, instat pel cap de la llista socialista, Pasqual Maragall. Aquell debat es va tancar amb un acord unànime del Parlament, que es fixava una agenda legislativa: crear una autoritat audiovisual independent, el *Consell de l'Audiovisual de Catalunya*; reformar els *mitjans públics* catalans, per fer-ne un servei públic independent del Govern i d'alta qualitat, i procedir a la regulació del sector, mitjançant una *Llei de l'audiovisual*. Deu anys després, aquesta agenda legislativa s'ha complert. Amb quins resultats?

La millor guia per respondre aquesta pregunta pot ser comparar el panorama català amb la situació en el panorama general espanyol. Resulta clara una extrema politització dels mitjans de comunicació, tant els audiovisuals com la premsa escrita de tall més convencional, però que (per simplificar) a Madrid i a Barcelona es produeix amb paràmetres diferents. En l'àmbit general espanyol, el creixent (i ja gairebé complet) bipartidisme polític s'ha vist contrastat per un augment de l'oferta informativa, en què cada mitjà de comunicació es col·loca d'una forma visible en el taulell polític, a la vegada que matisa o modula els continguts d'aquesta presa de posició. *ABC*, *La Razón* o *El Mundo* poden ser mitjans més o menys conservadors, però cadascun defineix aquesta identitat en termes propis i específics (encara que, per començar, només sigui per acontentar públics diferenciats).

En l'àmbit català, el panorama és diferent. Mentre que es manté, d'una manera obstinada, un major multipartidisme, expressió d'una societat més complexa i més avançada culturalment, l'oferta comunicativa s'ha vist progressivament reduïda. En l'àmbit de la premsa escrita, com mostren les dades, el bipolarisme essencial entre *La Vanguardia* i *El Periódico* s'ha mantingut o, fins i tot, s'ha accentuat, sense que la supervivència de l'*Avui* o l'emergència a escala nacional de mitjans abans comarcals, com *El Punt*, el posin en qüestió. De manera simètrica, en l'àmbit audiovisual, el joc és molt reduït: les emissores de ràdio de la CCMA es disputen el

terreny amb les del grup Godó, amb un paper rellevant per a la SER. I en l'àmbit televisiu, Televisió de Catalunya sembla l'única a què presten atenció les forces polítiques, malgrat l'evolució de les dades d'audiència.

En definitiva, què vol dir tot això? Per dir-ho breument: a Catalunya, en cada sector de la comunicació el nombre de mitjans és més reduït que el nombre de forces polítiques rellevants. A diferència del que succeeix en l'escenari madrileny, on cada protagonista polític té accés a un espai comunicatiu precís i delimitat, en l'escenari català els protagonistes polítics han de competir per l'atenció dels mitjans. A Madrid, la preocupació per "sortir", pel minutatge en els informatius o pels titulars dels diaris només l'experimenta (i amb raó) Izquierda Unida, mentre que a Catalunya és una preocupació obsessivament compartida per totes les forces polítiques.

Aquesta desproporció entre oferta i demanda, entre forces que aspiren a "fer arribar" els seus missatges i mitjans de comunicació que poden exercir efectivament un paper de *filtre*, arriba a plantejar les relacions entre tots dos àmbits en termes de *desigualtat*. Quan un diputat de la majoria del Parlament de Catalunya es queixa de l'existència d'una "crosta nacionalista" en els mitjans públics de la Generalitat, el que està dient és que l'esfera professional ha esdevingut un àmbit fora de control, independent del poder polític.

Independent del poder polític...? No es tractava d'això? Aparentment, el desitjat objectiu de "desgovernamentalitzar" els mitjans públics, d'assegurar-ne la independència i la gestió professional, ha donat lloc a un fet impensat: l'emergència d'una estructura professional/directiva, autònoma respecte als qui prenen decisions polítiques, que està en condicions de regular l'accés a l'espai públic d'opinions, moviments, candidats o forces polítiques. El fet nou és que ja no es tracta dels governs manipulant els mitjans públics per influenciar l'opinió pública, sinó de la capacitat dels professionals dels mitjans de generar agendes polítiques pròpies a partir de la legitimació que es deriva de la seva audiència en la societat.

Aquesta tendència es registra en els mitjans públics, però els de titularitat privada no se'n deslliuren. Segurament, els "comunicadors estrella" estan en condicions de fixar els continguts dels seus programes o la relació de persones convidades amb més autonomia de la que voldrien els responsables de la Corporació; però s'han sentit queixes semblants per part de la propietat de la COPE respecte als continguts d'alguns dels seus programes estel·lars, o dels responsables de l'empresa titular del diari *Avui*.

Si els "informadors estrella", doncs, han generat un espai propi, fortament autònom, amb gran influència sobre l'àmbit polític, que combina informació i altes dosis d'opinió, la contrapartida és la creixent pèrdua de qualitat en la informació política més de base. Els últims anys s'han generalitzat algunes pràctiques indesitjables, com les conferències de premsa en què els informadors no poden formular preguntes, la prohibició de l'accés d'equips informatius als actes públics dels partits (que després, però, subministren amablement als mitjans les gravacions, convenientment editades) o la desaparició dels debats electorals entre els caps de llista de les diverses candidatures. I, més encara que l'extensió d'aquestes pràctiques restrictives, el que xoca és que s'estiguin produint sense crítiques ni protestes per part de la professió o dels mitjans. Davant

**El fet nou és que ja no es tracta dels governs manipulant els mitjans públics per influenciar l'opinió pública, sinó de la capacitat dels professionals dels mitjans de generar agendes polítiques pròpies a partir de la legitimació que es deriva de la seva audiència en la societat**



**Quan, a finals de l'any 2005, el CAC va emetre un informe sobre els continguts d'alguns programes informatius de la cadena COPE, la violència de les reaccions de la cadena episcopal o de la premsa conservadora no podien agafar ningú desprevingut; però el silenci en els mitjans del món progressista sí que va cridar l'atenció**



d'aquest silenci, les queixes dels professionals contra la regulació dels denominats "blocs electorals" durant els períodes de campanya s'adrecen a un aspecte menor i, en definitiva, secundari, de la informació política (estudiat extensament en altres capítols d'aquest mateix informe).

L'impacte polític dels mitjans, així, creix. Aparentment, la seva influència pot veure's reduïda pel fet de la transparència: els responsables polítics poden "descomptar" per endavant les crítiques (o els elogis) que rebran dels diversos mitjans informatius, ja que són perfectament previsibles. Però la potència de foc conjunta és temible. La lentitud en els processos de regulació del sector audiovisual o les campanyes a favor del suport públic als mitjans impresos responen a posicions extremadament compartides dins del sector, que són capaces d'aturar qualsevol intent de fer progressar la regulació del sector al nostre país. Quan, a finals de l'any 2005, el CAC va emetre un informe sobre els continguts d'alguns programes informatius de la cadena COPE (especialment, però no només, en la franja matinal), la violència de les reaccions de la cadena episcopal o de la premsa conservadora no podien agafar ningú desprevingut; però el silenci en els mitjans del món progressista sí que va cridar l'atenció.

Així s'expliquen processos pròpiament fabulosos, si es miren en clau comparativa. Al llarg de l'última legislatura, el Govern espanyol va autoritzar per decret una nova cadena televisiva (La Sexta) i va permetre que una altra passés a emetre en obert, en lloc de codificat (Cuatro); a la vegada, va impedir que la nova directiva comunitària sobre televisió, la directiva de desembre de 2007 sobre serveis audiovisuals sense fronteres, fes obligatòria l'existència a tots els països membres de la Unió Europea d'una autoritat independent reguladora del sector audiovisual. És veritat que aquesta norma (contemplada en totes les fases prèvies de l'elaboració de la directiva) tenia un sol destinatari, que és l'Estat espanyol, ja que es tracta de l'únic Estat de la UE que no té una tal institució a nivell central. Avui Espanya segueix igual, tot i que el Govern ha anunciat (de nou) un avantprojecte de llei que contempla la creació d'un organisme d'aquest tipus.

Polítització, doncs, i a la vegada influència política del sector, que és capaç de frenar iniciatives rellevants. Però la fortalesa defensiva no vol dir necessàriament capacitat ofensiva, capacitat de generar nous projectes, de produir iniciatives prometedores. Ni a escala central ni en l'àmbit català s'ha materialitzat el vell somni de generar *grups multimèdia potents*, capaços de competir internacionalment; aquest projecte segueix en l'àmbit d'allò que havia estat possible, més que en el capítol de les assignatures pendents. És il·lustratiu veure com la planificació de la TDT a Espanya, que crearà un paisatge completament nou, s'ha fet sense resistències, generant alegrement desenes de nous operadors audiovisuals sense capacitat productiva ni gruix empresarial suficient, i anunciant una fragmentació de les audiències que pot fer insostenible a curt termini el conjunt del sistema televisiu (malgrat els reiterats advertiments en aquest sentit de multitud d'observadors, el primer dels quals probablement seria l'informe conjunt sobre la TDT publicat pel CAC i la CMT, informe que, significativament, va ser acollit amb un silenci lúgubre tant per part d'operadors com de les autoritats governamentals).

La feblesa del sector, en termes de baixa capacitat de generar solucions consensuades als seus problemes d'estructuració, ha dificultat, paradoxalment, l'actuació dels organismes reguladors. Ja hem observat com, per al conjunt d'Espanya, ha estat una dècada perduda, en termes de modernització i innovació. A Catalunya, el sector públic ha fet els deures: ha dut a terme (tot i que en un període de temps molt més llarg del que s'esperava) l'agenda fixada pel Parlament el desembre de 1999: ha creat una estructura reguladora independent modèlica, el CAC; ha reformat els mitjans audiovisuals públics, i ha aprovat una llei catalana de l'audiovisual. Deixem ara de banda el fet que aquestes millores no acaben de prendre sentit si el panorama global espanyol no es modifica: tampoc acabaran d'engranar amb la realitat, de resoldre els problemes detectats si el sector privat no reacciona, no es modernitza, no abandona velles pautes de comportament i no entra en una via de solidesa empresarial, professionalitat rigorosa i qualitat en el servei prestat.

La situació de taules, en termes d'escacs, entre autoritats polítiques i sector audiovisual s'ha traduït, doncs, en l'absència de progressos sensibles en l'àmbit de la regulació audiovisual. Els debats periòdics escandalitzats per la "teleporqueria" no han estat mai suficients per decantar una transformació sensible; de la mateixa manera, el tímid "codi d'autoregulació" que la vicepresidenta del Govern va promoure, i que es va signar, finalment, el gener de 2005, ha quedat en poca cosa, i les associacions d'espectadors han denunciat reiteradament els incompliments de què va ser objecte pràcticament des del primer moment.

En aquest context, la situació de la premsa escrita és, òbviament, diferent, però es produeixen moviments innegables cap a una situació semblant. Un lector de diaris que hagués estat fora de Catalunya els últims 10 anys i tornés avui a un quiosc quedaria sorprès per diversos motius. El primer, la reducció de l'oferta de capçaleres periodístiques. Cap títol nou ha pogut arrelar; els únics canvis visibles en l'oferta han estat l'aparició de l'edició en català d'*El Periódico* i la transformació del *Punt* en un òrgan nacional a partir dels seus orígens comarcals.

Però el canvi més rellevant no és el quantitatiu, sinó el qualitatiu: la major militància, el major arrencament polítics dels mitjans. L'enduriment de la política catalana, especialment a partir de la successió de Jordi Pujol al front de CiU i de la constitució del primer Govern tripartit (Pacte del Tinell, desembre de 2003), va posar els mitjans impresos a la primera línia de foc. La contraposició entre el partit majoritari i la coalició de govern formada, juntament amb l'emergència al primer pla de la "qüestió nacional", en diferents formes (nou Estatut, finançament, etc.), explica en bona mesura el format *triangular* que ha adquirit la informació política escrita a Catalunya els últims anys.

Finalment, cal fer una mínima referència al ric panorama ofert pels desenvolupaments del web els últims anys. El creixement de les ofertes i suports a Internet ha estat tan explosiu a Catalunya com a la resta del món, amb una gran varietat de formats (pàgines web, blocs d'opinió, ofertes en web per part dels principals mitjans de comunicació, portals especialitzats per temàtiques o per "sensibilitats polítiques", etc.), si bé es pot anotar, en termes purament impressionistes, que tot aquest àmbit ha pres menys pes a Catalunya que en altres àmbits de la política estatal. És visible, per exemple, com les campanyes via SMS han tingut a Catalunya

**La situació de taules, en termes d'escacs, entre autoritats polítiques i sector audiovisual s'ha traduït, doncs, en l'absència de progressos sensibles en l'àmbit de la regulació audiovisual**



**Segueix sent predominant una actitud política i institucional que posa l'accent en un marc regulador pluralista i basat en criteris professionals**



menys impacte que a l'Estat, de la mateixa manera que els plantejaments tipus web 2.0 (recurs a YouTube, Facebook, Tuenti, etc.) tampoc han tingut a Catalunya un desenvolupament comparable al d'altres comunitats autònomes o als nivells centrals de la política espanyola.

Amb tot això, on queda la hipòtesi de l'*espai comunicatiu català*? Una part de la riquesa i la seducció d'aquesta noció consistia en l'ambigüïtat, en la polisèmia, ja que això podia significar (alternativament o conjuntament),

Una *oferta de mitjans* específica i diferent de la vigent a escala espanyola,

Uns *estils* diferents als vigents en els mitjans d'altres àmbits,

El predomini de l'ús de la *llengua* catalana en els mitjans, i/o

Una major vinculació, en continguts i en estructura empresarial, amb mitjans dels *altres territoris* de parla catalana.

El mínim que es pot dir és que aquest esquema s'ha materialitzat només de manera parcial, i probablement el vas està més buit que ple. Efectivament, l'oferta predominant és autòctona; els estils professionals són menys diferenciables, amb relació als mitjans madrilenys, del que ho havien estat en el passat (per exemple, és interessant constatar com en l'àmbit d'Internet, on tots els productes són "nous" i no hi ha imatges de marca preexistents a conservar, el "to" de la blocosfera catalana no es diferencia gaire del seu equivalent espanyol); la llengua catalana no és, ni de bon tros, majoritària (tot i que el signant no comparteix els diagnòstics pessimistes sobre la situació del català), i, respecte als altres territoris de parla catalana, el balanç ha de ser discret. L'única excepció, pel que fa a aquest últim aspecte, és que la millor revista setmanal d'actualitat en llengua catalana segueix editant-se... a València.

Condemna això la idea de l'*espai comunicatiu català*? No, en alguns aspectes sensibles. En primer lloc, segueix sent predominant una actitud política i institucional que posa l'accent en un marc regulador pluralista i basat en criteris professionals. Es tracta de valors hegemònics, en tant que compartits i proclamats per governants, professionals, directius, experts, consumidors, etc. (el que no vol dir que siguin sempre necessàriament practicats). Aquests valors s'han materialitzat en la creació i la consolidació del CAC com a organisme regulador, i en la reforma de la CCMA.

En segon lloc, perquè es manté un compromís transversal en la defensa de certs valors polítics i institucionals: el pluralisme polític, la identitat nacional catalana, l'acollida generosa cap a les noves poblacions immigrades o la sensibilitat favorable a processos de modernització (Europa, valors socials i personals, tolerància religiosa, etc.). En aquest pla, segueix tractant-se d'un espai identificable i diferenciat.

Menys optimista ha de ser, en canvi, el diagnòstic en un tercer aspecte: l'emergència d'un sector empresarial fort, sòlid, amb capacitat d'actuar amb lògica multimèdia i de sortir competitivament fora de Catalunya. Aquí és clar que el diagnòstic ha de ser molt minuciós i molt basat en dades i xifres (que el lector trobarà en altres capítols d'aquest informe); però és clar que la capacitat empresarial avui operant al nostre país, amb voluntat de projecció conscient cap a l'exterior, és limitada. L'autocontenció d'uns grups, les aliances espanyoles dels altres i les incerteses tecnològiques i econòmiques han acabat per limitar molt la capacitat d'iniciativa i d'expansió del sector empresarial. És interessant observar, per exemple, com el sorgiment de la TDT local a Catalunya,

que havia generat esperances com a possible catalitzador de l'aparició de noves ofertes poderoses, a la pràctica s'ha traduït en un considerable minifundisme que a hores d'ara (febrer de 2009) està més pendent que mai del sector públic o de les administracions locals per posar-se en marxa.

El balanç, doncs, és molt contrastat. Hi ha avenços clars en alguns àmbits, retrocessos en d'altres, estancament finalment del paisatge en algun altre aspecte. Els mitjans catalans segueixen oferint una imatge bona (i bastant consensual) de la realitat política i, per tant, contribueixen a la formació de l'opinió pública; els processos i les institucions de regulació han millorat considerablement (i el principal fre que es troben en aquest àmbit és l'absència dels seus equivalents al conjunt d'Espanya), i el desenvolupament del sector, en termes empresarials, ha estat insuficient amb relació a les expectatives. El panorama de les relacions entre política i mitjans de comunicació a Catalunya segueix sent millor que a la resta d'Espanya; però les bases materials i empresarials d'aquesta diferència semblen menys sòlides que en el passat.