

Mandat marc del sistema públic audiovisual per al període 2020-2026

Sumari

A. Objecte i vigència

I. Objecte

II. Vigència

III. Desplegament

B. Objectius generals del Servei Públic Audiovisual

I. El servei públic audiovisual com a generador de valor democràtic

II. El servei públic audiovisual com a generador de valor social

III. El servei públic audiovisual com a generador de valor cultural

IV. El servei públic audiovisual com a generador de valor econòmic

V. El servei públic audiovisual com a generador de valor tecnològic

C. El finançament dels mitjans audiovisuals públics

I. Finançament

II. Contracte programa

El Mandat marc del sistema públic audiovisual català és un instrument bàsic de les polítiques de servei públic desenvolupades a Catalunya. En aquest sentit, fonamenta el compromís dels mitjans audiovisuals públics amb els objectius de qualitat democràtica i defensa del pluralisme; de promoció de la llengua catalana i de l'aranès; de civisme, cultura i educació; d'exigència de qualitat pel que fa a l'oferta de continguts i de millora del seu sistema de governança; de professionalitat, independència i responsabilitat professional; de motor industrial del sector, i de promoció de les noves tecnologies.

El primer mandat marc fou aprovat l'11 de febrer de 2010 amb una vigència de sis anys, període que comptava amb una pròrroga de dos anys suplementaris.

El segon mandat marc, per tant, té la funció d'actualitzar els fonaments de les polítiques de servei públic, després de les transformacions profundes i transversals que han sofert els serveis de comunicació audiovisual, que han evolucionat d'una manera molt transcendent a causa de la digitalització, que ha comportat nous tipus de serveis i un canvi molt significatiu, especialment en la generació més jove, dels hàbits de consum audiovisual.

Alhora, aquest mandat marc manté l'objectiu d'establir un marc de relacions internes coherents i de sinergies entre els diversos mitjans audiovisuals públics catalans, de manera que no hi hagi cap règim de concurrència entre ells i que no es forci cap competència deslleial amb la indústria privada. Cal establir que cada servei audiovisual compleixi una funció diferenciada i complementària a la dels altres serveis, per evitar programacions públiques redundants.

A. Objecte i vigència

I. Objecte

El Mandat marc del sistema públic audiovisual català és el document normatiu aprovat pel Parlament de Catalunya que estableix les línies bàsiques que han d'inspirar l'acció del sistema públic audiovisual català. El mandat emana de la Llei 2/2000, del 4 de maig, del Consell Audiovisual de Catalunya; de la Llei 22/2005, del 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya, i de la Llei 11/2007, de l'11 d'octubre, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

II. Vigència

1. El Parlament de Catalunya ha d'aprovar cada sis anys un nou mandat marc que estableixi els objectius que ha d'assolir el conjunt del sistema públic audiovisual per a garantir el compliment de la funció de servei públic en els termes que estableix l'article 29.2 de la Llei 22/2005.

2. Una vegada finit el termini a què fa referència l'apartat 1, el mandat marc es considera prorrogat, per un període màxim de dos anys, fins que la cambra n'aprovi un de nou.

III. Desplegament

El contingut del mandat marc s'ha de desplegar en els corresponents contractes programa que cadascun dels prestadors públics de serveis audiovisuals han de signar amb l'administració o les administracions de referència.

B. Objectius generals del servei públic audiovisual

El servei públic audiovisual, després de la digitalització, de la liberalització del mercat de les comunicacions, de la darrera crisi econòmica i dels canvis socials derivats, en gran part, de la hiperconnexió dels individus a Internet, manté i multiplica el rendiment de la inversió pública i genera valor democràtic, social, cultural, econòmic i tecnològic.

I. El servei públic audiovisual com a generador de valor democràtic

El servei públic audiovisual és un element bàsic per a una ciutadania crítica i informada; és la garantia d'accés universal a la informació i al coneixement i a la realització efectiva del dret a la llibertat d'informació. Els serveis i continguts informatius del servei públic audiovisual enriqueixen i promouen el debat públic i són referents per a la ciutadania; donen visibilitat a individus i grups que el mercat per ell mateix no sempre permet de visibilitzar i asseguren el pluralisme i la diversitat, i contribueixen, per tot això, al bon funcionament de les democràcies modernes, de complexitat creixent.

Així mateix, davant la proliferació de les xarxes socials i llur capacitat de viralitzar notícies, opinions i informació en general, no sempre rigoroses i contrastades, el servei públic ha d'ésser la garantia de l'aplicació del principi de responsabilitat editorial. En aquest sentit, és un instrument fonamental en la lluita contra la desinformació i les notícies falses, una qüestió, aquesta, de preocupació creixent tant a Catalunya com arreu del món, com ho corrobora la creació per la Comissió Europea, al gener del 2018, del grup d'experts d'alt nivell sobre les notícies falses i la desinformació a la xarxa, que inclou en les seves recomanacions l'enfortiment del servei públic audiovisual com un dels seus pilars d'actuació.

Per aquest motiu i en aquest sentit, són obligacions específiques dels mitjans audiovisuals públics:

a) Oferir una informació àmplia, veraç, contrastada, imparcial, rigorosa, territorialment equilibrada i precisa sobre les qüestions d'actualitat que afecten la comunitat a què s'adrecen, i actuar amb respecte als drets dels usuaris. Aquesta informació i aquesta anàlisi han d'ésser plurals i garantir la inclusió dels grups socials, polítics, culturals i associatius representatius.

b) Ésser exemplars en la igualtat, tant pel que fa al tracte, les oportunitats, l'accés a aquestes oportunitats i els resultats entre homes i dones com a l'ús no sexista ni androcèntric del llenguatge i les imatges, amb l'objectiu d'aconseguir una societat sense discriminacions.

c) Vetllar, a nivell intern, per garantir que els periodistes i els altres col·lectius que hi treballen puguin dur a terme llur activitat amb la qualitat professional requerida i en les millors condicions d'independència. En aquest sentit, l'estabilitat laboral ha d'ésser un objectiu prioritari.

d) Fer, cadascun dels prestadors de serveis audiovisuals, el manteniment del llibre d'estil, com a codi intern de les persones que hi treballen i de les que hi col·laboren, que dona coherència a les fórmules expressives i les unifica amb l'objectiu de dotar-ne la programació i els altres serveis d'una imatge pròpia, original i coherent.

II. El servei públic audiovisual com a generador de valor social

El servei públic audiovisual ha de tenir un caràcter transversal, inclusiu i massiu. Aquests valors són especialment rellevants en un mercat comunicatiu fragmentat, que propicia una societat igualment fragmentada. Així mateix, el mercat audiovi-

sual tendeix cap a models de negoci basats en el pagament i l'accés condicionat, en contraposició al servei públic, que ofereix un servei en obert i d'accés universal.

D'altra banda, i gràcies a les noves plataformes i sistemes de distribució connectats, el servei públic audiovisual pot ampliar la seva funció social: a més d'informar, formar i entretenir, també ha de promoure la participació i la interacció ciutadanes. Així, a la transmissió unidireccional pròpia de la radiodifusió, s'hi ha de sumar una nova funció: la promoció de les relacions horitzontals entre persones, en totes les dimensions i identitats, com a ciutadans, com a audiència de televisió tradicional, com a usuaris de serveis connectats, com a membres d'una comunitat d'interessos, entre d'altres.

Més enllà d'això, el servei públic té el valor social de crear comunitat. La revolució digital permet una multiplicació de l'oferta i una segmentació de l'audiència en funció dels seus interessos. Davant d'aquesta nova situació, el servei públic audiovisual ha d'ésser present en els principals nínxols de mercat que genera la nova situació, però, sobre tot, ha de mantenir el seu rol central de generar comunitat entre tots els individus de la societat. Per a continuar generant aquest valor social, ha de desplegar els seus serveis i continguts no sols mitjançant la radiodifusió tradicional, sinó també en les noves plataformes i xarxes de distribució digitals.

Per aquests motius, són obligacions específiques dels mitjans audiovisuals públics:

a) Oferir el servei públic audiovisual per mitjà de totes les plataformes de distribució, des de la televisió tradicional i els serveis a demanda fins a les plataformes d'intercanvi de vídeos, les xarxes socials, les retransmissions en línia, les plataformes de difusió en directe i qualsevol altre sistema o plataforma que sorgeixi en el futur.

b) Explorar, promoure i liderar els nous models de distribució i els nous formats audiovisuals.

c) Tenir un impacte social substancial a la xarxa i en les noves plataformes connectades, tal com el tenen en la televisió tradicional.

d) Oferir el servei públic audiovisual com a plataforma de promoció i d'impuls de les noves tendències i incorporar-les als seus principis de transversalitat i inclusivitat, i també ésser capdavanters en la innovació de noves formes de continguts per a arribar a nous públics.

e) Garantir la visibilitat i la prominència dels continguts i serveis de servei públic en l'entorn connectat, d'acord amb l'esperit de la nova Directiva europea de serveis de comunicació audiovisual del 2018, la Directiva (UE) 2018/1808 del Parlament Europeu i del Consell, del 14 de novembre, per la qual es modifica la Directiva 2010/13/UE sobre la coordinació de determinades disposicions legals, reglamentàries i administratives dels estats membres relatives a la prestació de serveis de comunicació audiovisual (Directiva de serveis de comunicació audiovisual), atesa l'evolució de les realitats del mercat.

f) Quant als continguts, afavorir el coneixement i facilitar la relació i la comprensió mútua amb les persones nouvingudes. En aquest sentit, han d'oferir una informació i unes representacions respectuoses i acurades sobre la diversitat existent al país, reflectir-la en la programació i, alhora, treballar per la cohesió de la societat catalana.

g) Tractar com a objectiu prioritari l'atenció especial a infants, adolescents i joves, atès que una adequada protecció de menors és el fonament bàsic d'una societat estructurada i equilibrada, i tenir en compte les noves plataformes d'accés als continguts audiovisuals i usar els recursos tecnològics disponibles per a garantir-ne el deure de protecció.

h) Impulsar l'aplicació i el desenvolupament d'instruments tecnològics que facin possible l'accés de les persones amb discapacitat sensorial, cognitiva o de qualsevol altra naturalesa als continguts emesos.

III. El servei públic audiovisual com a generador de valor cultural

El servei públic audiovisual contribueix a potenciar, actualitzar i enriquir la identitat nacional i cultural de Catalunya, entesa com un procés de construcció i aportació de tots els agents de la societat, i no com una realitat fixa i aturada en el temps.

La tecnologia cultural amb més impacte social és, des de fa dècades, l'audiovisual. En aquest sentit, el servei públic audiovisual és un motor cultural molt potent, tant per a la producció com per a la distribució de continguts i serveis. A més, els darrers anys, amb Internet i la consolidació de la societat connectada, el salt del servei públic audiovisual a la xarxa permet replicar i ampliar la generació de valor cultural.

Per altra banda, el servei públic ha de suplir les carències del mercat en la producció i difusió de continguts en la llengua pròpia. En mercats audiovisuals petits o mitjans com el català, el mercat no sempre garanteix la provisió de continguts en la llengua pròpia en totes les plataformes de distribució. Aquesta mancança justifica una intervenció pública a gran escala, mitjançant la regulació i el desplegament del servei públic per a garantir aquest dret no satisfet pel mercat.

Així doncs, el servei públic audiovisual té una importància molt rellevant en la distribució de coneixement d'una societat, n'afavoreix l'apoderament cultural i, a Catalunya, és la garantia de la provisió de continguts i serveis audiovisuals en català.

Per aquests motius, són obligacions específiques dels mitjans audiovisuals públics:

a) Proveir el servei públic audiovisual de continguts atractius, innovadors i de qualitat que li donin un caràcter d'excel·lència i singularitat, en conjunció amb la vocació universal, transversal, inclusiva i massiva del servei.

b) En un espai audiovisual obert, en què el català és la llengua pròpia dels mitjans audiovisuals públics de Catalunya, fer-lo servir normalment i esdevenir vehicles vertebradors de l'espai català de comunicació.

c) Prestar una atenció especial als productes audiovisuals fets en versió original en català i difondre'ls.

d) Promoure l'ús de l'occità aranès, si tenen cobertura al territori on es parla aquesta llengua, en col·laboració amb el Consell General d'Aran.

e) Reservar espais destacats de llurs programacions i serveis en línia a la difusió de continguts culturals de qualitat i a la difusió del coneixement i del saber en un sentit més ampli.

f) Dur a terme la tasca de formació que tenen encomanada i la difusió i la divulgació del coneixement sobre els principals esdeveniments polítics, socials, econòmics, científics i esportius de la societat catalana i de la seva història, preservant d'una manera especial la memòria històrica i els materials dels testimonis.

g) Promoure, en la mesura que hi estan obligats en ésser operadors públics dependents de la Generalitat, el reforç de la identitat nacional, com un procés integrador en evolució constant i obert a la diversitat.

h) Reflectir i incloure la diversitat local i comarcal de Catalunya en el conjunt del sistema públic audiovisual.

i) Assumir, en la nova societat digital, el nou mandat explícit d'educació digital i en comunicació del servei públic audiovisual (alfabetització mediàtica).

j) Contribuir a la reducció de la bretxa digital entre grups socials (per edats, entre d'altres) i evitar una eventual fragmentació social entre els que tenen accés a la societat connectada i els que no la tenen.

k) Promoure els valors i els principis de l'Estatut d'autonomia.

l) Emprar el servei públic audiovisual, en la mesura que depèn de la Generalitat, com a mecanisme de projecció internacional de la llengua i la cultura catalanes.

IV. El servei públic audiovisual com a generador de valor econòmic

El servei públic audiovisual, a més de l'impacte social i cultural, té un impacte significatiu en l'economia d'un país. Aquest fet és especialment cert en els mercats comunicatius més reduïts, com ara el de Catalunya, tant pel volum de negoci com per la varietat d'activitats i els socis. Llur influència no es limita als continguts que emeten, sinó que genera externalitats econòmiques positives per a tot el sistema econòmic del país.

El principal efecte econòmic beneficiós del servei públic audiovisual és en el teixit industrial del sector. En aquest sentit, els operadors públics han d'aprofitar i potenciar el teixit industrial existent en llurs àrees d'influència.

Per aquests motius, són obligacions específiques dels mitjans audiovisuals públics:

a) Augmentar, d'acord amb llurs possibilitats, el pes dels sectors de la producció i la distribució de productes audiovisuals a Catalunya. Els criteris per desenvolupar aquest mandat són la qualitat industrial, la professionalitat, la creativitat i el compliment dels convenis laborals que els siguin aplicables, i han de tenir en compte l'arrelament territorial de les empreses del sector per a reconèixer-ne l'esforç a tot Catalunya.

b) Complir els principis indispensables de transparència, publicitat i concurrència en la contractació dels serveis del sector privat.

c) Cercar la col·laboració publicoprivada. Els continguts i serveis que derivin d'aquesta col·laboració poden ésser considerats servei públic si compleixen determinats requisits de qualitat, pluralisme i promoció de la llengua catalana.

d) Promoure la col·laboració amb altres plataformes audiovisuals, especialment en la producció de continguts d'interès públic.

V. El servei públic audiovisual com a generador de valor tecnològic

El servei públic audiovisual ha d'ésser motor de recerca aplicada en nous serveis tecnològics en l'àmbit de la producció i la distribució de continguts audiovisuals. Si el servei públic audiovisual és innovador en tecnologia garanteix la pervivència i, fins i tot, l'excel·lència dels continguts i serveis audiovisuals en català en totes les plataformes de distribució.

Cal tenir present que, encara que la recerca bàsica en tecnologia es duu a terme en empreses tecnològiques, les corporacions de servei públic també contribueixen en aquest sector mitjançant consorcis amb tercers. El servei públic, pel fet de tenir accés directe i freqüent amb una part important de la població i ésser una marca de referència, pot mobilitzar prou massa crítica per a llançar nous serveis i innovacions que encara no siguin econòmicament rendibles per als operadors comercials. Aquesta funció és més rellevant en mercats reduïts.

Per aquests motius, en la mesura de llurs possibilitats i d'una manera coordinada amb la resta d'agents involucrats, els mitjans audiovisuals públics han d'ésser actius en el desenvolupament de les tecnologies de la informació i la comunicació, sia en la recerca, sia en la fase de prova, sia en l'ús i la difusió dels nous serveis tecnològics.

C. El finançament dels mitjans audiovisuals públics

I. Finançament

1. Els mitjans audiovisuals públics poden tenir un sistema de finançament mixt per a percebre fons de l'administració corresponent i també poden obtenir ingressos de la contractació publicitària i de la venda de serveis, en les condicions que estableix la Llei 22/2005, del 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya.

2. Els mitjans audiovisuals públics tenen l'obligació de gestionar llurs recursos segons els principis d'eficàcia, eficiència, transparència i sostenibilitat econòmica.

3. L'aportació de l'Administració ha d'anar destinada a assegurar el compliment de les obligacions dels mitjans de comunicació en llur missió de servei públic.

4. Les tarifes publicitàries dels mitjans audiovisuals públics s'han d'adequar als preus del mercat i no poden, en cap cas, afectar la lliure competència.

5. En la compra i la venda de drets d'explotació, els prestadors públics s'han d'atenir als preus del mercat.

6. El mitjans públics audiovisuals poden explorar altres vies de finançament d'acord amb les noves formes de consum audiovisual.

II. Contracte programa

1. El contracte programa és el document que han de signar els prestadors públics de serveis audiovisuals amb l'administració o administracions corresponents.

2. El contracte programa garanteix i permet de comprovar l'ús adequat de les aportacions de fons públics, d'una manera transparent i proporcionada amb les missions de servei públic encomanades pel mandat marc.

3. El contracte programa ha d'establir:

a) La quantitat que l'Administració pública aporta en cada exercici als prestadors dels serveis.

b) La destinació dels fons públics aportats per l'administració corresponent, és a dir, les activitats i els projectes que reben suport i les obligacions de servei públic que s'exigeixen a canvi de l'aportació dels fons.

c) Les restriccions concretes que s'imposen en l'accés al mercat publicitari.

d) Els indicadors que permetin d'avaluar l'impacte de les aportacions que es destinin a cada servei de televisió, ràdio i en línia.

e) Els indicadors per a comprovar-ne i fiscalitzar-ne el compliment.

4. El Govern, en el termini més breu possible de l'aprovació d'aquest mandat marc, ha d'elaborar la proposta del nou contracte programa que ha de sotmetre a informació pública, amb l'informe preceptiu previ del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, abans d'aprovar-la. En el cas de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, la proposta ha d'observar els convenis col·lectius de les empreses de l'ens i ha d'ésser aprovada pel Consell de Govern, amb l'informe previ preceptiu del Consell Assessor de Continguts i Programació de la Corporació i dels representants dels treballadors.

5. El Parlament de Catalunya, per mitjà de la comissió corresponent, ha de fer el seguiment dels objectius del mandat marc i del contracte programa.

Palau del Parlament, 18 de desembre de 2020

La secretària quarta, Rut Ribas i Martí; el president, Roger Torrent i Ramió
