

# "Els mitjans de proximitat conformen un teixit comunicatiu vital per al nostre país"

Joan Manuel Tresserras,  
Conseller de Cultura i Mitjans Audiovisuals



*Joan Manuel Tresserras i Gaju, nascut a Rubí l'any 1955, és doctor en Ciències de la Informació.*

*Professor del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la UAB durant una llarga colla d'anys, va ser membre de la Comissió Assessora sobre Publicitat Institucional de la Generalitat (1998-1999), conseller de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (2000) i conseller del Consell de l'Audiovisual de Catalunya fins el 2006, quan va ser nomenat màxim responsable de la Conselleria.*

Expliqui'm com veu vostè la relació entre la Cultura i els Mitjans de Comunicació.

La relació entre la Cultura i els Mitjans de Comunicació és una relació entre aliats. Els mitjans de comunicació ofereixen una plataforma bàsica per a la difusió de la cultura i dels creadors. La cultura necessita dels mitjans de comunicació per arribar més enllà del públic especialitzat, perquè en certa manera, poden connectar amb noves formes de consum d'oci de col·lectius que en queden al marge. I els mitjans necessiten la cultura per disposar de continguts de qualitat.

Segons ha declarat, la seva gestió apostarà clarament pel foment de la "indústria cultural". Es pot aspirar a comptar amb una indústria audiovisual potent que sigui capaç de combinar la qualitat dels continguts i l'eixamplament de la base de consum?

La cultura catalana d'avui és, en bona part, industrial i, per tant, la nostra aposta és clarament industrialista. Necessitem sectors industrials forts en tots els àmbits de la cultura. Necessitem cada cop més adreçar-nos a mercats més grans i centrar les polítiques no només en la producció, sinó també en la postproducció i el màrqueting. La presència de la cultura catalana a la Fira de Frankfurt, per exemple, va contribuir a que el sector editorial català tingués una gran visibilitat i notorietat arreu del món.

Per tant, cal mirar cap enfora, però també cap al propi mercat. Cal recordar que pel que fa a la producció cultural en llengua catalana, el mercat potencial no és de 7 milions de persones, sinó de 12 milions si tenim en compte els territoris de llengua i cultura compartida. Si fragmentem aquest mercat, perdem competitivitat. Per altra banda, des del Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació estem engegant diverses

iniciatives per eixamplar i consolidar aquest mercat. Per posar un exemple, estem impulsant un Pla de Foment de la Lectura, que s'iniciarà a principis de 2008.

Per últim, ens cal, també, millorar la nostra autoestima, perquè de vegades no ens acabem de creure que tenim obres i autors d'una qualitat més que contrastada aquí i arreu. I en això, els mitjans de comunicació hi tenen molt a dir a l'hora de prescriure els consums culturals.

El repte més important del Departament en aquest moment és el desplegament de la TDT a Catalunya. Fa poques setmanes se'n va presentar el calendari d'implantació que ordenarà el desplegament arreu del territori amb data límit de l'abril del 2010. Per què s'ha decidit fer d'aquesta manera?

El Fòrum de la TDT, convocat pel Govern de la Generalitat i integrat per tots els

agents implicats en el procés, ha acordat fer el desplegament de la TDT per demarcacions per fer el procés el màxim de còmode possible als ciutadans. Aquest procés, que anomenem d'encesa digital, començarà el primer trimestre del 2008 i finalitzarà el 2009. En aquest procés, les institucions, associacions i empreses representades al Fòrum s'han compromès a sincronitzar l'encesa de les televisions digitals d'àmbit local, nacional i estatal, evitant així la doble antenització de les llars.

L'acord implica que hi haurà un sol calendari de transició del model de televisió que afectarà totes les televisions per igual en una demarcació concreta, evitant així diferents calendaris que podrien representar molèsties per a l'usuari. Per altra banda, es promouran plans intensius de comunicació en cadascuna de les demarcacions per tal d'incrementar la penetració de la TDT en la ciutadania. Per rebre la TDT, els usuaris hauran d'adaptar la seva antena i disposar d'un televisor amb descodificador. El trànsit a la TDT tindrà un impacte sobre 2.200.000 llars catalanes. I en aquest context, quan abans es faci el transit millor. És per això que animem també als ajuntaments a participar d'aquest procés perquè conscienciïn a la població que és un procés que no és reversible.

Per últim, cal dir que Catalunya, al completar el procés, comptarà amb una important oferta de televisió de proximitat (96 canals), que contribuiran a que hi hagi més pluralisme, més informació propera, i permetrà la consolidació d'una petita i mitjana indústria audiovisual distribuïda arreu de Catalunya.

**De quina manera afectarà aquest procés al panorama de la radiotelevisió catalana?**

La Televisió Digital Terrestre (TDT) serà l'única mena de televisió en obert gratuïta i d'accés universal que existirà a partir del 2010. És un sistema de difusió del senyal de televisió que optimitza l'espectre radioelèctric i permet la multiplicació de l'oferta de canals. Comporta també una considerable millora de la qualitat de la recepció de la imatge així com del so digital i els subtítols en diverses llengües.

El trànsit a la TDT també implica un augment de l'oferta de canals en català, ja que passarem del 40% en televisió analògica a una oferta del 60% de canals en català a la televisió digital.

**Quin paper ha de jugar la comunicació local en tot aquest fenomen durant els propers anys?**



La comunicació local juga un paper clau, des del punt de vista de la proximitat al ciutadà, al qual pot oferir una sèrie d'informació i serveis, que difícilment poden oferir altres mitjans d'àmbit nacional. Els mitjans de proximitat conformen un teixit comunicatiu vital per al nostre país: són un element de cohesió i d'identitat. Permeten consolidar l'espai de comunicació a Catalunya. Per aquest motiu, des del Departament fem i farem una aposta clara pels mitjans de proximitat. Però són els diversos projectes que compten amb llicència els que hauran de guanyar crèdit davant l'audiència i la seva pròpia viabilitat.

**Un dels projectes més representatius del seu mandat fins al moment ha estat la reforma de la Llei de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals. La garantia de la pluralitat i evitar les ingerències polítiques en representen un dels objectius prioritaris. Què cal fer per a què això pugui ser possible també als mitjans locals?**

Un dels principals objectius de la Llei de la Corporació Catalana de Mitjans

Audiovisuals, aprovada el passat mes d'octubre, és garantir uns mitjans públics més desgovernamentalitzats, més professionals, més viables econòmicament i més independents. Aquest serà el primer Govern de la Generalitat que no ha nomenat ni nomenarà l'equip directiu de la Corporació. Aquest model hauria de ser perfectament aplicable als mitjans públics locals des del consens amb totes les parts implicades.

**Quin és el paper que creu que pot jugar l'ACM com a representant del món local davant el Departament?**

La voluntat del Departament és de descentralitzar tots aquells serveis que pugui, a través dels seus Serveis Territorials, en col·laboració constant amb les entitats municipalistes. Precisament, en tenim un exemple recent: el Protocol de col·laboració per a les gires de circ de Catalunya, signat amb el president de l'ACM, Salvador Esteve, i que és un primer pas per dignificar el circ a Catalunya.