



Proposta de resolució

Proposta de resolució sobre el mandat marc del sistema públic audiovisual català

Acceptació de l'Esmena 1 GP de Catalunya en Comú Podem de modificació del títol

1. El Parlament de Catalunya manifesta la necessitat que el sistema públic audiovisual català es doti d'un nou Mandat Marc en substitució de l'actual vigent aprovat pel Parlament de Catalunya el 2010.

Acceptació de l'Esmena 1 GP de Junts per Catalunya, GP Republicà D'addició a l'encapçalament de la part resolutiva d'un apartat 1

2. El Parlament de Catalunya aprova, en compliment del que estableix l'article 30 de la Llei de la Comunicació audiovisual de Catalunya, el següent Mandat Marc del sistema públic audiovisual:

Acceptació de l'Esmena 2 GP de Junts per Catalunya, GP Republicà d'addició a l'encapçalament de la part resolutiva d'un apartat 2

El Mandat marc del sistema públic audiovisual català és un instrument bàsic en 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 va ser 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 com a funció 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 degut a 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.

Esmena transaccional entre el text de la proposta de resolució i l'esmena núm. 2 del GP de Catalunya en Comú Podem d'addició a l'exposició de motius, per tal d'incorporar el text de l'exposició de motius a la part resolutòria de la proposta de resolució.

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 (SPA)

El Servei Públic Audiovisual (SPA) és generador de valor democràtic, social, cultural, econòmic i tecnològic

Després de la digitalització, de la liberalització del mercat de les comunicacions, de la darrera crisi econòmica i dels canvis socials en gran part derivats de la hiperconnexió dels individus a internet, l'SPA manté i multiplica el rendiment de la inversió pública i genera valor en diferents àmbits:

- Valor democràtic
- Valor social
- Valor cultural
- Valor econòmic
- Valor tecnològic

SPA, generador de valor democràtic

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

Així mateix, davant la proliferació de les xarxes socials i la seva capacitat de viralitzar notícies, opinions i informació en general, no sempre rigoroses i contrastades, el servei públic ha de ser la garantia de l'aplicació del principi de responsabilitat editorial. En aquest sentit, són un instrument fonamental en la lluita contra la desinformació i les notícies falses (fake news). Aquest és un element de preocupació tant a Catalunya com arreu, com ho corrobora la creació del High Level Group d'experts, creat per la Comissió Europea el gener de 2018, i que inclou en les seves recomanacions l'enfortiment del servei públic audiovisual, com un dels seus pilars d'actuació.



PARLAMENT DE CATALUNYA

Mandat específic:

- Els mitjans públics han d'oferir una informació àmplia, veraç, contrastada, imparcial, rigorosa, territorialment equilibrada i precisa sobre les qüestions d'actualitat que afecten la comunitat a la qual s'adrecen, i actuar amb respecte als drets dels usuaris. Aquesta informació i aquesta anàlisi han d'ésser plurals i garantir l'accés dels grups socials, polítics, culturals i associatius representatius.
- Els mitjans de servei públic seran exemplars en la igualtat de tracte i la igualtat d'oportunitats, la igualtat en l'accés a les oportunitats, i la igualtat de resultats entre homes i dones i l'ús no sexista ni androcèntric del llenguatge ni de les imatges, per tal d'aconseguir una societat sense discriminacions.
- *A nivell intern, els mitjans audiovisuals públics han de vetllar per garantir que els periodistes i els altres col·lectius que hi treballen puguin dur a terme la seva activitat amb la qualitat professional requerida i en les millors condicions d'independència. En aquest sentit l'estabilitat laboral ha de ser un objectiu.*

Esmena transaccional 1 GP de Junts per Catalunya, GP Republicà, GP de Catalunya en Comú Podem Esmena transaccional entre el text de la proposta de resolució i l'esmena núm. 3 del GP de Catalunya en Comú Podem a l'últim paràgraf del "Mandat Específic" de l'apartat "SPA, generador de valor democràtic", de la lletra A del Mandat Marc

- *El llibre d'estil és el codi intern de les persones treballadores i col·laboradores dels prestadors de serveis audiovisuals, 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.*

Acceptació de l'esmena 4 GP de Catalunya en Comú Podem D'addició d'un nou paràgraf al final del tercer paràgraf del Mandat específic de l'apartat Spa, generador de valor democràtic

SPA, 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 audiovisual 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, l'SPA 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



PARLAMENT DE CATALUNYA

la transmissió unidireccional pròpia de la radiodifusió (broadcast), cal sumar-hi una nova funció: la promoció de les relacions horitzontals entre persones, en totes les seves 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, etc.

I més enllà, 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 ha d'estar present en els principals nínxols de mercat que genera la nova situació. Però sobre tot, el servei públic audiovisual manté el seu rol central de generar comunitat entre tots els individus de la societat. I per 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.

Mandats específics:

- El servei públic audiovisual ha de ser ofert per totes les plataformes de distribució, des de la TV tradicional, els serveis a demanda, a les plataformes d'intercanvi de vídeos, les xarxes socials, les retransmissions en streaming, les plataformes de difusió en directe i qualsevol altre sistema o plataforma que sorgeixi en el futur.
- Els mitjans públics han de d'explorar, promoure i liderar els nous models de distribució i els nous formats audiovisuals.
- Els mitjans de servei públic han de tenir un impacte social substancial a la xarxa i les noves plataformes connectades, tal i com tenen en la televisió tradicional.
- L'SPA ha de ser vitrina i trampolí de les noves tendències i incorporar-les als seus principis de transversalitat i inclusivitat. També han de ser capdavanters en la innovació de noves formes de continguts per arribar a nous públics.
- Ha de garantir la visibilitat i la prominència dels continguts i serveis de SP en l'entorn connectat, d'acord amb l'esperit de la nova Directiva europea de serveis de comunicació audiovisual (DSCAV).
- Quant als continguts, els mitjans audiovisuals públics han d'afavorir el coneixement i facilitar la relació i la comprensió mútua amb les persones novingudes. 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.



PARLAMENT DE CATALUNYA

- Una adequada protecció de menors és el fonament bàsic d'una societat estructurada i equilibrada. Per això, l'atenció especial a la infància i a la joventut ha d'ésser un objectiu prioritari dels mitjans audiovisuals públics, que han de tenir en compte les noves plataformes d'accés als continguts audiovisuals i usar els recursos tecnològics disponibles per a garantir el deure de protecció de la infància i la joventut.
- Els mitjans de comunicació públics han d'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.

SPA, generador de valor cultural

El servei públic audiovisual contribueix a potenciar, actualitzar i a 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 foto fixa aturada.

El servei públic audiovisual és un motor cultural molt potent, tant per a la producció de continguts i serveis, com per a la seva distribució. Des de fa dècades, la tecnologia cultural amb més impacte social ha estat l'audiovisual. Els darrers anys, amb internet i la consolidació de la societat connectada, el salt de l'SPA a la xarxa permet replicar i ampliar la generació de valor cultural.

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

Així, l'SPA és un actor principal en la distribució de coneixement d'una societat, té un paper d'empoderament cultural i, a Catalunya, és la garantia de provisió de continguts i serveis audiovisuals en català.

Mandats específics:

- L'SPA ha de proveir continguts atractius, innovadors i de qualitat que li donin un caràcter d'excel·lència i singularitat, conjugant-los amb la seva vocació universal, transversal, inclusiva i massiva, abans esmentada.
- En un espai audiovisual obert, el català és la llengua pròpia dels mitjans audiovisuals públics de Catalunya, que l'han d'utilitzar normalment, i esdevenir vehicles vertebradors de l'espai català de comunicació.
- Els mitjans audiovisuals públics han de prestar una atenció especial als productes audiovisuals realitzats en versió original en català i difondre'ls.



PARLAMENT DE CATALUNYA

- Els mitjans de comunicació públics han de promoure l'ús de l'aranès, si tenen cobertura al territori on es parla aquesta llengua, en col·laboració amb el Conselh Generau d'Aran.
- Els mitjans de servei públic han de 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.
- Han de 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.
- Els operadors públics dependents de la Generalitat han de promoure el reforç de la identitat nacional, com un procés integrador en evolució constant i obert a la diversitat.
- El conjunt del sistema públic audiovisual ha de reflectir i incloure la diversitat local i comarcal de Catalunya.
- En la nova societat digital, l'SPA té com a nou mandat explícit l'educació digital i en comunicació (Media literacy).
- Complementant el punt anterior, el servei públic ha de contribuir a la reducció del gap digital entre grups socials (per estudis i per edats, per exemple) i evitar una eventual fragmentació social entre els que tenen accés a la societat connectada i els que no.
- Els mitjans audiovisuals públics han de promoure els valors i els principis continguts en l'Estatut d'autonomia.
- El servei públic audiovisual dependent de la Generalitat ha de representar un mecanisme de projecció internacional de la llengua i la cultura catalanes.

Acceptació de l'Esmena 5 GP de Catalunya en Comú Podem d'addició al final dels Mandats específics de l'apartat Spa, generador de valor cultural

SPA, generador de valor econòmic

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



PARLAMENT DE CATALUNYA

El principal efecte econòmic beneficiós del servei públic 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.

Mandats específics:

- Els mitjans de servei públic augmentaran, d'acord amb les seves possibilitats, el pes dels sectors de la producció i la distribució de productes audiovisuals a Catalunya. Els criteris per desenvolupar aquest mandat serà la qualitat industrial, la professionalitat, la creativitat i el compliment dels convenis laborals que els siguin d'aplicació, i tindran en compte la radicació territorial de les empreses del sector per a reconèixer-ne l'esforç a tot Catalunya.

Acceptació de l'Esmena 6 GP de Catalunya en Comú Podem d'addició al primer paràgraf dels Mandats específics de l'apartat Spa, generador de valor econòmic

- La transparència, la publicitat i la concurrència són principis indispensables en la contractació dels serveis del sector privat.
- Els mitjans de SPA buscaran la col·laboració públic-privat. A partir d'aquí, els continguts i serveis que derivin d'aquesta col·laboració poden ser considerats com un servei públic si compleixen determinats requisits de qualitat, pluralisme i de promoció de la llengua catalana.
- Els mitjans audiovisuals públics promouran la col·laboració amb altres plataformes audiovisuals, especialment en la producció de continguts d'interès públic.

SPA, generador de valor tecnològic

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

Cal tenir present que, encara que la recerca bàsica en tecnologia es du a terme en empreses TIC, les corporacions de SP també contribueixen en aquest sector mitjançant consorcis amb tercers. Pel fet de tenir accés directe i freqüent amb una part important de la població i ser una marca de referència, el SP pot mobilitzar suficient massa crítica per llançar nous serveis i innovacions que encara no siguin econòmicament rendibles per als operadors comercials. Aquest rol resulta més rellevant en mercat reduïts.

Mandats específics:

En la mesura de llurs possibilitats i de forma coordinada amb els altres agents involucrats, els mitjans de servei públic seran actius en el desenvolupament de



les tecnologies de la informació i la comunicació, sigui en la recerca, en la fase de testeig o en l'ús i 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 podran 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.



PARLAMENT DE CATALUNYA

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

4. El Govern, en el termini més breu possible, 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 i dels representants dels treballadors.*

Esmena transaccional 2 GP de Junts per Catalunya, GP Republicà, GP de Catalunya en Comú Podem entre el text de la proposta de resolució i l'esmena núm. 7 del GP de Catalunya en Comú Podem al punt 4, de l'apartat "II. Contracte programa" de la lletra C del Mandat Marc.

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.