



2. MEMÒRIA DE RETORN DE LES APORTACIONS FORMULADES EN EL TRÀMIT DE CONSULTA PÚBLICA PRÈVIA

**AVANTPROJECTE DE LLEI DE MODIFICACIÓ DE LA LLEI 22/2005, DE 29 DE
DESEMBRE, DE LA COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL DE CATALUNYA**

**MEMÒRIA DE RETORN DE LES APORTACIONS FORMULADES
EN EL TRÀMIT DE CONSULTA PÚBLICA PRÈVIA**

Gener de 2022

PART 1. ANÀLISI QUANTITATIVA DE LA CONSULTA

INTRODUCCIÓ

La Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya va establir al seu moment, i constitueix encara, el marc regulador general del sector audiovisual de Catalunya. Promulgada com a conseqüència del mandat establert per la Resolució 3/VI del Parlament de Catalunya, i seguint les directrius marcades pel document “La definició del model de servei públic”, elaborat pel Consell de l’Audiovisual de Catalunya en compliment de la Resolució 342/VI del Parlament, va suposar al seu moment un avanç innegable cap a l’actualització i la coherència del model audiovisual establert a Catalunya.

En els anys transcorreguts des de llavors, els mitjans de comunicació han experimentat una radical transformació, que ha deixat enrere la realitat monoprodut dels primers anys dos mil. Cada cop són més les empreses que gestionen productes en diversos formats i els mitjans que s’expressen des de diverses plataformes i, cada vegada més, el consum de mitjans audiovisuals es trasllada des de la televisió convencional cap a internet i les noves plataformes de televisió sota demanda. Aquesta evolució s’ha vist reflectida a nivell normatiu en la regulació dels serveis de comunicació audiovisual a nivell de la Unió Europea, reflectida en la normativa bàsica de l’Estat, que actualment està, al seu torn, en fase de revisió amb un nou projecte de Llei de comunicació audiovisual. Cal per tant, actualitzar el marc normatiu que dona suport a l’espai català de comunicació. Aquesta actualització és inseparable de la promoció de l’ús del català i l’aranès, pràcticament nul·la en les plataformes de televisió sota demanda, ja que oscil·la només entre el 0,1% i l’1,3% en els catàlegs de les plataformes més conegudes, en el cas del català.

D’acord amb aquestes consideracions, el Govern de la Generalitat va aprovar la memòria preliminar de l’avantprojecte de Llei de modificació de l’esmentada Llei 22/2005 i es va obrir un període de consulta pública prèvia per tal de conèixer les preocupacions dels sectors implicats en la comunicació audiovisual i de la ciutadania en general. A aquests efectes, la documentació relativa a la proposta ha estat consultable al portal Participa.gencat.cat durant els dies 15 d’octubre a 15 de novembre de 2021 i s’ha tramès també a diverses entitats

vinculades als mitjans de comunicació audiovisual de Catalunya, entre col·legis professionals, universitats i experts.

APORTACIONS REBUES

El nombre total d'aportacions rebudes a través del portal Participa ha estat de 9, corresponents a les persones i entitats següents:

- Asociación Española de Vídeo on Demand (AEVOD)
- Associació de Mitjans i Serveis Culturals en Ràdio i Televisió local de Catalunya (Gran Vía Ràdio- Sant Martí)
- Assumpta Serna (Familia de Cine, First Team, Asociación Buenas Prácticas Audiovisual)
- Club de Debat de la Comunitat www.areavisual.cat
- Federació d'organitzacions per la llengua catalana (FOLC)
- Gremi de Cinemes de Catalunya
- PAC- Productors Audiovisuals de Catalunya
- PROA (Productors Audiovisuals Federats)
- Televisions Digitals Independents
- Xarxa per la Justícia Climàtica

S'ha rebut, a més, una participació per correu electrònic, de l'Associació Catalana de Ràdio.

PART 2. ANÀLISI QUALITATIVA DE LA CONSULTA

1. RELACIÓ DE LES APORTACIONS EFECTUADES

1.1. Establir un marc regulador diferenciat per a la radiodifusió

Es proposa regular de manera diferenciada per a la ràdio i per a la televisió, ja que són dos mercats amb característiques tant d'oferta com de consum totalment diferenciades. També reconsiderar el paper del sector privat de la ràdio com a garantia de la pluralitat d'opcions de tria que representa per a la ciutadania, no igualar el règim de restriccions publicitàries i adoptar mesures per tornar a acostar la ràdio al públic infantil i juvenil pel paper que aquest mitjà té de garantir la intermediació professional de la informació (lluitant contra les *fake news*. Garantir també l'accés de la ràdio als nous dispositius tecnològics de contacte amb l'audiència (taulers dels automòbils assistents de veu, etc.).

1.2. Clarificar les missions de servei públic

Introduir modificacions en el sistema per passar del model de competència al de complementarietat. En aquest sentit, la proposta vol cridar l'atenció sobre la necessitat de clarificar les missions de servei públic, les condicions d'accés a l'espectre i als recursos econòmics (principalment a la publicitat) pel sosteniment i la viabilitat del model exitós de ràdio a Catalunya, en un moment que ja no es pot al·ludir a la normalització de la llengua per sostenir amb doble finançament el sector públic radiofònic, tant en l'àmbit local com nacional.

1.3. Determinar uns principis que permetin la coexistència de sector públic i sector privat a la ràdio.

Modificació de tota la normativa audiovisual catalana (Llei de Comunicació Audiovisual de Catalunya, Llei de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i Lleidat Consell de l'Audiovisual de Catalunya) per a la fixació d'uns principis de prestació de servei públic en ràdio que faci compatible la coexistència del sector públic i el sector privat, en finançament, presència en l'espectre, prestació de serveis a la xarxa, continguts i contractacions; amb una aposta clara per la reducció fins a l'eliminació de tota la publicitat de les emissores públiques que operen a Catalunya. El Govern hauria de proveir finançament suficient i establir objectius distingibles de servei públic i els operadors públics haurien d'impulsar ofertes radiofòniques de servei públic, com programacions específiques per a la població infantil i juvenil o el ràdio-teatre.

1.4. De cara a la modificació de la normativa, fer un estudi sistematitzat de tota l'oferta pública local de Catalunya, que abasteixi tots els termes d'allò que disposa la normativa per als operadors públics locals:

- Obligatorietat del Contracte programa i dels òrgans de gestió independents de les corporacions locals
- Missió clarament definida de servei públic de contingut local
- Condicions tècniques d'emissió
- Condicions de finançament
- Acreditació de la gestió directa

1.5. Introduir un nou model de finançament, que exclougui la publicitat en les ràdios públiques

Fixar un marc de finançament que permeti excloure la competència deslleial entre emissores públiques i privades i garantir una suficient dotació pressupostària per a garantir el sosteniment de les emissores de titularitat pública. Es proposa l'establiment de taxes finalistes per al finançament dels mitjans públics i separar els costos per distingir quins

corresponen a missions de servei públic i quins es fan en competència amb les emissores privades, per arribar a un model íntegrament finançat pel sector públic. Així mateix, es proposa una reducció progressiva del 33% anual de finançament al mercat publicitari sobre l'any anterior fins a la seva desaparició.

1.6. Oferir un tracte proporcional a les emissores de ràdio privades en les campanyes institucionals

La ràdio privada ha de tenir un tracte proporcional al seu pes en penetració social en l'assignació pressupostària de les campanyes institucionals. Per tant, han de coincidir la inversió real amb el nivell d'audiència. Així mateix s'hauria de recollir el pes específic que té cada operador en cada territori i els òrgans consultius que es poguessin crear, haurien de tenir com a mínim un representant de les organitzacions empresarials de cada mitjà. Es proposa també l'establiment de convenis sectorials entre departaments de la Generalitat i l'Associació Catalana de Ràdio per a la promoció d'objectius estratègics dels diferents àmbits d'actuació del Govern. La publicitat institucional s'hauria d'emetre sense càrrec.

1.7. Limitar a un 50% de l'espectre radioelèctric destinat a la radiodifusió pública

Limitar fins a un 50% del percentatge de l'espectre corresponent al sector públic, amb l'amortització progressiva de canals públics tant d'àmbit nacional com d'àmbit local. Així mateix, donar cabuda en les freqüències de caràcter públic a les emissores del "tercer sector". Es demana també que les administracions completin el procediment engegat fa més de 10 anys per adequar les previsions del Pla Tècnic Nacional de Radiodifusió Sonora en FM a la realitat dels centres emissors comuns o emplaçaments propers, per raons d'eficiència, de menor impacte ambiental i de precedent respecte dels centres ja autoritzats i de la situació del sector públic equivalent, i millorar l'eficàcia de les mesures executives contra les ràdios il·legals, incloent-hi mesures dissuassòries i també actuacions sobre els anunciant.

1.8. Fomentar mesures per aclarir el futur digital i introduir els criteris que s'estableixen en l'entorn europeu per a l'oferta de continguts digitals per part dels prestadors públics.

Foment de mesures que afavoreixin l'obtenció de dades que permetin la clarificació del futur digital i incorporar al nou entorn regulador els criteris que els països del nostre entorn europeu i la Comissió Europea estableixen per a l'oferta de continguts digitals per part dels operadors públics. Amb aquesta finalitat, l'ACR proposa la creació d'un Grup d'estudi de "la ràdio digital i de continguts digitals", pluridisciplinari i transversal, que integri tots els elements de la cadena de valor, com a plataforma per a la generació de coneixement que ajudi, d'una banda, al posicionament industrial del sector i, d'altra banda, com a element imprescindible per al regulador a l'hora d'establir les normes sobre aquest àmbit, no cenyint-lo només a l'estudi de la implantació del DAB.

1.9. Simplificar la burocràcia

Es considera convenient modificar el règim burocràtic, feixuc i redundant en les relacions entre el Consell de l'Audiovisual de Catalunya i els operadors privats.

1.10. Fomentar la col·laboració del Govern de la Generalitat amb les plataformes de vídeo sota demanda per impulsar el doblatge i subtitulat en català

Foment de la col·laboració entre el Govern de la Generalitat i les plataformes de vídeo on demand a partir d'unes accions centrades en promoure una major oferta de contingut en llengua cooficial, en el ben entès que una part del catàleg està en català i tenint en compte els títols més populars, sempre sota el principi de llibertat d'empresa. En canvi, l'establiment d'obligacions d'inversió en producció en llengua cooficial va contra la qualitat del producte i dificulta el desenvolupament d'un veritable ecosistema audiovisual a Catalunya i perjudica especialment els productors més petits. El Govern català podria donar suport al doblatge o subtitulat, o atorgar un segell de qualitat a les produccions que s'hagin gravat totalment o parcial a Catalunya o que hagin contractat a productores, tècnics o artistes locals.

1.11. Determinar el procediment per a la reserva d'espectre radioelèctric per a les entitats del tercer sector

Si bé es celebra que l'Administració, després de quaranta anys, pugui regularitzar la reserva d'espectre radioelèctric per a les emissores del tercer sector, es mostra inquietud per conèixer com es pensa fer aquesta reserva.

1.12. Incorporar a la Llei audiovisual l'obligació de complir amb codis d'ètica a tot el procés de producció i exhibició de l'audiovisual.

Promoure l'autorregulació i establir codis de bones pràctiques. En aquest sentit, s'exposa que "L'indicatiu més positiu d'un país de seny, és quan grups de professionals han sabut identificar des de la experiència i l'estudi, la autoregulació del seu propi col·lectiu. Els indicatius que ens fan ser més savis són sense dubte els valors, els principis i les bones pràctiques. ¿Com ens agradaria ser més bons professionals i com podem arribar a ser més bones persones?". L'Administració hauria de promoure la formació i la difusió dels codis de bones pràctiques per a tots els col·lectius, en tots els contractes i intervencions. Es dona el referent de codis de bones pràctiques en altres institucions, tant públiques com privades.

1.13. Impulsar la producció, distribució, exhibició i emissió de continguts en català

En aquest aspecte, s'aposta per incrementar la participació de la CCMA en la inversió en noves produccions (ficció, documentals, animació).

1.14. Promoure l'establiment de "bones pràctiques"

Es valoren positivament iniciatives com la del Codi de bones pràctiques de l'actor en l'audiovisual.

1.15. Impulsar l'educació mediàtica

És important que a l'escola i en altres espais formatius de la societat existeixin programes d'educació en l'audiovisual, que ajudin a crear nous públics.

1.16. Adopció de mesures actives en l'àmbit mediambiental

Preveure l'adopció de mesures actives per incrementar la implicació dels mitjans de comunicació en l'àmbit mediambiental, més enllà del tractament informatiu i divulgatiu sobre l'emergència climàtica que facin els mitjans de la CCMA.

1.17. Recuperar les mesures de promoció i foment de l'obra audiovisual en català previstes inicialment en el capítol VIII de la Llei 22/2005.

Des d'aquesta perspectiva, es proposa reintroduir les mesures de foment de l'audiovisual que inicialment preveia la Llei 22/2005 en el seu capítol VIII, que fou derogat per la Llei del Cinema. El finançament directe o indirecte de la Generalitat hauria d'anar destinat, de forma prioritària, a obres en versió original catalana o si més no, que comptin des de l'inici de la seva explotació amb versió en català.

1.18. Aplicar als mitjans de comunicació audiovisual les quotes de doblatge i substitució establertes per la Llei del Cinema

Introduir en els mitjans de comunicació audiovisual les quotes de doblatge i substitució establertes per la Llei del Cinema (adaptades a allò establert en la sentència 89/2017 del Tribunal Constitucional).

1.19. Aprofundir en la promoció de l'espai audiovisual català

Es proposa anar més enllà en la promoció de l'espai audiovisual català d'allò que preveu actualment l'article 126 de la Llei 22/2005.

1.20. Incorporar els continguts per a nens i joves com una prioritat de la CCMA

Més enllà de l'objectiu de "la promoció, el coneixement i la difusió de la llengua i cultura catalanes", incorporar l'oferta de continguts en català per a nens i joves com objectiu prioritari de la CCMA, tant en les seves emissions televisives com en els seus portals i serveis web i la seva presència a les xarxes socials.

1.21. Destinar el conjunt de les inversions de la CCMA a continguts en català

La CCMA té com a missió, d'acord amb l'article 26 de la Llei, "la contribució al desenvolupament de les indústries audiovisuals catalanes". Caldria actualitzar aquesta previsió fent de la producció de llargmetratges, sèries, documentals i continguts d'animació en versió original catalana la seva prioritat i incloure també un paquet de mesures de foment per a la creació i difusió de continguts en català a les xarxes socials, pensat especialment per a joves creadors (*youtubers, instagramers, streamers*).

1.22. Fomentar la producció de videojocs en català

Les modernes mirades del món audiovisual inclouen els videojocs, que formen part del catàleg de serveis en línia de la Directiva de serveis de comunicació audiovisual i reben suports d'organismes públics com el CNC francès o l'ICEC a Catalunya. Tanmateix, la legislació catalana en matèria de comunicació i cultura no els té en compte, per la qual cosa caldria incorporar-los i preveure, concretament, l'establiment de mesures de foment d'aquest sector.

1.23. Establir l'obligació per als mitjans privats que la llengua normalment emprada sigui el català, a més de l'obligació de fomentar la llengua i cultura catalanes ja establerta en la llei.

1.24. Introduir en la llei catalana mecanismes de seguiment de les garanties lingüístiques que estableixi la normativa estatal en relació amb els serveis de comunicació audiovisual que no depenen d'autorització o llicència de la Generalitat

Amb independència de quines quotes sobre la producció i l'oferta de continguts en català s'estableixi pels serveis de comunicació audiovisual d'àmbit estatal (plataformes en línia, televisions de cobertura estatal), es proposa la incorporació de mecanismes de seguiment i control del seu compliment i desplegar tot allò que estableix la Llei 22/2010, de consum de Catalunya pel que fa a les garanties lingüístiques de les persones consumidores.

1.25. Desplegar l'article 128 de la Llei de consum

Promoure la versió idiomàtica en català en les interfícies de comunicació d'aquests serveis (menús, portals web, aplicacions per a televisions connectades, mòbils i tauletes).

1.26. Ús de la llengua catalana en les activitats d'educació en l'audiovisual

Promoure la utilització de continguts audiovisuals en català, o doblats o subtitulats en català, en les activitats d'educació en l'audiovisual que es facin a les escoles.

1.27. Evitar els problemes per a la competitivitat derivats de la multiplicitat de normatives sobre mitjans audiovisuals

Els continguts audiovisuals estan subjectes a diverses normatives (comunicació audiovisual, cinema), tant de caràcter estatal com autonòmic. Cal evitar que aquesta disparitat normativa acabi afectant la competitivitat de les sales de cinema.

1.28. Igualtat, transparència, precisió i supervisió en la comunicació de dades de tots els agents que intervenen en l'audiovisual

La futura normativa hauria d'establir un mecanisme pel qual tots els serveis de comunicació audiovisual (televisions, plataformes de continguts, etc.) proporcionessin una informació concreta de les audiències que fos més que una dada estimada o estadística. El mesurament de les audiències el duen a terme actualment empreses privades, a partir d'una estimació consensuada i validada per tots els agents, però que en cap cas és un mesurament objectiu. Per això és indispensable fixar un mecanisme objectiu de mesurament d'audiències que pugui ser controlat pel supervisor.

1.29. Ampliació i modernització de les competències del CAC

La capacitat inspectora i sancionadora del CAC hauria d'anar més enllà del que preveu la memòria de l'avantprojecte, perquè una bona part de les emissions il·legals es fan a través de pàgines web.

1.30. Autorregulació dels mitjans sense ànim de lucre

Si s'estableix l'autorregulació es pot estar perjudicant als mitjans que "segueixen les regles".

1.31. Tenir en compte els aspectes de propietat intel·lectual en la transposició de les Directives

Més enllà de la protecció contra els discursos d'odi, caldria incorporar també a la llei les previsions de la directiva sobre propietat intel·lectual.

1.32. Produir continguts de qualitat per impulsar el consum de continguts en català

La manera d'impulsar el consum de continguts en català és produir continguts de qualitat amb interès real per a l'audiència. No resulta eficaç la imposició de quotes, que a més, el supervisor no té mitjans per a controlar.

1.33. Modificar la definició de productor independent (art. 1.g) de la Llei 22/2005

L'actual definició de "productor independent" és més restringida que la continguda en altres normes.

1.34. Vetllar per la protecció contra els discursos d'odi a les plataformes de vídeo

Introduir en la llei una referència a la difusió de discursos d'odi a les plataformes de vídeo.

1.35. Incloure representants de les patronals de la indústria audiovisual en la CCMA

Afegir en els òrgans directius de la CCMA una representació de les patronals de la indústria audiovisual.

1.36. Establiment d'obligacions de promoció de la llengua i cultura catalanes

Es proposa modificar l'article 86 de la llei incorporant-hi obligacions de promoció de la llengua i cultura catalanes.

1.37. Protecció del català en els serveis audiovisuals a petició

Es proposa estendre als prestadors de serveis audiovisuals a petició l'obligació de finançament d'obres audiovisuals europees, dedicant-ne pel cap baix un 50% a les catalanes.

1.38. Reintroduir les mesures de foment dels mitjans audiovisuals previstes inicialment a la Llei 22/2005

Es tractaria de restituir els articles 120 i 123, sobre foment de la producció audiovisual en català, derogats per la Llei del Cinema.

1.39. Actualitzar i harmonitzar la definició d'allò que és audiovisual.

Es parteix de la idea que "tot és audiovisual" i, per tant, cal eliminar la distinció entre obra audiovisual i cinematogràfica. Al respecte, es proposa introduir un seguit de definicions ("obra audiovisual", "obra audiovisual de nou format", "pel·lícula", "curtmetratge", "llargmetratge", "sèrie"...)

1.40. Protegir l'audiovisual europeu

Es proposa modificar la definició d'"obres europees" de l'article 1 de la Llei 22/2005, tot reforçant les condicions exigides en el concepte d' "obra originària".

1.41. Emfatitzar la protecció de la integritat de l'obra audiovisual

Amb aquest objectiu, es fa una proposta de modificació de les regles sobre interrupció de les obres audiovisuals programades, a l'efecte que les interrupcions respectin la integritat de l'obra.

1.42. Sancionar l'incompliment de les obligacions sobre contribució al desenvolupament del sector audiovisual i de la cinematografia.

A aquest efecte, es proposa tipificar aquest incompliment com a infracció greu.

1.43. Mantenir la independència dels òrgans reguladors

Amb aquesta finalitat, es proposa mantenir l'actual Disposició addicional primera.

1.44. Introduir una previsió relativa a una consulta sobre l'accés a la prestació de serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre

Introduir un tràmit de consulta sobre la necessitat de freqüències dels serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre.

1.45. Implementar una política de comunicació i sensibilització per donar a l'emergència climàtica més presència i rigor en la informació diària dins dels mitjans de comunicació (no només de tant en tant o quan hi ha una cimera).

Això implica introduir l'anàlisi de les causes de l'emergència, de les polítiques destinades a maquillar de "verd" per complir els objectius climàtics, etc.

1.46. Aturar les accions de suport i promoció institucional o contractació publicitària a les empreses del sector de les energies fòssils, a la indústria del motor, creuers i la indústria càrnica intensiva.

Amb aquest objectiu, es proposa que els canals públics no emetin cap publicitat procedent d'aquests sectors i que el govern asseguri que es compensarà la pèrdua d'ingressos amb diners públics.

2. VALORACIÓ DE LES APORTACIONS

Des d'un punt de vista quantitatiu, es pot dir que el nombre d'aportacions no ha estat molt elevat, la qual cosa s'explica probablement pel fet que fa poc temps, en la legislatura passada, s'havia impulsat ja un projecte de modificació de la Llei de Comunicació Audiovisual de Catalunya que va decaure com a conseqüència del final d'aquella legislatura. En canvi, des d'una valoració qualitativa, es pot dir que les aportacions presentades han anat en molts casos més enllà de mers comentaris o suggeriments i han plantejat propostes molt interessants en relació amb els objectius de la consulta pública prèvia, en particular en allò que fa a la protecció i la promoció de l'ús del català en els mitjans de comunicació.

Exposats de forma sintètica, els comentaris fets per les entitats que han participat en la consulta es poden introduir en els apartats següents:

2.1 ÀMBIT DE L'APLICACIÓ DE LA LLEI. CONCEPTE D'“AUDIOVISUAL”

Una qüestió que ha sorgit en alguns comentaris és la necessitat de determinar què s'entén per “audiovisual”. Per una banda, s'ha posat de relleu que l'àmbit audiovisual no es limita als mitjans de comunicació, sinó que inclou també l'obra cinematogràfica, per la qual cosa caldria eliminar la diferenciació entre una i altra, i per l'altra, s'ha reivindicat la necessitat de donar un tractament individualitzat als serveis de ràdio. Al respecte, cal tenir en compte que el plantejament de la normativa actual (vg. apartat 3 del preàmbul de la Directiva 2018/1808) és tractar conjuntament aquells serveis que tenen com a objecte principal subministrar programes amb la finalitat d'informar, entretenir o educar, per la qual cosa entenem que ha de ser aquest l'àmbit de la llei, incloent-hi els diferents mitjans implicats.

2.2 PROTECCIÓ I PROMOCIÓ DE LA LLENGUA CATALANA I ARANESA ALS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Coincidint amb un dels objectius de la consulta, una part significativa de les aportacions presentades proposen mitjans per a protegir i promoure la llengua catalana als mitjans de comunicació, que considerem extensibles a la llengua aranesa en el seu àmbit corresponent. Les mesures proposades inclouen incorporar l'oferta de continguts en català per a nens i joves com objectiu prioritari de la CCMA, introduir mecanismes de seguiment de les garanties lingüístiques que estableixi la normativa estatal per a mitjans que no depenguin de la Generalitat, garantir la utilització del català com a dret del consumidor i promoure la versió en català de les interfícies de comunicació, promoure l'ús de la llengua catalana en les activitats d'educació en l'audiovisual, promoure l'edició de videojocs en català, establir obligacions de promoció de la llengua i cultura catalanes, garantir un percentatge d'obres en llengua catalana dins les obligacions de difusió d'obres audiovisuals europees, aplicar als mitjans de comunicació audiovisual les quotes de doblatge i substitució establertes per la Llei del Cinema, aprofundir en la promoció de l'espai audiovisual català, incrementar la participació de la CCMA en la inversió en noves produccions en català o destinar el conjunt de les inversions de la CCMA a continguts en català.

Tanmateix, hi ha dos supòsits que mereixen una atenció especial. El primer, la reintroducció de les mesures d'impuls del sector audiovisual i de foment de la indústria cinematogràfica i del sector audiovisual, i el segon, el foment de la col·laboració del Govern de la Generalitat amb les plataformes de vídeo sota demanda per impulsar el doblatge i subtitulat en català. Pel que fa al primer d'aquests supòsits, s'han presentat diverses propostes en el sentit de reintroduir en la llei els articles 120 i 123, derogats en virtut de la Llei 20/2010, de 7 de juliol, del cinema, tenint en compte que les mesures previstes en aquesta llei no s'han posat en marxa, per la qual cosa el sector audiovisual català ha quedat desemparat en aquest aspecte. El segon, és interessant en la mesura que ha estat plantejat per l'AEVOD (Asociación Española de Vídeo on Demand) i proposa que el Govern estableixi mesures de foment del sector audiovisual en català, o algun tipus de segell de qualitat per a les produccions en aquest idioma. En canvi, s'oposa rotundament a l'establiment de quotes. Val a dir que l'oposició al sistema de quotes és compartida per

altres participants, que apel·len a la dificultat de controlar el compliment en la pràctica de l'obligació de respectar les quotes.

En termes generals, les propostes proposades es poden valorar positivament, tot i que cal observar que fan majoritàriament referència a mesures de foment, que poden implicar una important despesa econòmica, per la qual cosa l'efectivitat de la seva aplicació està subjecta a la disposició de recursos suficients. D'altra banda, les propostes que es fan a la CCMA s'haurien d'introduir i aplicar en el marc de la llei pròpia de la Corporació i el contracte-programa corresponent.

2.3 ORGANITZACIÓ DEL MERCAT DE LA COMUNICACIÓ AUDIOVISUAL A CATALUNYA

Un nombre important de propostes, que tanmateix procedeixen d'una mateixa entitat, fan referència a la necessitat de reorganitzar el mercat de la comunicació audiovisual a Catalunya i més concretament, redefinir el paper respectiu dels mitjans públics i privats i renovar la governança de tot el sector i en particular, de la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals.

Al respecte, convé recordar que l'actual organització del mercat de la comunicació audiovisual a Catalunya està repartit, tal com s'estableix també en la normativa bàsica de l'Estat i en altres països del nostre entorn en tres sectors, els mitjans públics, els mitjans privats o comercials i els mitjans comunitaris o "del tercer sector". Els mitjans públics estan directament relacionats amb les necessitats democràtiques, socials i culturals de cada societat i amb la necessitat de preservar el pluralisme dels mitjans de comunicació, tal com reconeix el protocol núm. 29 del Tractat de Lisboa, sobre el sistema de radiodifusió pública als Estats membres, per la qual cosa els Estats membres de la Unió Europea han de garantir el finançament d'aquests mitjans per tal que duguin a terme la seva funció de servei públic tal com ha estat atribuïda, definida i organitzada pel mateix Estat i en la mesura que aquest finançament no sigui contrari a l'interès comú. Els mitjans comunitaris, per la seva part, constitueixen un tercer sector dins l'àmbit de la comunicació audiovisual que per tant, s'ha de mantenir independent tant de les empreses privades del sector de la comunicació com també de les administracions públiques i els mitjans de comunicació que gestionen.

Per tot això, entenem que no són viables les propostes de reduir a un 50% la proporció de l'espectre radioelèctric reservat als mitjans públics, en el quals hi hauria d'incloure els mitjans comunitaris. El mateix es pot dir de les propostes per introduir representants del sector privat en els òrgans de direcció dels mitjans públics.

2.4 EXCLUSIÓ DE LA PUBLICITAT EN ELS MITJANS PÚBLICS

S'ha proposat, en aquest sentit, introduir un nou model de finançament dels mitjans públics que exclogui la publicitat, considerada com un "doble finançament". Entenem que en el moment present no és viable una proposta d'aquest tipus, que implicaria una sobrecàrrega excessiva per al sector públic, més tenint en compte que amb el precedent de la declaració d'inconstitucionalitat del "canon digital" per part del Tribunal Constitucional, no resulta viable preveure algun tipus de taxa que permetés finançar els serveis públics de comunicació audiovisual de Catalunya en substitució de la publicitat, tal com es va establir per a la Corporació de Ràdio i Televisió Espanyola per la Llei 8/2009, de 28 d'agost.

2.5 PROPIETAT INTEL·LECTUAL I PAUSES PUBLICITÀRIES

Algunes propostes i comentaris han incidit sobre aspectes relatius a la protecció de la propietat intel·lectual i en particular, a la protecció de la integritat de l'obra, en relació concretament a les pauses publicitàries. Cal tenir en compte, tanmateix, que els aspectes relatius a la propietat intel·lectual es regeixen per la seva normativa específica, de competència exclusiva de l'Estat. Per tant, solament es pot actuar a través de la regulació de les pauses publicitàries, que en qualsevol cas han de respectar la integritat de l'obra. En aquest aspecte s'ha fet també al·lusió a la necessitat de revisar algun concepte, com el de "productor independent", cosa que es valorarà en l'elaboració del text articulat de la llei.

2.6 DISCURSOS D'ODI

Alguna contribució ha proposat l'extensió de la protecció contra els discursos d'odi a les xarxes socials. Aquesta qüestió excedeix de l'àmbit de la llei, per bé que es pot preveure la col·laboració de l'Administració de la Generalitat, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals i en general, els operadors públics i privats als quals s'aplica la llei en les actuacions que facin al respecte els òrgans judicials competents.

2.7 AUTORREGULACIÓ

També s'han presentat propostes relatives a la introducció de mitjans d'autorregulació, com ara codis ètics o codis de bones pràctiques. Tal com es recorda en el preàmbul de la Directiva 2018/1808 (apartat 13), l'experiència adquirida amb l'aplicació de diversos codis de conducta en desplegament de la Directiva sobre mitjans de comunicació (Directiva 2010/13/UE) ha demostrat que tant els instruments d'autorregulació com els de correulació, aprovats d'acord amb les tradicions jurídiques dels Estats membres, poden desenvolupar un important paper a l'hora d'atorgar un alt grau de protecció als consumidors. En particular, les mesures que cal adoptar en els serveis emergents de comunicació audiovisual resulten més eficaces si s'adopten amb el suport actiu dels mateixos prestadors dels serveis. Tanmateix, a l'hora de promoure el compliment d'un codi d'autorregulació o correulació, l'existència d'un mecanisme legislatiu de protecció esdevé un important factor d'èxit. Per tot això, es valora positivament la conveniència de que l'avantprojecte de llei inclogui una, o diverses, previsions que permetin donar cobertura a l'autorregulació dels sectors implicats en l'aplicació de la llei en aquells casos que sigui necessari. Tot això en el benentès que les mesures d'autorregulació no poden substituir en cap cas l'obtenció d'obtenir llicència o fer la comunicació prèvia en els casos previstos en les normes vigents.

2.8 EDUCACIÓ MEDIÀTICA

En les observacions rebudes, s'ha posat també èmfasi en desenvolupar l'educació mediàtica. En l'actual Llei 22/2005, ja es va fer una menció a l'alfabetització mediàtica, que en aquell moment va ser pionera. Tanmateix, vista la rellevància que ha adquirit l'educació mediàtica, tant entre infants com en adults, entenem que cal establir un marc que permeti l'impuls de les mesures necessàries en aquest àmbit, per part del Govern de la Generalitat i del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, en col·laboració amb altres ens, públics i privats.

2.9 VISIBILITAT DE L'EMERGÈNCIA CLIMÀTICA EN LA INFORMACIÓ

Algunes propostes han incidit en la necessitat de donar visibilitat a l'emergència climàtica en la informació difosa pels mitjans de comunicació, més enllà de les notícies puntuals sobre "cimeres sobre el clima" o catàstrofes ecològiques. Acolлим positivament aquesta proposta, que es pot traduir en la introducció d'un nou objectiu específic de servei públic dels mitjans de comunicació de la Generalitat i dels ens locals, consistent en "promoure la comunicació i la sensibilització sobre l'emergència climàtica, a l'objecte d'incrementar-ne la presència i donar-li més rigor en els diferents espais informatius".

2.10 MESURES NO NORMATIVES

Algunes de les propostes han consistit en mesures no normatives, com la realització d'un estudi sistematitzat de l'oferta pública local de Catalunya, la creació d'un Grup d'estudi de "la ràdio digital i de continguts digitals", l'establiment d'un sistema objectiu de medició d'audiències o l'obertura d'una consulta sobre la necessitat de freqüències dels serveis de comunicació audiovisual comunitaris sense ànim de lucre. En tot cas, la conveniència d'adoptar aquestes mesures es valorarà cas per cas i la seva incorporació al text de la llei dependrà de les circumstàncies específiques que s'hi donin.

3. CONCLUSIONS

Les aportacions realitzades confirmen la necessitat d'adaptar el marc normatiu en matèria de comunicació audiovisual a Catalunya a una situació que ha experimentat nombrosos canvis des de que es va aprovar, l'any 2005, la Llei de comunicació audiovisual de Catalunya ara vigent. L'aparició de les xarxes socials, els avenços tecnològics que han permès anar més enllà de la dicotomia entre ràdio i televisió, el ràpid desenvolupament de fenòmens com la desinformació i els discursos d'odi de nous fenòmens, la necessitat que els mitjans responguin als objectius de sensibilització en matèria mediambiental en el context de l'Agenda 2030, la importància que ha adquirit l'educació mediàtica, a la qual la Llei de 2005 contenia ja una breu referència, i l'extensió del recurs a l'autorregulació i la corregulació, entre d'altres aspectes.

Per tot això, cal que aquest nou projecte de llei vagi més enllà d'una simple modificació de la llei vigent per a introduir-hi uns canvis puntuals per tal de transposar la Directiva sobre mitjans de comunicació o desplegar la normativa bàsica de l'Estat. Ha d'introduir un marc que permeti adequar-se a aquesta realitat, sense tanmateix, deixar de banda els principis que ja van inspirar la Llei 22/2005, en particular en allò que fa referència a l'organització del mercat dels serveis de comunicació audiovisual entre mitjans públics, comercials i comunitaris.

En tot cas, aquestes conclusions es refereixen a la totalitat d'idees que s'han abstret de les aportacions i que han de servir de guia per a la modificació de la Llei de la Comunicació Audiovisual de Catalunya.

La primera d'aquestes idees, i la que ha estat objecte de més aportacions, és la necessitat d'impulsar els mitjans necessaris per a garantir la presència i la difusió de la llengua catalana en els mitjans de comunicació, des de mesures de suport al subtitulat i el doblatge fins a promoure la protecció de l'ús del català com adret del consumidor.

També s'ha posat èmfasi en l'autorregulació, a partir de codis de conducta i de bones pràctiques, en diversos àmbits. Al respecte, la llei pot introduir un marc normatiu mínim, en línia amb el dret de la Unió Europea i les normes bàsiques de l'Estat.

La necessitat de preveure mitjans per a impulsar l'educació mediàtica és una altra qüestió que ha estat abordada en diverses aportacions, tot i que la llei només pot introduir al respecte unes directrius mínimes.

Una observació similar es pot fer al respecte d'algunes propostes relatives a continguts, com l'eradicació dels discursos d'odi o la qualitat de la informació relativa a l'emergència climàtica. En aquest aspecte, cal tenir en compte que la llei no pot entrar a regular o condicionar el contingut dels mitjans informatius, però en canvi, pot fixar determinats objectius de servei públic que es poden desenvolupar a través del contracte-programa. En canvi, la llei pot actualitzar les actuals previsions destinades a protegir la integritat de les obres emeses, sobretot en relació amb les pauses publicitàries.

Pel que fa a l'organització del mercat, es considera com a millor solució mantenir els principis ja establerts en el marc normatiu actualment vigent, tant pel que fa a la participació dels operadors públics i privats, com al sistema de finançament dels mitjans públics i les situacions puntuals, com ara els mitjans comunitaris sense ànim de lucre ("tercer sector") o l'activitat audiovisual sense títol habilitant.

4. ANNEX

S'incorporen en annex les aportacions formulades en el procés de consulta pública prèvia. Les aportacions corresponen a les entitats següents:

1. Asociación Española de Vídeo on Demand (AEVOD)
2. Associació Catalana de Ràdio
3. Associació de Mitjans i Serveis Culturals en Ràdio i Televisió local de Catalunya (Gran Vía Ràdio- Sant Martí)
4. Assumpta Serna (Familia de Cine, First Team, Asociación Buenas Prácticas Audiovisual)
5. Club de Debat de la Comunitat www.areavisual.cat
6. Federació d'organitzacions per la llengua catalana (FOLC)
7. Gremi de Cinemes de Catalunya
8. PAC- Productors Audiovisuais de Catalunya

9. PROA (Productors Audiovisuals Federats)

10. Televisions Digitals Independents

11. Xarxa per la Justícia Climàtica