

A la recerca del model català

La creixent concentració mediàtica de caràcter centralista que experimenta l'Estat espanyol ha convertit el castellà en la llengua majoritària dels mitjans de comunicació. Només a territoris com ara Catalunya, i en menor mesura el País Basc, s'ha aconseguit bastir un ecosistema en llengua pròpia gràcies a les ajudes atorgades a través dels diferents governs autonòmics. EL TEMPS desgrana el model de foment dels mitjans en llengua pròpia que s'ha impulsat a les autonomies amb idiomes oficials diferents del castellà.

Per Moisés Pérez / @MoissPrez

La tradició monolingüe de l'Estat espanyol s'observa com a símptoma evident en els mitjans de comunicació. Si qualsevol persona del País Valencià aspira a informar-se en català quan engega la televisió, només trobarà un canal d'abast autonòmic íntegrament en l'idioma propi i, amb prou feines, una cadena o dues d'àmbit comarcal. Si opta per escoltar la ràdio, baixar al quiosc o fer una cerca a la xarxa, la situació no serà gaire diferent. El castellà s'erigirà, no debades, en la llengua aclaparadorament majoritària dels mitjans →



→ de comunicació valencians. Encara més amb la demostració de la creixent concentració de caràcter centralista que experimenta el panorama mediàtic estatal.

Els habitants de Catalunya, en canvi, gaudeixen d'un ecosistema mediàtic en llengua pròpia profundament més extens que al País Valencià i a la resta de territoris amb un altre idioma diferent del castellà. El Principat, no debades, compta amb diversos diaris impresos en català, amb diferents ràdios que emeten la totalitat de la seua programació en llengua pròpia, amb múltiples publicacions digitals que empren l'idioma del país per informar els seus usuaris... Fins i tot, les grans cadenes radiofòniques espanyoles, com ara la Ser, la Cope o RNE, fan la informació territorial catalana en llengua pròpia. Un panorama mediàtic ampli i divers en català que ha estat possible gràcies als ajuts atorgats per la Generalitat de Catalunya.

“Els ajuts atorgats per la Generalitat de Catalunya han tingut un rol estratègic en l'impuls i la consolidació d'una àmplia gamma de mitjans de comunicació en català”, assenyala Salvador Planas, cap de Servei d'Innovació i Cooperació de la Direcció General de Mitjans de Comunicació, adscrita al Departament de Presidència. “El suport econòmic de la Generalitat de Catalunya ha estat decisiu per construir un panorama mediàtic en llengua pròpia atesa la desigualtat de base que tenen els mitjans de comunicació en català per competir envers els que empren el castellà”, reforça Miquel Martín Gamisans, exsecretari de Comunicació del Govern català i actual secretari de Difusió i Atenció Ciutadana de l'executiu principatí. “El nostre sistema d'ajust ha servit, fins i tot, com a model per a territoris com ara el País Basc”, remarca Planas.

El sistema de subvencions de Catalunya per fomentar els mitjans en llengua pròpia arreu de l'espai comunicatiu comú està dividit en dues categories, tal com explica Martín Gamisans: “La Generalitat de Catalunya ha implantat un model, el qual va engegar-se amb el tripartit d'esquerres (2003) per corregir la relativa discrecionalitat que hi havia amb els governs anteriors, que s'ha basat en línies de subvencions estructurals i per projectes, les quals s'atorguen a mitjans íntegrament en llengua pròpia”. “Aquestes últimes, les quals estan pensades per donar suport econòmic a les iniciatives

mediàtiques que puguen sorgir en català, van eliminar-se durant els anys més durs de la crisi econòmica”, puntualitza.

Les ajudes catalogades com a estructurals tenen com a objectiu cobrir una part dels costos dels mitjans de comunicació en català, i estan estructurades d'acord amb el canal d'emissió, és a dir: hi ha una línia de subvencions per a la premsa digital, una altra per a les publicacions impreses, una tercera per a les ràdios i una quarta per a les televisions. “S'atorguen a través de criteris objectius, com ara l'audiència o la professionalització de les plantilles dels mitjans en funció de la categoria d'emissió”, indica l'exsecretari de Comunicació de la Generalitat

de Catalunya. “La puntuació varia dependent de les característiques dels mitjans. En el cas de les televisions, l'audiència no és un criteri massa destacat, ja que en el cas dels canals locals és complicat mesurar de manera fiable el nombre d'espectadors. A la premsa digital, en canvi, sí que hi té més pes l'audiència, tot i que en els darrers anys s'ha matissat enfront d'altres aspectes, com ara la professionalització de les plantilles”, exposa Planas, qui destaca “l'adaptació dels requisits al canviant panorama comunicatiu”.

Als ajuts estructurals, se sumen aquells concedits per projectes, els quals estan també dividits per les categories de ràdio, televisió, premsa digital i en paper. “Estan pensats per fomentar l'aparició de nous mitjans de comunicació o per renovar les estructures mediàtiques dels mitjans que ho necessitin. L'exemple paradigmàtic ha estat el diari Ara, el qual va rebre vora un milió d'euros per la seua irrupció als quioscos. D'aquesta manera, la Generalitat de Catalunya va contribuir al naixement del segon diari imprès de tirada nacional que s'edita íntegrament en llengua pròpia”, exemplifica Martín Gamisans. “Atesa la situació econòmica del 2020, aquests ajuts s'han congelat. Esperem poder recuperar-los el 2021, amb la intenció de donar empenta a les noves iniciatives que sorgeixen”, anuncia Planas. La Generalitat de Catalunya destina anualment 9.172.250 euros a fomentar els mitjans de comunicació en llengua pròpia.

Una quantitat sensiblement menor ha invertit el Govern de les Illes Balears en el foment dels mitjans de comunicació en català. El 2020, l'executiu balear ha destinat 575.000 euros, dels quals s'han beneficiat una cinquantena de mitjans. Atorgades per la Direcció General de Política Lingüística, es destinen 180.000 euros a les publicacions de caràcter diari, 175.000 euros a les publicacions d'àmbit local, 35.000 euros a les publicacions especialitzades per temàtiques, 111.000 euros a la programació de televisió i 75.000 euros a la programació de ràdio.

“Per poder-hi accedir, exigim que el 90% dels continguts estiguin en català en el cas de publicacions periòdiques, especialitzades o d'àmbit local. Aquest percentatge baixa lleugerament al 80% en ràdio i televisió”, detalla Beatriu Defior, directora general de Política Lingüística del Govern de les Illes Balears. La presència en les xarxes socials, l'audiència o la



tirada són els criteris per atorgar la quantitat. “L’objectiu és fomentar els mitjans de comunicació en català, un ecosistema que a les Illes Balears dona feina a prop d’un centenar de persones i que pretenem que siga més ampli”, sosté.

Amb 920 treballs de caràcter periodístic generats gràcies a l’existència d’una atapeïda xarxa de publicacions impreses, diaris digitals, ràdios i xicotetes televisions en èuscar, segons un informe de l’executiu del País Basc datat el 2015, la directora de Promoció de l’Èuscar, Estibaliz Alkorta, va emprendre una reforma del sistema d’ajust als mitjans de comunicació en la llengua pròpia per “estabilitzar el sector”. “Quan vaig arribar a la Direcció General el 2017 vaig trobar-me amb una xarxa de mitjans en èuscar que estava caracteritzada per una certa inestabilitat i, fins i tot, voluntarietat laboral. El sistema d’ajuts havia primat en excés l’audiència i no s’havia centrat a consolidar laboralment i professionalment els mitjans de comunicació que existeixen, així com el foment de l’aparició de nous. S’estava funcionant amb sous baixos, sense mitjans tècnics i, fins i tot, amb voluntaris en determinades ocasions. Mentre els mitjans de comunicació en èuscar gaudien de 26 milions d’euros en el seu conjunt, les inversions necessàries per cobrir costos estàndard ascendia a 33 milions d’euros. Arran d’aquesta situació, vam decidir reformar el sistema d’ajuts”, narra la mateixa responsable de promoció de l’idioma propi del País Basc. “Els mitjans de comunicació en èuscar són els principals divulgadors de la nostra cultura i creen una consciència nacional de la nostra llengua, per la qual cosa era necessari garantir la seua viabilitat. D’aquesta manera, vam reunir-nos amb l’associació Hekimen, que aixopluga tots els mitjans privats que operen exclusivament en la llengua del país, i Tokikom, que reuneix els mitjans privats d’àmbit local íntegrament en èuscar, amb els objectius de bastir un sistema que contemplara la diversitat del sector, fomentara l’impuls de projectes comunicatius globals i comp-



tara amb un model de finançament allunyat d’una visió competitiva”, explica. En maig de 2019, les organitzacions del sector, l’executiu basc i les diputacions provincials van firmar un conveni per implementar “un model d’ajudes fonamentat en els costos estàndard, és a dir, en el cost mitjà que suposa crear, dissenyar, editar, imprimir i distribuir un mitjà de comunicació determinat”.

A través d’un informe d’una consultora externa, va calcular-se el cost estàndard de diverses tasques productives i, segons indica Alkorta, “vam concloure que tots els mitjans de comunicació estaven bastant per sota dels estàndards”. Les institucions basques, les quals aportarien en total poc més de 10,5 milions d’euros, i les organitzacions periodístiques van acordar un ajut públic del 30% del pressupost estàndard del sector dels mitjans de comunicació en basc. “Amb aquest conveni es permetia augmentar el finançament, adoptar una gestió dels ajuts basada en criteris objectius, ajudar els projectes comunicatius integrals, independentment del seu suport, i dotar d’estabilitat el sector”, reivindica. Paral·lelament, l’executiu basc inverteix un milió d’euros en els mitjans que entren majoritàriament el castellà per aconseguir una presència més gran de l’èuscar.

La dotació de Navarra per al foment de l’èuscar en l’ecosistema mediàtic propi és sensiblement més reduïda. L’executiu navarrès va invertir el 2019 un total de 665.939,95 euros en ajudes per utilitzar l’èuscar en la premsa impresa, digital i a les ràdios, amb les quals van beneficiar-se fins a 22 mitjans de comunicació. Els ajusts estan dividits en vuit categories. La introducció d’aquestes subvencions s’emmarca en el Pla estratègic de l’èuscar 2016-2019 que va aprovar l’anterior govern progressista.

Galícia, que aposta per un model que prima l’audiència, ha adoptat un sistema profundament polèmic i que genera malestar en el sector dels mitjans de comunicació en gallec. El 2017, diaris com ara *La Voz de Galicia* o *El Faro de Vigo* —els quals compten amb una presència minsca del gallec— van rebre més d’un milió d’euros per complir amb un 8% dels continguts en l’idioma del territori, mentre que els digitals en llengua pròpia no superaven els 3.000 euros. A pesar de la peculiar distribució de les ajudes de la Xunta de Galícia —governada pel PP— i gràcies al compromís de 3.000 subscriptors, Galícia va trencar l’anormalitat històrica de no tenir un periòdic en gallec el 2020 amb el naixement de *Nòs Diario*. Una fita pendent al País Valencià. •