



# “L'accés a la informació és un dret bàsic”

**E**l projecte del *Portal de la Comunicació* va néixer a l'Institut de la Comunicació (l'Incom de la UAB) i s'ha convertit en un instrument d'ajut a la recerca en el camp dels mèdia. Un àmbit de recerca que avui més que mai està pendent dels grans canvis provocats per fenòmens com la globalització o la irrupció d'Internet.

—Quins són els grans temes de la recerca en el món de la comunicació ara?

—Els grans temes de l'actualitat, com el tractament dels mitjans sobre els fets de l'11 de setembre, les seves conseqüències sobre l'opinió pública i les relacions internacionals...

També hi ha un altre gran tema, com és el de les relacions entre els mitjans de comunicació i els fenòmens migratoris. Un fenomen que no és nou, de fet ja es plantejava en els primers estudis de recerca de comunicació de masses nord-americans, els anys 20 i 30. Aquest àmbit analitza el paper de la cultura i dels mitjans de comunicació en els fenòmens d'integració, assimilació, rebuig i conflicte que es produeixen en una societat. És un tema recurrent en la història de la comunicació i de la seva recerca.

Però van acompanyades d'un altre aspecte: l'estudi de com incideix la irrupció d'Internet sobre el panorama mediàtic. En aquest camp hi ha tota una altra reflexió a la qual crec que hem de dedicar molta atenció. Es tracta d'observar com es va configurant un nou sistema de comunicació en què els mitjans tradicionals ja no són els protagonistes únics de l'acció informativa, sinó que comença a haver-hi una emergència d'altres actors.

—Els mitjans de comunicació tradicionals estan variant la manera de construir els discursos amb la irrupció d'Internet?

—Hi ha una primera fase en la qual passen per un etapa d'una certa perplexitat. No saben gaire bé com actuar. I això es manifesta d'una manera molt clara en les grans televisions públiques. Per exemple, la mateixa Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) és lenta a l'hora de reaccionar. Després ho fa. Televisió Espanyola també és molt lenta, i quan reacciona ho fa d'una manera encara molt més lenta. Alhora, comencen a aparèixer uns altres actors que van guanyant espai. Per exemple, aquí als Països Catalans coneixem l'experiència de *Vilaweb*, que és un lideratge dins d'Internet que sorgeix d'una tradició nova.

Hi ha altres casos importants a Internet com a actors de la informació. És el cas, per exemple, de la presència dels ajuntaments —el web de l'Ajuntament de Barcelona té una bona audiència—, algunes universitats —com és el cas de la UOC— comencen a tenir un cert lideratge també. És a dir, que els mèdia veuen que comparteixen amb altres actors el lideratge de la informació.

—Com afectarà als mitjans tradicionals el colideratge?

—Crec que hi haurà un canvi en els pròxims anys. Els mitjans estan obligats a reorganitzar-se en funció d'un panorama comunicatiu que ja és diferent. No es tracta que els mitjans tinguin un web, sinó que es reorganitzin.

Aquest camí és un procés d'assaig i error. És a dir, en un primer moment s'aprofiten els materials pensats per a mitjà imprès i s'aboquen a Internet.

Miquel de Moragas,  
catedràtic de  
Comunicació de la  
Universitat Autònoma  
de Barcelona,  
és director del 'Portal  
de la Comunicació',  
un espai a Internet  
que s'ha convertit  
en un instrument  
de referència per a  
l'intercanvi d'informació  
i de coneixements  
en l'àmbit de la recerca  
dels mèdia i la societat  
de la informació.

## **“El poder real del món de la comunicació avui ja no està en la censura d’informacions –que també n’hi ha–, sinó en el domini sobre la producció de continguts”**

Ara, el que es comença a fer és organitzar la producció esglaonadament. De manera que el redactor, per exemple, aporta una informació immediata que s’ofereix en línia, i posteriorment es desenvolupa la informació per al sistema imprès, que té més durada.

—Internet condiona, doncs, les estructures dels mitjans de comunicació?

—Naturalment que els mitjans de comunicació es veuen condicionats, però sobretot amb l’obligació de reestructurar els sistemes de producció, amb la tendència d’anar cap a estructures i formes molt multimèdies.

És a dir, la idea de progrés vertical, que es deia, amb mitjans de premsa, de ràdio, de televisió i d’Internet per separat, tendeix a no ser viable des del punt de vista empresarial.

I en aquest procés hi ha un aspecte de la recerca en comunicació que ens afecta especialment als Països Catalans. Observem un fenomen possiblement contradictori. D’una banda, la concentració de mitjans, però de l’altra, l’existència d’entitats d’àmbit local de proximitat que només sobreviuran si es coordinen. M’explicaré; els

grans grups (PRISA, Godó, Zeta...) comencen a interessar-se pels mitjans locals. Són uns grups empresarials amb una gran capacitat multimèdia, que també volen estar presents en el territori a través de l’àmbit local.

—Aquesta avidesa dels grans grups no pot significar l’empobriment definitiu del panorama comunicatiu, que sigui absorbida la diversitat local?

—És clar, aquí es planteja un problema: que la riquesa del mercat local sigui transferida cap a estructures de comunicació d’àmbit transnacional. I com poden sobreviure els mitjans locals i independents? Adaptant-se amb fidelitat al seu mercat de proximitat, que existeix, però coordinant-se.

—Aquest camí és el que s’ha seguit amb la creació de Comit, empresa que coordina diversos mitjans locals com *El Punt*, *El 9 Nou*, *Segre* o *Vilaweb*?

—Sí. Però l’experiència que conec millor és la de les televisions locals a Catalunya. Els últims anys han seguit un procés de coordinació. I no solament per defensar els seus drets, sinó també en termes de producció i intercanvi de continguts, tot mantenint la independència i el caràcter local.

El futur de la viabilitat i de la independència dels mitjans de proximitat passa per aprofitar el mercat local, evitar que aquest mercat sigui totalment capturat pels grans grups mediàtics i fer-ho amb la col·laboració dels altres mitjans de proximitat, ja que no competeixen en el territori.

Això passa també per una política de comunicació que defensi la diversitat i l’autonomia dels mitjans. Avui és més clar que mai que el futur de la democràcia i de la nostra identitat cultural passa per uns polítiques de comunicació que defensin la diversitat de l’estructura mediàtica.

—Però els estats europeus sembla que vagin just cap a direccions contràries, de concentració en grans grups empresarials, com el cas de Telefónica a l’estat.

—La política de comunicació que segueix el Partit Popular no va en la línia de la defensa que deia de la independència i diversitat dels mitjans de proximitat, ni de cap. I és cert que la

política europea tampoc. És a dir, tenim encara molt per fer.

—Però com es lluita contra aquesta tendència inversa a la que proposa?

—Per buscar espais d’esperança diré que hi ha un fet nou: la comunicació avui passa per les voreres. Vull dir que abans es deia que l’estat havia de regular les telecomunicacions, es parlava de l’espai radioelèctric. Però ara, la comunicació circula també pel cable, que passa per la vorera de les ciutats i pobles. Per tant, les competències en comunicació també passen per les administracions locals. És a dir, les noves tecnologies, d’alguna manera, també ajuden a una distribució descentralitzada de la comunicació.

Crec que el futur de la indústria audiovisual europea, en competència internacional amb la indústria nord-americana, passa per enfortir els àmbits de comunicació de proximitat. I si la política europea no va en aquesta direcció es probable que, amb el pas dels anys, el conjunt de la indústria audiovisual europea en surti perjudicada.

—És a dir que l’única manera de competir és diferenciant-se?

—A mi em sembla que és evident. Això és necessari per raons culturals, d’identitat. Però també em sembla necessari per raons d’estratègia, de futur i de competitivitat. I les persones que no se n’adonen crec que pensen en termes d’esquemes comunicatius, com a mínim, preindustrials.

—Quin marge de maniobra tenen les administracions d’aquí, per encarar aquesta qüestió?

—Un dels problemes que hem tingut és que s’ha legislat amb molt de retard. Aquest temps l’hem perdut. Des que apareix el 1984 la televisió de Cardeu, han passat molts anys en els quals no hem tingut un marc legal estable per a les televisions locals. Ara cal córrer per recuperar temps. I avui, s’ha de resoldre un dilema entre si hi ha un model amb televisions locals municipals o amb televisions de proximitat comarcals. Cada cop són menys les emissores que emeten estrictament en el seu municipi i augmenten les locals que superen el seu territori concret.

L'articulació del sistema comunicatiu ha de fer possible que continuïn existint els mitjans de comunicació del territori municipal. Així, el marc legal ha de defensar un sistema públic de comunicació, que no solament tingui en compte l'àmbit generalista, sinó tot l'espectre, és a dir, des de l'àmbit municipal fins a tot el territori, amb una articulació de servei públic.

A Catalunya, per exemple, tenia el repte de fer una nova política de comunicació per a la societat de la informació. Una política que integri un nou concepte de servei públic d'informació, amb les necessitats tradicionals dels sistemes audiovisuals, així com les noves demandes d'informació a Internet. Tot això sembla una mica abstracte, però per a mi és molt important.

—En el cas dels Països Catalans, quin model comunicatiu s'ha de seguir?

—Les nostres polítiques de comunicació han de passar per subministrar als ciutadans dels nostres països productes culturals i informació d'allò que necessiten per a la seva activitat social i per al seu servei. Això vol dir que no es poden destinar tots els recursos públics només al sistema radiotelevisiu, sinó que s'han de diversificar cap als sistemes d'accés gratuït que es puguin distribuir a través de la xarxa i que es considerin servei públic. Les televisions, les ràdios i la premsa locals tenen un paper fonamental en la producció del que en dic la memòria digital de continguts dels Països Catalans. Ja no és una informació que s'envia i es gasta, sinó que anem acumulant, anem digitalitzant, sobre el nostre patrimoni artístic, cultural, científic, social, etc. Sobre tota aquesta nova informació cal una política coordinada de distribució, perquè els ciutadans hi tinguin accés.

—Els canvis també passen, per exemple, per reformular de dalt a baix institucions com la CCRTV, entre altres?

—En un futur, els parlaments hauran de parlar de polítiques comunicatives, sobre la base del sistema real de la comunicació actual. És a dir, a més dels mitjans tradicionals hauran d'incloure també la producció a Internet.



"Si analitzéssim tots els informatius d'aquest migdia de totes les televisions europees, seria espectacular la coincidència de les fonts d'informació."

Actualment a la xarxa s'observa una tendència: tots aquells continguts que interessin als ciutadans esdevenen de peatge; en canvi, tots els que a l'emissor li interessa transmetre, són gratuïts. Això comporta un nou desequilibri: qui pot pagar pot accedir als millors serveis d'informació. Per tant, porta a una societat desequilibrada, descompensada. L'accés a la informació no és solament entreteniment, és també educació, salut, gestió de la vida diària, participació política. Per tant, l'accés a la informació és un dret bàsic.

Avui tenim el repte de fer una política de comunicació de servei públic per a tothom i pensant en la dinàmica dels propers anys. Això no vol dir que les polítiques de control i subvenció al sistema audiovisual s'hagin de suprimir, sinó que s'ha de contemplar tot el sistema. Per exemple, la BBC —sempre ha estat un referent—, des del principi, ha entès que té la responsabilitat de crear el gran portal d'Internet per a la societat britànica. I crec que els mitjans de comunicació tenen part d'aquesta responsabilitat, juntament amb altres actors comunicatius líders.

—En aquest nou sistema comunicatiu, vivim el moment de la història en el qual

els ciutadans disposem de més quantitat d'informació. Però fa l'efecte que els discursos majoritaris que es difonen són cada cop més homogenis i menys crítics.

—En el món contemporani hi ha un procés de multiplicació dels canals de difusió, però de gran concentració de la producció de la informació. Això crea un miratge de molta quantitat d'informació, perquè s'ha multiplicat el nombre de canals. Però si analitzéssim tots els informatius d'aquest migdia de totes les televisions europees, seria espectacular la coincidència de les fonts d'informació. El poder real del món de la comunicació avui ja no està en la censura d'informacions —que també n'hi ha—, sinó en el domini de la producció de continguts.

Aquest fenomen també afecta els Països Catalans. És clar que hem de disposar d'unes xarxes de comunicació i de cobertura general. Però hem de tenir una estructura de producció de continguts de tot tipus, audiovisuals, formatius, informatius, etc. I això no es pot fer de manera particular, ho hem de fer de manera articulada. Tot just ara, ens n'adonem.

*Enric Rimbau*