

# **CONTRACTE PROGRAMA**

**GENERALITAT DE CATALUNYA  
CORPORACIÓ CATALANA DE RÀDIO I TELEVISIÓ**

**2006-2009**

*Handwritten marks:*  
A vertical line with a downward arrow, a horizontal line with a rightward arrow, and a stylized signature or mark.

A la ciutat de Barcelona, el dia 5 de juliol de 2006

## REUNITS

D'una banda, l'Honorable Senyor Joaquim Nadal i Farreras, conseller de la Presidència del Govern de la Generalitat, i l'Honorable Senyor Antoni Castells i Oliveres, conseller d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya. Ambdós actuen en virtut de les facultats pròpies del seu càrrec i d'acord amb l'autorització efectuada pel Govern de la Generalitat, mitjançant acord de data 4 de juliol de 2006.

De l'altra, el senyor Joan Majó i Cruzate, director general de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, que actua en mèrits de les facultats del seu càrrec que li atorga la Llei 10/83, del 30 de maig, de creació de l'esmentada Corporació.

Totes les parts es reconeixen mútuament competència i capacitat per formalitzar aquest Conveni, i

## MANIFESTEN

### I. ANTECEDENTS

1. La Llei 10/1983, del 30 de maig, de creació de l'ens públic Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) atribueix a aquest ens, en l'article 2.2, les funcions que corresponen a la Generalitat de Catalunya en l'àmbit dels serveis públics de radiodifusió i televisió.

Així mateix, en l'article 25, estableix que la CCRTV es finançarà amb càrrec al Pressupost de la Generalitat i mitjançant els ingressos i rendiments de les seves activitats.

2. El Govern de la Generalitat i la CCRTV volen donar compliment a la resolució 3/VI, del 15 de desembre del 1999, del Parlament de Catalunya, sobre els mitjans audiovisuals de Catalunya que, entre altres punts, diu:

#### **Pàg. 5, I:**

"... c) Organitzar la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió (CCRTV) a partir dels criteris d'independència, de professionalitat i de viabilitat econòmica, adequar els mitjans públics a les noves exigències dels canvis tecnològics i a les demandes emergents de la societat i dotar de més atribucions el Consell d'Administració de la CCRTV pel que fa a la gestió i l'estratègia empresarials."

#### **Pàg. 6, VI.I:**

"1... garantir una ràdio i una televisió públiques que puguin donar una resposta eficaç a la demanda d'informació veraç, plural i independent del conjunt de la societat catalana, i dotar-les dels mecanismes de control de llurs continguts i gestió que garanteixin la finalitat per a la qual foren creades, assegurant que

els ciutadans i ciutadanes coneguin la diversitat d'opinions i de realitats que s'esdevenen en una societat plural com la nostra.”

“1... promoure en les seves empreses filials la producció de programes de caràcter informatiu i divulgatiu i de qualitat, que accentuin la funció cultural i educativa que tenen encomanada i difonguin, especialment, els valors democràtics, cívics i ètics, i també els drets humans...”

**Pàg. 7 VI:**

s'ha de garantir un marc de funcionament estable i de sanejament econòmic... basat en un contracte programa plurianual que especifiqui els objectius a partir de la definició de servei públic.”

**Pàg. 8, X:**

“2... que Televisió de Catalunya i les televisions locals col·laborin en el futur en la potenciació de la indústria audiovisual catalana...”

“4. El Parlament de Catalunya encomana a la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió que compleixi la Directiva del Consell d'Europa 89/552, relativa a una televisió sense fronteres, pel que fa als percentatges de producció local audiovisual independent.”

3. Així mateix, ambdues institucions manifesten la seva voluntat de seguir les orientacions explicitades en els apartats referents al capítol VII “Política de Mitjans de Comunicació Audiovisual” de l'acord de Govern, de 14 de desembre de 2003, que proposa :

“... 3. Reformar la Llei de creació de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió amb la voluntat d'elaborar la reorganització de la Corporació. Això vol dir blindar la seva independència i professionalitat i la dels seus mitjans respecte al Govern, tot modificant la composició i les funcions del Consell d'Administració, establint un nou mecanisme de selecció i elecció dels directius i fixant els seus objectius, dins la consideració dels mitjans de la CCRTV com a eix del sistema públic audiovisual i en el marc del que estableix la Llei catalana de l'audiovisual...”

“... 4. Revisar el Contracte Programa de la CCRTV, tot establint un mecanisme permanent i transparent de finançament...”

“... 6. Assegurar una migració de la ràdio i la televisió digital, consensuada amb tots els operadors, que permeti el desplegament de la potencialitat de la nova tecnologia...”

4. El propi Consell d'Administració de la CCRTV, en els seus acords del 14 de maig de 2002, en què defineix els principis per a l'actuació dels mitjans de comunicació de la CCRTV i en els que ratifica la seva declaració “Per una ràdio i una televisió pública al servei dels ciutadans”, manifesta explícitament:

**Pàg. 20**

“2. Definició d'objectius i valors del servei públic a Catalunya

- Reflectir la diversitat i garantir la pluralitat i la universalitat
- Reforçar la identitat nacional catalana i el compromís cívic
- Ser referent de qualitat”.

5. La CCRTV és un ens públic creat pel Govern de la Generalitat de Catalunya per exercir les seves funcions en l'àmbit de la gestió dels serveis públics de radiodifusió i televisió.

En compliment d'aquest mandat, la Corporació ha creat i gestiona algunes emissores de ràdio i algunes cadenes de televisió. També ha iniciat actuacions en àmbits (com ara internet) que no es preveien en el moment de la seva creació, perquè no existien en aquell moment les tecnologies disponibles per fer-ho.

De manera més o menys explícita, la Corporació ha estat un instrument del Govern en l'execució de polítiques públiques en altres àrees, com la potenciació de la indústria audiovisual catalana, el suport d'activitats esportives i d'altres d'interès cultural.

Per ordenar, explicitar i acotar aquestes activitats i per formalitzar els compromisos mutus, es va optar, a partir del 2002, per establir un Contracte Programa que regularitzés aquesta situació.

A aquest efecte, amb data 29 de gener del 2002, el Govern de la Generalitat i la CCRTV van signar un Contracte Programa que va finalitzar el 31 de desembre del 2005, en el qual es definien la missió i les funcions de la CCRTV que el present Contracte Programa assumeix atès el seu caràcter genèric i d'apel·lació a uns valors no caducables.

## II. DETERMINI

L'evolució del primer Contracte Programa abans esmentat i l'incompliment d'alguns dels seus supòsits bàsics, d'una banda, i la nova situació de les circumstàncies actuals, tant tècniques com socials i econòmiques, d'una altra, han aconsellat ambdues parts replantejar el seu contingut, especialment pel que fa al finançament de la CCRTV.

De les raons que aconsellen la modificació a fons del finançament, dues són especialment rellevants.

La primera és que les previsions de l'anterior Contracte Programa implicaven un creixement progressiu de les activitats de la Corporació, creixement que feia pensar en la necessitat continuada d'un increment de recursos. En canvi, i per contra, el mateix Contracte Programa preveia una disminució de l'ajut públic al llarg dels anys de durada del Contracte. Aquesta situació, no corregida amb millores de gestió, va conduir a un creixement de l'endeutament, i a una perspectiva de desequilibri que s'ha començat a redreçar durant els anys 2004 i 2005, però que demana un canvi de cultura empresarial que no s'aconseguirà si no és en un període més llarg.

La segona és el desplegament de la TDT, conseqüència de la revolució digital prevista a curt termini, que implica unes potencialitats que afectaran profundament el plantejament del panorama futur de TVC, tal com es descriu en l'annex que acompanya aquest document de compromís. Aquesta transició a la TDT representa per a la Corporació una oportunitat i, alhora, un repte d'una magnitud que no es pot oblidar.



Les determinacions preses pel Govern de la Generalitat respecte de l'abast i del ritme d'aquesta transició, i la voluntat del mateix Govern de demanar a la Corporació que actuï com a motor principal en aquest procés, tal com va ser palesament expressat en la presentació feta al Parlament de Catalunya el 9 de juny del 2005, obliguen la CCRTV a prendre les mesures necessàries per respondre a aquesta voluntat, procedint a desplegar totes les inversions tecnològiques i a preparar els continguts que permetin posar en marxa tots els nous canals digitals.

És clar, en conseqüència, que aquest Contracte Programa cobreix un període que és, alhora, el del sanejament (que implica un **fort rigor en la gestió**) i el de la transició a la TDT (que implica una època **d'expansió**), i les seves previsions han estat elaborades des d'aquesta doble perspectiva.

Per tant, en funció de tot l'exposat, ambdues institucions, Govern de la Generalitat i Corporació Catalana de Ràdio i Televisió

## ACORDEN

Procedir a la signatura del present Contracte Programa, que conté la definició del model dels mitjans de comunicació social, els compromisos i les funcions de servei públic de la Corporació, els principis generals de finançament amb els compromisos d'aportacions públiques i els indicadors que permetin el seguiment dels compromisos de la Corporació, tant en l'àmbit de la programació com de la gestió.

Per determinar tots aquests elements, s'han tingut en compte un conjunt de consideracions, perspectives i estratègies, que s'incorporen com a annex al Conveni amb el títol de "NOU MODEL DELS MITJANS DE LA CCRTV I EL SEU FINANÇAMENT", ja que, encara que no formin part del seu cos, permeten comprendre les bases de la seva elaboració i serveixen de referent per a la seva millor interpretació.

Handwritten signatures and initials in black ink, including a large stylized signature and several smaller initials.

Aquest Contracte Programa es regirà per les següents

## CLÀUSULES

### **Clàusula 1.- Naturalesa i finalitat del Contracte Programa**

Aquest Contracte Programa estableix, a partir de la definició dels principis que inspiren el servei públic que la CCRTV i empreses filials tenen encomanat, el marc de relacions recíproques entre la Generalitat de Catalunya i la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió, subjecte a la legislació general i específica d'aplicació, amb la finalitat de garantir el finançament estable de la CCRTV i empreses filials.

### **Clàusula 2.- Compromisos de la CCRTV: Funció i obligacions de servei públic**

**2.1.** La CCRTV té com a funció la producció, l'edició, l'emissió i la difusió d'un conjunt equilibrat de programacions audiovisuals, generalistes i temàtiques, en qualsevol tipus de suport amb la finalitat d'atendre les necessitats democràtiques, socials i culturals de la ciutadania, tot garantint l'accés universal a la informació, la cultura, l'educació i l'entreteniment de qualitat.

**2.2.** El compliment de la funció de servei públic es realitza a través del conjunt de la programació dels canals i serveis de la CCRTV. El desplegament de la programació de la CCRTV ha de garantir les obligacions de servei públic següents:

1. Garantir l'accés general a una informació veraç, plural i independent. Per a aquest fi, la programació de la CCRTV ha d'aconseguir:
  - a) Assegurar el pluralisme polític, religiós i cultural.
  - b) Ser model de credibilitat i independència.
  - c) Fomentar el debat plural sobre qüestions d'interès públic.
  - d) Fomentar la cohesió social.
  - e) Assegurar la cobertura nacional de les programacions, i també la seva diversitat comarcal i local.
  - f) Facilitar l'accés de tota la ciutadania a les noves tecnologies de la informació i la comunicació, especialment a internet, i a la tecnologia digital terrestre.
  
2. Reforçar la identitat nacional i el compromís cívic. Aquest criteri es concreta en els objectius següents:
  - a) Reforçar la identitat nacional com a procés integrador.
  - b) Avançar cap a la formació d'uns referents de país en els quals se senti identificada i s'involucri tota la ciutadania de Catalunya.
  - c) Contribuir a la normalització lingüística i cultural.
  - d) Impulsar la promoció de l'espai català de comunicació.

- e) Fomentar el coneixement dels valors democràtics.
- f) Promoure el respecte de la dignitat humana i, especialment, els drets dels menors, la igualtat de sexes, la no discriminació per motius de raça, ideologia, religió i qualsevol altra circumstància personal, territorial o social.
- g) Fomentar la solidaritat, la participació i l'esperit crític.
- h) Contribuir a la promoció de la indústria audiovisual catalana.
- i) Oferir emissions internacionals de projecció de la llengua i la cultura catalanes.

3. Ser referent de qualitat en el sector audiovisual. Això comporta:

- a) Divulgar i socialitzar els coneixements intel·lectuals, artístics, científics, econòmics i tècnics, entre d'altres.
- b) Impulsar la innovació i experimentació creativa i oferir un bon producte obert a noves idees i nous formats.
- c) Assegurar una oferta d'entreteniment que, amb criteris de qualitat, doni serveis als diferents grups presents a la societat catalana.
- d) Assegurar la protecció dels drets del consumidor.

### **Clàusula 3.- Nou model funcional de la CCRTV**

Si bé el model conceptual de la CCRTV continua sent el mateix que ha perdurat des de la seva fundació (una ràdio i una televisió nacionals públiques), el desplegament de la TDT configura un nou model funcional de la CCRTV, que pot passar a tenir, en l'horitzó d'aquest Contracte Programa, 3 canals analògics, i fins a 8 canals digitals, i a gestionar un múltiplex euroregió, pel que fa a la televisió, i 4 canals d'FM i 4 DAB, pel que fa a la ràdio.

Aquesta realitat es fa palesa en els compromisos que assumeixen ambdues parts en les clàusules següents.

### **Clàusula 4.- Principis econòmics generals**

Els compromisos econòmics assumits per les parts d'aquest Contracte Programa s'articulen al voltant de cinc grans àrees:

- 1a àrea: prestació del servei públic de ràdio i televisió segons el model actual
- 2a àrea: desenvolupament de la TDT
- 3a àrea: gestió de l'endeutament de la CCRTV
- 4a àrea: activitats complementàries encarregades pel Govern de la Generalitat
- 5a àrea: inversions extraordinàries.

Cadascuna d'aquestes àrees no ha de superar les quantitats fixades en el present contracte, d'acord amb les parts, entenent com a tal la diferència negativa entre els ingressos i despeses propis de cadascuna. Aquesta diferència negativa es denomina necessitat de finançament, i serà compensada amb càrrec a aportacions des dels pressupostos de la Generalitat.

## Clàusula 5.- Compromisos de gestió de la CCRTV

La CCRTV es compromet a:

**5.1.** Gestionar totes les empreses del grup amb criteris d'organització empresarial que comportin, a través de la màxima eficàcia i rigor en la gestió, una optimització dels seus recursos.

**5.2** Implementar un sistema de qualitat de gestió. A aquest efecte, posarà en pràctica l'aplicació del model d'excel·lència EFQM per obtenir, en el termini de quatre anys, un reconeixement objectiu de la qualitat de la seva gestió empresarial.

**5.3.** Mantenir el nivell d'evolució de les diferents magnituds pressupostàries, d'acord amb els increments i reduccions reflectits en el quadre d'objectius econòmics (punt 4.2 de l'annex).

## Clàusula 6.- Indicadors

Per avaluar els compromisos adquirits per la CCRTV en les clàusules 2 i 5, tot seguit es descriuen els indicadors que han de permetre mesurar el grau de compliment dels compromisos abans esmentats.

Aquests indicadors són majoritàriament objectius, ja que són perfectament mesurables i, en una petita proporció, subjectius, ja que depenen d'opinions d'institucions de relleu i prestigi en el país, com ara el Consell Audiovisual de Catalunya, i es divideixen en cinc grups: d'audiència, quantitativs, qualitativs, de gestió i tecnològics.

INDICADORS:

### **1. Indicadors d'audiència**

- Share de Televisió de Catalunya (suma de tots els canals). **Entre un 22% i un 26%.**
- Audiència de Catalunya Ràdio (suma d'audiències dels quatre canals). **Entre 650.000 i 750.000 radiooients/dia.**
- Audiència de Catalunya Informació. **Entre 125.000 i 150.000 radiooients/ dia.**
- Contactes de TV3. **Entre 3 i 3,5 milions de persones contactin diàriament amb TV3.**
- Contactes del 33. **Entre 2,2 i 2,5 milions de persones contactin diàriament amb el 33.**
- Lideratge d'audiència dels telenotícies de Televisió de Catalunya.
- Lideratge d'audiència global en el conjunt dels canals de Televisió de Catalunya.





- Lideratge d'audiència de les franges informatives de Catalunya Ràdio.
- Nombre de pàgines vistes a totes les webs. **Superior a 250 milions/any** (sistema de mesura OJD 2005, en base a tag). - Nombre total de registres d'usuari als serveis interactius. **Superior als 750.000 a finals del 2009.**

## 2. Indicadors quantitius

- Hores d'emissió anuals de programes culturals i educatius a **Catalunya Ràdio superior a 17.600.**
- Hores d'emissió anuals de programes culturals i educatius a **TVC superior a 3.500, arribant a 5.000 hores al final de la vigència del Contracte Programa.**
- Hores d'emissió anuals a Catalunya Ràdio de programes que promoguin la solidaritat, la integració de col·lectius minoritaris i desafavorits **superior a 500.**
- Hores d'emissió anuals a Televisió de Catalunya de programes que promoguin la solidaritat, la integració de col·lectius minoritaris i desafavorits **superior a 100.**

## 3. Indicadors qualitius

L'acompliment d'aquests indicadors hauria de ser controlat pel Consell Audiovisual de Catalunya, com a organisme independent, bé a través de l'estudi d'opinió pública, bé a través de l'informe anual.

- Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio com a cadena i emissora de referència per als telespectadors i radiooients.
- Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio com a cadena i emissora de referència per seguir la informació general i política.
- Televisió de Catalunya com a cadena preferida per a la programació infantil i juvenil.
- Catalunya Informació, Catalunya Música i Catalunya Cultura no emetran falques publicitàries.
- Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio han de ser capdavanteres en l'enquesta sobre imparcialitat política.
- La CCRTV i empreses filials han d'obtenir reconeixements nacionals i internacionals.
  - Durant el primer any de vigència d'aquest Contracte Programa s'elaborarà un pla per ajustar la programació de TVC a la llei de l'audiovisual pel que fa a l'adaptació dels programes a col·lectius amb discapacitats sensorials.

Handwritten signature and initials, possibly 'W', 'K', and 'Q'.

#### 4. Indicadors de gestió

- Control de la plantilla de la CCRTV. En el període que abasta aquest Contracte Programa, **no superarà les 2.700 persones, comptent totes les modalitats de contractació laboral.**
- Proporció de les despeses de personal de la CCRTV i empreses filials sobre el pressupost total exclouent les despeses financeres i les inversions extraordinàries. **Inferior al 35%.**
- Pel que respecte als increments salarials a determinar en els convenis col·lectius de les empreses del grup de la CCRTV, per a tots els anys de vigència del Contracte Programa es prendrà com a referència l'establert a la Llei de Pressupostos de la Generalitat de Catalunya i l'IPC real estatal, sense perjudici d'altres especificitats inherents a l'activitat del grup.
- Obtenció del segell de bronze de l'organisme EFQM durant el primer any de vigència del Contracte Programa, i orientació per aconseguir el segell de plata.
- Cost de les despeses corrents per hora d'emissió de Catalunya Ràdio (4 canals d'FM), en euros constants (any 2005). **Inferior a 1.100€.**
- Cost de les despeses corrents per hora d'emissió de Televisió de Catalunya, en euros constants (any 2005). **Inferior a 13.000€ en el primer any de vigència del Contracte Programa, i disminuirà fins a 8.000€ un cop engegats els canals de TDT previstos.**
- Pressupost corrent per càpita de la CCRTV i empreses filials **inferior a 60€/habitant en el primer any de vigència del Contracte Programa i inferior a 75€ un cop engegats els canals de TDT previstos.**

#### 5. Indicadors tecnològics

- Nombre de projectes en què participen les empreses de la CCRTV, a nivell català, espanyol, europeu, així com el nombre d'hores destinades a cada projecte. **Superior a 10 i a 16.000 respectivament.**

#### Clàusula 7.- Endeutament

7.1. Els préstecs a llarg termini estan avalats per la Generalitat de Catalunya en virtut de les autoritzacions que atorguen les diferents lleis de pressupostos i els acords de Govern de la Generalitat i han estat concedits per atendre el finançament de les necessitats pressupostàries.

7.2. L'endeutament de la CCRTV durant els anys 2006 i 2007 no podrà sobrepassar l'import autoritzat a 31.12.2005, que és de 1.046.717.501 euros. Durant l'exercici 2007, es prendran les mesures necessàries per tal que a 31.12.2007 aquest import sigui assumit per la Generalitat de Catalunya.



7.3. Per atendre les necessitats transitòries de tresoreria, anualment es podran autoritzar pòlisses de crèdit, que, com a màxim, suposaran un 25% de les aportacions inicialment previstes. Aquestes operacions hauran de ser amortitzades al final de cada exercici, en funció de l'ingrés efectiu dels fons esmentats.

### **Clàusula 8.- Compromisos econòmics i aportacions de la Generalitat**

La implantació de la TDT configura una nova CCRTV, amb el doble de canals audiovisuals respecte a la situació actual, cosa que comporta unes necessitats financeres molt superiors a les requerides fins ara. Situació agreujada, encara que en menor mesura, per l'aparició de nous canals en competència i per l'enduriment de la legislació en matèria de publicitat, que limiten el creixement dels ingressos publicitaris de la CCRTV.

El fet que la Generalitat de Catalunya assumeixi tot l'endeutament redueix sensiblement les necessitats de la CCRTV en els exercicis 2008 i 2009.

8.1 Per tot això, i d'acord amb els criteris fixats en el document annex d'aquest Contracte Programa, l'evolució de les necessitats de finançament consolidades de la CCRTV, que seran finançades a càrrec dels pressupostos de la Generalitat de Catalunya i amb els romanents positius de la CCRTV serà la següent:

	2006	2007	2008	2009
Necessitats financeres corrents	192.268.054	201.759.988	217.442.940	223.922.445
Necessitats financeres TDT	18.685.467	41.602.708	48.425.455	52.539.269
Activitats complementàries	43.019.376	32.231.340	34.638.644	38.921.498
Interessos i despeses financeres deute	35.427.103	35.865.567		
Inversions extraordinàries	2.600.000	4.870.000	5.260.000	0
<b>Necessitats financeres totals</b>	<b>292.000.000</b>	<b>316.329.603</b>	<b>305.767.039</b>	<b>315.383.212</b>
<b>Romanents exercicis anteriors</b>	<b>-30.000.000</b>	<b>-37.600.000</b>		
<b>Aportació total</b>	<b>262.000.000</b>	<b>278.729.603</b>	<b>305.767.039</b>	<b>315.383.212</b>

8.2 En el cas que la liquidació d'un exercici pressupostari presenti un romanent superior al previst en el quadre anterior es procedirà a:

- Si el romanent es deriva d'unes menors necessitats corrents, el 30% de l'escreix s'aplicarà al finançament de nous programes i actuacions de la CCRTV, i el 70% restant s'aplicarà a reduir les aportacions a càrrec dels pressupostos de la Generalitat de Catalunya de l'exercici següent.

- Si el romanent es deriva d'unes menors necessitats per la resta de conceptes previstos, la totalitat s'aplicarà a reduir les aportacions a càrrec dels pressupostos de la Generalitat de Catalunya de l'exercici següent.

8.3 Les previsions del Contracte Programa s'han basat en l'entorn macroeconòmic següent:

Inflació: Increment anual del 3,5% IPC.

Tipus d'interès mig: 2,8% en el 2006 i 3% en el 2007.

#### **Clàusula 9.- Altres encàrrecs**

Els encàrrecs de servei públic de la Generalitat a la CCRTV, ja sigui en l'àmbit de les seves pròpies competències, o de competències alienes (encàrrecs de gestió) que suposin l'exercici de funcions no previstes en aquest Contracte Programa, implicaran la dotació dels recursos econòmics necessaris per al seu finançament.

En concret, les parts acorden que la gestió de l'empresa Intracatalònia, S.A. per part de la CCRTV és un encàrrec específic i que, per tant, els recursos econòmics necessaris per a la seva gestió no estan inclosos en les necessitats financeres definides a la Clàusula 8, ja que estan cobertes per una altre acord específic amb la Generalitat de Catalunya, que preveu unes aportacions de: 3.340.000 euros per a l'any 2006 i de 3.190.000 per a l'any 2007.

#### **Clàusula 10.- Vigència**

Aquest Contracte Programa serà vigent des de l'1 de gener del 2006 fins al 31 de desembre del 2009.

#### **Clàusula 11.- Comissió de seguiment**

11.1. Es crea una Comissió de seguiment del present Contracte Programa integrada per dos representants del Departament de la Presidència, dos representants del Departament d'Economia i Finances, un representant del Departament de Relacions Institucionals i Participació, un representant del Departament de Cultura i dos representants de la Corporació Catalana de Ràdio i Televisió.

En tot cas integraran la comissió el secretari general del Departament d'Economia i Finances, el secretari de Comunicació del Departament de la Presidència i l'adjunt al director general de la CCRTV.

11.2. Aquesta comissió de seguiment es reunirà, com a mínim, trimestralment, en tot moment a sol·licitud d'alguns dels seus membres i, en tot cas, abans de la tramitació al Consell d'Administració de la CCRTV de l'avantprojecte de pressupostos de cada exercici.



**11.3.** Atès el grau d'incertesa en què es troba immers el sector audiovisual, conseqüència de la ràpida evolució social i tecnològica i, en particular, la derivada del desplegament de la tecnologia digital, aquesta Comissió tindrà la facultat de proposar anualment, si és adient, la modificació, degudament justificada, del contingut d'aquest Contracte Programa. Per tant, seran funcions d'aquesta Comissió:

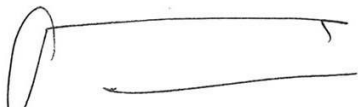
- a) Avaluar el grau d'acompliment dels compromisos acordats en el present Contracte Programa, utilitzant els indicadors definits en la clàusula 6.
- b) Constatar l'evolució al llarg de l'exercici de les necessitats de finançament de les cinc àrees previstes en el Contracte Programa.
- c) Proposar mesures correctores de les desviacions que es presentin respecte als objectius de necessitat de finançament.
- d) Elaborar un informe referit al 31 de desembre de cada any de vigència del Contracte Programa sobre el compliment dels objectius econòmics.
- e) Informar de l'avantprojecte de pressupostos de cada exercici i en especial, acordar, segons el previst en aquest Contracte Programa i altres circumstàncies que puguin concórrer, les aportacions a càrrec dels pressupostos de la Generalitat de Catalunya.

#### **Clàusula 12.- Auditoria de comptes**

Adicionalment a les auditories que obligatòriament i voluntàriament es realitzin a la CCRTV i les seves empreses i entitats, la Intervenció General inclourà la seva auditoria en el seu pla anual d'actuació.

#### **Clàusula 13.- Revisió del Contracte Programa**

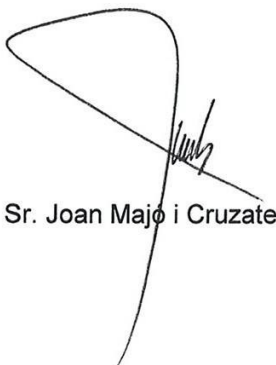
La Comissió de seguiment proposarà a les parts la revisió d'aquest Contracte Programa en el supòsit de variacions significatives en les magnituds bàsiques que determinen les necessitats de finançament, o altres supòsits extraordinaris que es plantegin durant la seva vigència, en especial els derivats de la modificació del marc legislatiu de la CCRTV i les seves empreses.



Hble. Sr. Joaquim Nadal i Farreras



Hble. Sr. Antoni Castells i Oliveres



Sr. Joan Majó i Cruzate

**DOCUMENT ANNEX AL CONTRACTE PROGRAMA 2006-2009**

**GENERALITAT DE CATALUNYA  
CORPORACIÓ CATALANA DE RÀDIO I TELEVISIÓ**

**NOU MODEL DELS MITJANS DE LA CCRTV I DEL SEU FINANÇAMENT**

*W O t z*

## ÍNDEX

## PÀGINA

---

1. Missió i visió de la CCRTV	15
2. La televisió pública a Catalunya. Estratègia de futur	16
3. La ràdio pública a Catalunya. Estratègia de futur	22
4. El finançament de la CCRTV	26
5. Criteris bàsics del pla d'empresa de la CCRTV per al període 2006-2009	31
6. Principis estratègics de la CCRTV en la transició a la TDT	33



## **1. MISSIÓ I VISIÓ DE LA CCRTV**

Essent conscients de la importància que té pels directius de qualsevol organització seguir un determinat model que guiï la seva gestió, la Direcció General de la CCRTV va decidir el 3 de novembre del 2004 adoptar el denominat model EFQM d'excel·lència.

Des del mes de maig del 2005, la Direcció va liderar el projecte de definir i comunicar a tota l'organització quines eren la missió i visió del grup de la CCRTV. Al llarg d'aquest procés s'han realitzat sessions de treball amb tots els directius comandaments de la CCRTV amb l'objectiu de treballar d'una forma participativa aquestes definicions. Finalment, es va arribar a les següents definicions de missió i visió, definicions que el propi director general va comunicar a tota l'organització, el passat 15 de desembre:

### **MISSIÓ**

**Oferir a tots els ciutadans de Catalunya, en compliment del mandat del Parlament, un servei públic audiovisual de qualitat, compromès amb els principis ètics i democràtics, i amb la promoció de la cultura i de la llengua catalana. La producció i difusió d'aquest servei es gestionarà amb criteris d'eficiència i buscant la màxima acceptació per part del públic.**

### **VISIÓ**

**Serem el principal Grup de Comunicació a Catalunya i referents en credibilitat, qualitat i confiança.**

**Millorarem i optimitzarem la gestió dels recursos potenciant la formació continua i les sinèrgies del Grup.**

**Estimularem la motivació, la creativitat i la innovació entre totes les persones de l'organització.**

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized 'W' followed by a cursive 'O' and 'te'.



## 2. LA TELEVISIÓ PÚBLICA A CATALUNYA. ESTRATÈGIA DE FUTUR

La televisió pública a Catalunya ha estat concebuda, i ha de continuar sent, la televisió que juga **el paper que juguen les televisions nacionals arreu d'Europa**. Amb això queda bastant ben definit el model. Model que s'ha d'adaptar al fet que en el territori català conviu amb la televisió estatal espanyola.

Quan parlem de "model nacional" es fa en contraposició als models "regionals" tan abundants a Europa. La voluntat de contribuir al reforçament de la identitat nacional i a la normalització lingüística obliguen a configurar els mitjans audiovisuals catalans, més sobre el model dels petits estats europeus amb llengua pròpia, que no pas sobre el d'una regió. Això té conseqüències en el nombre d'emissores de ràdio, en el de cadenes de televisió, en la presència de corresponsals propis en indrets allunyats, en la necessitat d'un servei de notícies de caràcter permanent, en l'especificitat de la programació i en altres àrees.

És per això que **no es planteja canviar el model**, que per altra banda està consolidat i acceptat com una de les realitzacions reeixides de l'etapa anterior.

El model actual segueix sent vàlid, però necessita tres tipus d'adaptacions:

- s'ha d'adaptar al **nou context tecnològic**, amb els canvis que suposa la digitalització;
- s'ha d'adaptar a la **nova realitat social**, que fa més complexa la societat catalana;
- s'ha d'adaptar al **nou context polític**, que aposta per fer una CCRTV independent.

Aquesta nova realitat social i aquest nou context polític haurien de comportar una revisió i actualització de la missió de la televisió pública, és a dir, una redefinició del **servei públic** que se li encarrega. Aquesta redefinició haurà de quedar concretada una vegada estigui aprovada la Llei de la CCRTV que està tramitant el Parlament.

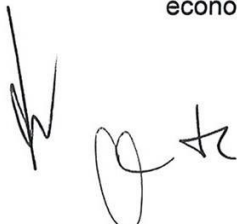
La Corporació, partint de la base de:

... el manteniment del model nacional de televisió,

... el manteniment i l'increment dels nivells de qualitat i d'innovació actuals,

... el manteniment dels principis actuals definits en les àrees de la llengua, la identitat, la informació i la transmissió de valors,

... el manteniment de les funcions de promoció en àrees socials i econòmiques,



.... hauria d'adaptar-se per fer de Televisió de Catalunya:

... una televisió que sigui l'element de referència per a tots els catalans que volen veure televisió en català,

... una televisió més al servei del país que no pas del Govern,

... una televisió que tingui com a principal preocupació el servei als ciutadans de Catalunya,

... una televisió al servei del projecte de futur de Catalunya,

... una televisió menys condicionada per les forces polítiques catalanes,

... una televisió que tingui, entre els seus objectius, l'increment de l'audiència de televisió en català,

... una televisió que incrementi i expliciti el seu paper de servei públic en àrees com l'educació o la cultura,

... una televisió que lideri i sigui el motor del procés català de transició cap a la digitalització.

En aquest moment vivim un canvi de model de societat conseqüència d'un conjunt de fenòmens. Entre d'altres, una revolució tecnològica liderada pel desenvolupament d'internet, que ha comportat grans transformacions en els processos de generació i difusió de la informació.

Atenent a l'augment de la recepció de continguts audiovisuals a través de canals diferents de la ràdio i de la televisió (internet, telèfons mòbils, canals digitals de televisió, sistemes asincrònics, etc.), la CCRTV haurà, d'una banda, d'assegurar la seva presència en aquests nous sistemes de transmissió i, de l'altra, replantejar-se la seva pròpia denominació per convertir-se, en el futur, en la **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals**.

Durant aquest procés d'adaptació als nous sistemes, s'aprofitarà l'experiència tecnològica que la CCRTV ha anat acumulant al llarg de vint anys i es continuarà treballant en la difusió dels continguts audiovisuals elaborats per Televisió de Catalunya i Catalunya Ràdio. Aquests continguts (ja existents) hauran d'adaptar-se, en ocasions, als llenguatges tecnològics d'unes xarxes de distribució que estan en evolució permanent.

Un dels objectius de la CCRTV és assegurar la presència de la llengua i la cultura catalanes en el mercat audiovisual. És per aquest motiu que caldrà ser presents de forma pionera en aquests nous canals, per evitar la disminució del nostre servei públic com a conseqüència de la transició cap a aquests nous mitjans.



## 2.1. El panorama audiovisual 2006-2009. Les perspectives en la TV

Es fa molt difícil preveure amb exactitud quina pot ser l'evolució del mercat dels mitjans audiovisuals durant els propers anys i les seves repercussions en els serveis públics de ràdio i de televisió, però no és impossible definir unes certes tendències. Aquestes estan influïdes per dos tipus de fets: fets que han passat i fets que passaran.

### *Fets que han passat*

En el moment en què va néixer Televisió de Catalunya (TVC) hi havia només un "competidor", TVE, amb els seus dos canals (TV1 i TV2). D'aquí el nom de TV3...

En aquests 23 anys, les coses han canviat molt. Ara formen part d'aquest espai uns quants nous actors i cal tenir en compte alguns fets:

- Des de l'inici de les seves emissions, les cadenes privades espanyoles **Tele 5** i **Antena 3** han anat establint una dura competència amb les públiques, optant per programes més frescos i lleugers, que, en molts casos, ultrapassen la línia ètica pròpia d'una televisió pública. Les exigències comercials i empresarials (sortida a borsa de Tele 5, canvi accionarial a Antena 3) han incrementat aquesta pressió a partir de l'any 2003 i, molt especialment, aquests dos darrers anys 2004 i 2005. La presència de dues cadenes privades més, la **Cuatro** i la **Sexta** (encara que aquesta en període de proves en el moment actual), poden agreujar la situació de competència en què es troba Televisió de Catalunya.
- A més a més de la televisió en obert, les diferents ofertes codificades que hi ha (i que, en el futur, es multiplicaran) compten els seus abonats per milions, i extreuen els seus espectadors de la franja sociològica que més impacta l'audiència de TVC.
- La incipient, però ja important, competència en català (la privada **City TV** i les locals, especialment **BTV**). Aquesta és una notícia molt bona des d'un punt de vista del país, però alguns dels seus espectadors són els que, fins ara, veien les úniques cadenes en català, és a dir, les de la Corporació.
- Els nous canals de TVC (**K3/33** i **3/24**) representen en alguns moments una competència directa a TV3, sobretot a mesura que han anat guanyant audiència, però, sens dubte, fan que el servei de TVC abasti molta més gent que la que tindria si només hi hagués TV3.
- L'existència del **Consell Audiovisual de Catalunya (CAC)**, que fa una bona tasca de vigilància i, sobretot, la no existència d'un Consell Audiovisual espanyol, que provoca una manca de control en l'actuació de les televisions comercials espanyoles, tant pel que fa a temes de publicitat com de continguts de programes.
- L'increment del consum diari de televisió ha augmentat l'audiència en franges horàries en les quals TV3 no ha estat mai líder, en detriment del migdia i el "prime time", on conserva les posicions.

- La massificació del consum de Digital Video Disk (**DVD**) i la proliferació de canals temàtics sobre cinema posen en qüestió el consum de cinema en les generalistes.

Les conseqüències de tot això són, entre d'altres, les quatre següents :

- **TVC amb el seu conjunt de canals segueix sent líder de molt.** La suma dels tres canals està molt per sobre de qualsevol altra cadena.
- Des de setembre del 2003, TV3, que al llarg d'alguns anys havia estat líder a Catalunya, passa a ser la **segona cadena** en benefici de Tele 5 i, al llarg de 2004, Antena 3 s'acosta a la segona posició. Malgrat que a finals del 2004, TV3 **recupera** el lideratge puntualment, a finals del 2005 es veu superada per les dues cadenes privades i esdevé la **tercera cadena** a Catalunya. Cal recordar, però, que aquestes dades provenen d'una mostra que ofereix molts dubtes sobre la seva credibilitat.
- Segons l'enquesta del CAC, a finals del 2004 TV3 és : **la TV més vista, la preferida, la més imparcial, la que informa millor i la que té millor programació.**
- **TV3**, durant els darrers dos anys, **ha mantingut l'audiència** demostrant gran regularitat i estabilitat. Això no obstant **ha perdut quota** en referència a les privades, que han aprofitat millor l'augment del consum televisiu que s'ha produït en aquest període.

#### ***Fets que probablement passaran***

- La introducció progressiva de la televisió digital i especialment de la TDT. La **digitalització** representa un salt en la qualitat, però això és, segurament, el menys important. Significa una nova multiplicació del nombre de canals, cosa que afecta directament el repartiment i la fragmentació de les audiències. Però, sobretot, representa un canvi en la relació entre l'espectador i el difusor, ja que introdueix la **interactivitat**. Es passa d'una manera totalment passiva de veure la televisió a la possibilitat de dialogar. Això comporta uns nous serveis que ara no donen els radiodifusors.
- L'**asincronia** entre emissió i recepció. La presència en el receptor d'una capacitat important d'emmagatzematge i de gestió intel·ligent de l'aparell, permetrà alliberar-se de l'esclavatge de la "programació" o de la "graella", amb totes les conseqüències socials i comercials que implica. El consum s'anirà acostant al de la xarxa, però amb una part del servidor a casa.
- La creixent pressió sobre les cadenes finançades de forma mixta (impost i publicitat) per **justificar el recurs al diner públic**. Aquesta justificació ha de partir de la realització d'un servei públic i de la definició del seu abast, deixant probablement fora d'aquest àmbit algun tipus de programació. En aquest sentit és possible que a nivell d'Estat assistim a algunes revisions al voltant de TVE que directament o indirectament ens afectaran.

Handwritten signature and initials in the bottom left corner of the page.

- La recent aparició de **dues noves emissores analògiques emetent en obert** ha fet augmentar la competència per l'audiència i és possible que impacti especialment en l'actual audiència de TV3 i el canal 33, a causa de les característiques de la programació.
- En les capes joves de la població, el consum de televisió es va substituint per l'accés a la **xarxa**, de tal manera que el primer s'anirà reduint en favor del segon. La diversificació dels canals per aconseguir audiència serà un element necessari en les futures polítiques de difusió.

Davant de tota aquesta evolució, TVC s'ha anat adaptant i fins i tot ha estat pionera en molts moments. Però el canvi actual és més un trencament que no pas una evolució, i cal algun replantejament.

El panorama audiovisual està canviant extraordinàriament, però la nostra societat encara està canviant més. La complexitat de la societat catalana és creixent, tant per l'arribada de nous ciutadans com per l'evolució dels habitants de Catalunya, molts dels quals se senten cada vegada més catalans però potser no de la mateixa manera que abans. Un dels reptes immediats és aconseguir que cada vegada més ciutadans sentin TVC com "la seva" sense que deixin de sentir-la seva els que s'hi han identificat sempre.

Aquest doble procés transformador ha de marcar les nostres estratègies de cara als anys vinents.

## 2.2. Línies estratègiques de TVC per al període 2006-2009

- TVC és un organisme creat pel Parlament de Catalunya al servei del país. No pot oblidar en cap moment el seu caràcter de servei públic i el que cal és que en cada etapa es defineixin quines són les dimensions prioritàries d'aquest servei. Els seus continguts i el seu finançament han d'estar justificats per aquesta definició.
- Al llarg de la seva existència, TVC s'ha convertit en un referent central del país. De la mateixa manera ha estat un instrument fonamental en la normalització de la llengua i en el procés de recuperació nacional, conjuntament amb la consolidació de les nostres institucions. Aquests papers ha de continuar fent-los, tot adaptant-se a les característiques de l'etapa actual.
- Una televisió de servei públic no vol dir una televisió minoritària ni, molt menys, marginal. Hem de seguir tenint una cadena (TV3) de caràcter generalista que ens permeti comptar amb una audiència àmplia. Per poder donar un bon servei, és fonamental una bona audiència. Com més ciutadans ens vegin i ens escoltin, més eficient serà la nostra tasca. Durant alguns anys, TV3 ha estat líder, però cal no convertir en obsessió el tema del lideratge. L'audiència depèn de nosaltres; el lideratge és un element relatiu que també depèn dels altres. És molt millor ser el segon amb una quota del 25% que no pas el primer amb un 20%. El lloc relatiu depèn de l'estructura d'un mercat en constant procés de canvi. **Hem de lluitar pel lideratge, però el nostre objectiu és la màxima audiència global de les nostres emissores.**

- El que sí que hem de mantenir és el lideratge qualitatiu i s'han d'establir els mecanismes per poder-lo mesurar. **L'audiència és molt important, però no pot passar per davant de la qualitat.** Una de les dimensions del servei públic és la qualitat i la dignitat de la nostra oferta. Això té molts vessants (tipus de continguts, límits ètics, regularitat en l'emissió, limitació de la publicitat...). Les nostres decisions, a diferència de les cadenes privades, no es poden prendre només en funció de l'audiència. **Hem de seguir lluitant per l'audiència, però no a qualsevol preu.**
- Els programes que tenen clarament una **dimensió de servei públic** han de ser més evidents en les nostres programacions. Sense cap dubte, la dimensió fonamental és la **informativa** i, per això, aquesta ha de ser una de les nostres prioritats. Hem d'aconseguir que els catalans puguin estar informats del que passa al món a través nostre, amb una visió pròpia i amb una informació **objectiva** i sense interferències polítiques –tant si vénen del Govern com de l'oposició. De la mateixa manera hem d'aconseguir que l'opinió sigui **plural** sense caure en mètriques obsessives i donant importància, sobretot, a l'interès informatiu.
- Els programes que ajuden a consolidar i expandir **la nostra llengua, la nostra cultura, la nostra identitat i la nostra projecció internacional** han de fer el gruix dels nostres continguts. Alhora han de reflectir la nostra creixent **diversitat**, fruit d'una societat cada cop més complexa, i han de tenir cada cop més en compte les necessitats de **grups minoritaris de ciutadans**, que, per raó de deficiències concretes o d'especificitats culturals, religioses o d'altres tipus, tenen problemàtiques específiques i el dret a ser atesos pels serveis públics. En particular, es faran les accions necessàries per augmentar l'accés a la programació dels col·lectius amb discapacitats sensorials.
- Els nostres continguts han de portar, de forma explícita moltes vegades, un component que ajudi a incrementar el **nivell cultural** dels ciutadans, a **facilitar alguns aspectes de l'educació**, a promoure el civisme, la tolerància i la convivència, a estendre valors de vida saludable i de sostenibilitat, a avançar cap a una societat trilingüe (amb l'anglès com una opció ineludible), i a facilitar la integració en un context de pluriculturalitat. És indispensable la col·laboració amb els departaments d'Educació i de Cultura, i la CCRTV, a través de convenis, està treballant, i ho continuarà fent, en aquest sentit.
- Els nens i els joves, que són les generacions del futur, han de ser els primers destinataris de la tasca educativa i de transmissió de valors de la nostra televisió. **El públic infantil i juvenil ha de ser objecte d'una especial atenció**, no només en els espais específics, sinó també en el conjunt de la programació.
- La nostra vocació de "radiodifusor" (de sons i d'imatges) ha d'anar derivant cap a la de generador i difusor de continguts per diversos canals. Cal tenir en compte que **el canal condiciona el contingut** i que no es tracta de difondre el mateix per diversos canals, sinó d'elaborar uns continguts més adients a les característiques dels nous canals.

### 3. LA RÀDIO PÚBLICA A CATALUNYA. ESTRATÈGIA DE FUTUR

És un fet prou conegut que ara per ara la ràdio és, de tots, el mitjà clau per a la configuració de l'opinió pública a les societats democràtiques. D'aquí la seva importància. D'aquí també que, un cop recuperades les llibertats, es creés Catalunya Ràdio com la ràdio nacional de Catalunya; és a dir, la ràdio de servei públic del nostre país.

El paper d'una ràdio de servei públic és garantir la funció que s'assigna, en els sistemes democràtics, als mitjans de comunicació: oferir als ciutadans els elements informatius/formatius necessaris perquè puguin prendre les decisions que els pertocuen. Sense una informació plural, contrastada i objectiva, la llibertat no existeix; la democràcia no funciona. Aquesta és la primera raó de l'existència de Catalunya Ràdio.

Però Catalunya Ràdio es defineix també com a ràdio pública en català, la missió de la qual és també, i al mateix nivell d'importància, la promoció de la cultura i de la llengua catalana. En la seva fundació, aquesta missió semblava absolutament necessària, després de tants anys de tot el contrari, per tal de normalitzar des d'un punt de vista cultural i lingüístic l'espai comunicacional del país, atès que malgrat que un cert nombre d'emissores preexistents ja emetien, alguna de forma total, d'altres parcial, en català, el seu abast era limitat i el seu impacte, en termes d'audiència i d'influència, força modest.

D'aleshores ençà, l'evolució del mercat radiofònic ha portat a un augment notable de la presència del català a la ràdio, responent a una demanda que l'activitat i l'èxit de Catalunya Ràdio feia evident. Han nascut noves emissores, algunes de potents. Aquest context d'una més gran competència obliga Catalunya Ràdio a mantenir un nivell de competitivitat elevat no solament per assegurar uns resultats d'audiència que garanteixin l'eficàcia del servei que ofereix (una ràdio pública minoritària o marginal perd la seva raó de ser), sinó perquè, en un context en el qual la principal competència és encara la de les cadenes d'àmbit estatal, no pot renunciar al seu paper de capdavantera i de motor de la ràdio en català.

Atès que ambdues funcions (la de ràdio de servei públic i la de maximitzar la presència del català a la ràdio) no pot garantir-les plenament el mercat, si més no en l'actual context de concentració creixent de la propietat dels mitjans de comunicació privats, aquestes raons fundacionals no solament continuen vigents, sinó que la seva vigència ha tingut tendència a créixer en les dues darreres dècades, especialment pel que fa a la primera. Com en el cas de la televisió, el model nacional continua sent vàlid. Però és un model que, també com en el cas de la televisió, necessita adaptar-se al nou context tecnològic, a la nova realitat social i al nou context polític (en el sentit apuntat en l'apartat anterior).

Però el fet és que, precisament, adaptar el model a cada moment i circumstància és, en realitat, la tasca fonamental que ha de dur a terme Catalunya Ràdio per ser conseqüent amb la seva missió. Lluny de tot immobilisme, Catalunya Ràdio ha d'estar necessàriament en constant evolució tant pel que fa als continguts com a la forma, en lògica correspondència amb l'evolució d'interessos i de gustos de la societat a la qual serveix i davant la qual ha de respondre.



Per totes aquestes consideracions creiem que cal mantenir l'actual model de ràdio nacional de Catalunya i que Catalunya Ràdio en el seu camp, com Televisió de Catalunya en el seu, sigui:

- ... una ràdio de referència per a tots els ciutadans de Catalunya
- ... una ràdio independent i plural, al servei d'aquests ciutadans
- ... una ràdio que pensi més en el futur que en el passat i que sigui motor del present
- ... una ràdio que lideri la incorporació de noves tecnologies i les sàpiga explotar adequadament en benefici del públic
- ... una ràdio que tingui per objectiu l'increment de l'audiència de ràdio en català.

### 3.1. La ràdio del futur immediat

L'impacte de la revolució digital no afectarà la ràdio en la mateixa mesura que afectarà la televisió ni tampoc de la mateixa forma. Però tant la interactivitat com l'asincronia, dos aspectes cabdals del canvi de consum televisiu que implica la introducció de la TDT, són també els dos trets definitoris del futur radiofònic immediat.

L'impacte digital a la televisió comporta no solament una multiplicació de canals, sinó també l'especialització d'aquests canals. Aquest fenomen, la ràdio ja el va viure fa tres dècades amb el boom de l' FM. En aquest sentit, el mercat radiofònic és més madur que no pas el televisiu: ja fa temps que tant l'oferta com la demanda s'han adaptat a un entorn multicanal i a l'especialització de l'oferta.

Però que la ràdio no hagi de plantejar-se en aquests moments tota una sèrie de qüestions molt serioses respecte de la seva activitat en un context que deixa de ser oligopòlic, no vol dir que no es trobi, també, en un moment de replantejament com a conseqüència de la revolució digital. Un replantejament que coincideix en el temps amb el de la televisió, però que respon a una altra fase de l'evolució del seu mercat. La causa que el motiva també és coincident, l'impacte de la digitalització, però aquesta digitalització, en el cas de la ràdio, pren unes formes diferents.

El futur de la ràdio digital, entesa com a difusió en tecnologia digital, és ara mateix incert, atès que tant els fabricants de receptors com les autoritats reguladores es mostren indecisos respecte dels sistemes ara per ara existents, DAB i DRM. Malgrat les incerteses, Catalunya Ràdio va iniciar les emissions en DAB, el sistema de ràdio digital auspiciat per la Unió Europea, l'any 1997. Des d'aleshores segueix de molt a prop l'evolució dels esdeveniments amb l'objectiu d'estar preparada per poder respondre amb rapidesa davant del que es confirmi, quan es confirmi.

Mentrestant, Catalunya Ràdio continua el procés, endegat anys enrere, de modernització i digitalització dels processos de producció, que ha de permetre millorar la qualitat del producte i també la productivitat dels recursos tècnics i humans disponibles, amb independència del sistema de difusió digital que finalment s'acabi desplegant.

Tanmateix, la ràdio digital, sota una altra forma, té certament un futur. I és un futur immediat: es diu internet.





L'evolució de la tecnologia de l'Streaming ha permès la introducció de l'MP3 i del Podcasting, que permeten el consum asincrònic de les emissions radiofòniques. I això, en un entorn eminentment interactiu: internet (però també el de la telefonia mòbil de tercera generació). Acceleradament, una part del consum radiofònic està passant a fer-se a través de l'ordinador i no del tradicional receptor OM/FM. L'oferta radiofònica, en conseqüència, s'hi ha d'adaptar.

La ràdio del futur deixa de ser simplement allò que emet una emissora, per ona o cable. L'emissora és la part emergida d'un iceberg; la part submergida és un web que conté no solament la programació on line de l'emissora, sinó opcions per al seu consum asincrònic, l'arxiu històric dels programes emesos, informacions complementàries respecte dels temes i persones que tracten els programes i les músiques que s'emeten, productes originals (per exemple: entrevistes in toto, no editades), propostes interactives (xats, concursos, jocs) i, finalment, canals especialitzats. A la ràdio del futur, l'emissora i el web són un tot indissociable. Hem arribat a un punt en què la ràdio ha de ser més que una ràdio. Més ben dit: una ràdio evolucionada i adaptada al seu context actual.

Especialment en les franges més joves de la població (menys de 30 anys), les mateixes que tenen cada vegada més tendència a substituir el consum televisiu pel de la xarxa, aquest futur ja és el present. És per tant fonamental en qualsevol planificació estratègica disposar d'un web amb les prestacions esmentades i accelerar els canvis pertinents en l'oferta per mantenir la posició de lideratge de Catalunya Ràdio en el panorama radiofònic català.

### **3.2. Diagnosi de la situació actual**

Des de fa 11 anys, Catalunya Ràdio és líder d'audiència a Catalunya. Les altres emissores del grup també ho són en el seu àmbit i especialitat, exceptuant el projecte fallit de Catalunya Cultura. Atès que, llevat d'aquest darrer cas, els resultats són excel·lents, podríem pensar que la salut de Catalunya Ràdio és prou bona per garantir-li l'èxit també en el futur. És a dir que, més enllà de l'encert en la definició inicial del model, té prou agilitat i reflexos per avançar-se als esdeveniments, adaptar-se a les realitats canviants i resoldre els reptes de manera innovadora i creativa. Si no ho veiéssim així, ens equivocariem.

Els resultats de Catalunya Ràdio són conseqüència d'una sèrie de causes i d'inèrcies que no tenen perquè repetir-se ni ser indicatives de la seva evolució a partir d'ara. Són uns resultats que parlen més del passat que no pas del futur o fins i tot del present; uns resultats que són perfectament compatibles, de fet, amb un cert enferritjament dels mecanismes que han d'entrar en joc per encarar el futur amb garanties. Les conseqüències d'una manca com aquesta, si hi fos, mai no serien evidents de manera immediata, sinó diferides en el temps.

Quan s'apropa als seus primers 25 anys d'història, Catalunya Ràdio viu encara de les rendes d'un model que ha triomfat, però presenta signes evidents d'esgotament dels formats, que són exactament els mateixos que van definir-se fa més de 20 anys. Avui, Catalunya Ràdio, amb poquíssimes excepcions, és una còpia d'ella mateixa. I això, com ja s'ha dit, en un entorn més competitiu, en què operen noves emissores amb voluntat de captar públics fins ara fidels a Catalunya Ràdio i d'afavorir i beneficiar-se de les fugues de talents que s'han produït. Aquesta situació no és sinó un símptoma de la inacció que ha presidit el període postfundacional, el de la consolidació del model.

Com és ben sabut, l'immobilisme és l'antítesi de la innovació, i sense innovació no hi ha evolució. Això, que té una validesa pràcticament universal, és encara més cert en el cas dels mitjans públics catalans, obligats a competir, com David contra Goliat, amb mitjans molt més poderosos i ben dotats, que operen en l'àmbit de tot Espanya. De fet, la innovació és literalment vital per a nosaltres, si volem competir amb unes certes garanties d'èxit.

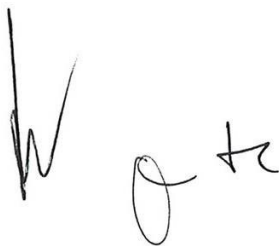
S'ha perdut temps, un temps preciós, en tota una sèrie de camps estratègics per al creixement futur: la captació de talents, la generació de nous formats, la direcció de les inversions (especialment en internet), la mobilitat i la formació del personal. Òbviament, el que toca ara és remuntar la poca visió estratègica dels darrers anys, bo i sabent que això té, ja està tenint, un cost per a Catalunya Ràdio molt més elevat que si s'hagués mantingut durant aquests anys una política decidida d'I+D i ara no calgués córrer.

No es pot fer planificació de futur sense saber amb quin llast partim. La migració d'audiència cap a canals que ofereixen allò que es demanda, i que Catalunya Ràdio no ha ofert, n'és la mostra més evident.

### **3.3. Línies estratègiques per al període 2006-2009**

Constatem una coincidència plena amb els 9 punts de l'apartat de línies estratègiques de TVC per al mateix període. Hi afegim, en el cas de la ràdio, 9 objectius:

- Cadascuna de les emissores de Catalunya Ràdio ha de ser líder i referent en el seu àmbit radiofònic i en el seu segment de públic.
- Cal millorar el coneixement que tenim de l'audiència mitjançant un nivell més alt d'elaboració de les dades quantitatives i l'obtenció de més dades qualitatives.
- El grup d'emissores, en conjunt, ha d'augmentar l'audiència en les franges d'edat per sota dels 35 anys.
- Cal refundar Catalunya Cultura adoptant un model amb perspectives clares de creixement.
- Cal repensar el model programàtic de les diferents emissores del grup, introduir nous formats, captar nous talents i repensar, també, el model organitzatiu i funcional de l'àrea d'informatius i els seus productes.
- Cal completar el desplegament de corresponsalies a l'estranger i revisar i professionalitzar la xarxa de corresponsals a Catalunya.
- Cal garantir una cobertura al més universal possible del país.
- Cal potenciar la formació contínua i especialitzada i fomentar la mobilitat entre emissores del grup i entre ràdio, televisió i empreses tecnològiques de la CCRTV.
- Cal consolidar el Servei d'Atenció a l'Oient.



## 4. EL FINANÇAMENT DE LA CCRTV

### 4.1 Introducció

Amb la mateixa fermesa amb què, en el cas del model i dels continguts, hem defensat una línia de continuïtat amb les necessàries adaptacions, en els temes relacionats amb la gestió i el finançament s'imposa una línia de **trencament**.

Les raons d'aquesta posició vénen del convenciment que estem entrant en una conjuntura en la qual cal aclarir i redefinir una sèrie de temes, dels quals podem destacar els següents:

... L'important creixement a tot Europa de les televisions privades obertes, i més recentment de les diferents fórmules de televisió de pagament, ha posat sobre la taula **el paper de les televisions de servei públic**, les seves funcions, el seu cost i, partint de la continuïtat de l'emissió oberta i gratuïta, el seu sistema de finançament.

... El sistema de finançament de la Corporació, malgrat els intents fallits del Contracte Programa del 2002, ha conduït a un increment accelerat de l'endeutament (que supera els 1000 milions d'euros), que obliga a un cop de timó que impedeixi la pervivència en el futur del sistema, la qual ens portaria a **una situació insostenible**. Aquests darrers dos anys ja s'ha començat a redreçar la situació, però les noves cultures corporatives no es poden considerar encara del tot consolidades.

... El model empresarial i de gestió de TVC, que ha permès una primera etapa plena d'èxit quan s'ha desplegat, comporta **una dinàmica perillosa cap al futur**, la qual crearà problemes a la mateixa empresa i crearà dificultats al sector audiovisual català.

El necessari replantejament del finançament es podria resumir en la necessitat de trobar resposta a aquestes preguntes:

- Els ciutadans catalans són conscients que tenir **uns mitjans públics audiovisuals gratuïts de qualitat** (com tenir una bona sanitat o unes bones escoles) **té un cost** que cal assumir?
- D'on han de sortir **els recursos** per cobrir aquest cost? Dels pressupostos de la Generalitat, d'una taxa específica, dels ingressos publicitaris o d'un sistema mixt?
- Com es pot **redreçar el desequilibri** que ha portat a l'actual endeutament de la Corporació?
- Quin és el **model de gestió** que estableixi un equilibri entre producció pròpia i producció externa per evitar l'altra fugida cap endavant del creixement continuat de la Corporació en plantilla i en despeses?



## 4. 2. El cost dels mitjans audiovisuals

Fer una bona ràdio i, molt més, fer una bona televisió, és car.

Les societats modernes estan acostumades a no valorar o a no ser conscients dels costos que suposen els serveis públics gratuïts, tant si es tracta d'una xarxa de carreteres com si és una bona assistència hospitalària o una televisió de qualitat.

El pressupost consolidat de la CCRTV de l'any 2006 és de 474 milions d'euros, xifra que representa un cost de 70 euros per habitant, que és un cost baix si es compara amb els països amb un nivell de població similar a Catalunya: Suïssa (134€), Àustria (97€), Noruega (90€), Irlanda (80€), Finlàndia (79€) i Dinamarca (75€) (dades 2003).

**¿Val la pena el que “ens costa” tenir TVC i Catalunya Ràdio? Dels 70€ de cost total per càpita de què parlàvem, l'any 2006 ens costarà, a cada català, uns 43 euros/any.** La resposta és molt subjectiva, però, almenys, tenim elements de comparació. La radiotelevisió europea que més costa als seus ciutadans és la suïssa (96 euros / any), la BBC costa als britànics 77 euros, l'ARD, als alemanys, 60, i TVE, als espanyols, una mica més de 17 euros (totes aquestes xifres tenen tres anys d'antiguitat i, probablement, han augmentat. D'altra banda cal prendre aquestes dades com un element de referència i no com una xifra exacta, perquè no és segur que tots els pressupostos s'hagin elaborat amb el mateix criteri).

Si comparem amb països de la nostra dimensió, cada ciutadà pagarà a través dels seus impostos o taxes el següent: Noruega, 85; Dinamarca, 68; Àustria, 49; Irlanda, 40; Finlàndia, 52; Suècia, 47. Com es pot suposar, la dimensió és un factor important, ja que el cost de produir un programa és el mateix si el veuen 6 milions o 40 milions de persones.

La conclusió és fàcil: Una vegada presa la decisió d'establir uns mitjans audiovisuals de model “estatal”, malgrat no ser un estat, i amb una audiència pròpia de només 6'8 milions, **els costos que suposa la Corporació no són exagerats i estan dins els estàndards del sector.**

La resposta a la pregunta inicial és clara: **Val la pena.** Fins i tot sabent que l'aferrissament de la competència, la millora de la qualitat, i l'augment de canals que suposarà la TDT, pot significar algun augment en el futur.

## 4. 3. Activitats complementàries

L'objectiu fundacional de la CCRTV és crear i gestionar una xarxa de mitjans audiovisuals públics a Catalunya, i amb aquesta finalitat va constituir Catalunya Ràdio i Televisió de Catalunya. L'evolució tecnològica ha fet, i farà encara més, que nous mitjans relacionats amb internet o la telefonia mòbil s'incorporin a aquesta xarxa.

Però al marge d'això, l'existència de la Corporació ha fet que el Govern l'hagi utilitzat com a instrument d'altres polítiques. Això té tot el sentit, ja que, sovint, a través d'aquest camí, se'n facilita l'execució. Però això emmascara els costos reals.



Mentre aquesta activitat ha tingut un caràcter marginal no ha estat gaire important explicitar-ne el mandat, però, a mesura que va agafant un percentatge important del pressupost, és fonamental que quedi clar l'encàrrec per part del Govern i la dotació adequada de recursos específics amb aquesta finalitat. Amb això s'evitarà la confusió amb els costos de l'activitat central i no es crearà, en els destinataris finals dels ajuts, la imatge que hi ha fons inesgotables...

Les dues àrees en què això té més importància són el **suport a activitats esportives i l'ajut a la indústria audiovisual catalana**. La Corporació accepta amb gust mantenir aquestes funcions clarificant-les, explicitant-les i valorant-les, i fent-ne, per tant, un capítol a part del pressupost.

Un tractament diferent demana la participació de la Corporació en **aventures empresarials externes** (sobretot en el món dels drets esportius i de la producció audiovisual) que han estat origen de pèrdues molt importants aquests darrers anys i que, dintre les possibilitats que permeten els compromisos establerts, han de ser abandonades o reorientades.

#### 4. 4. L'origen dels fons

**Com s'ha de finançar la CCRTV?** Arreu d'Europa hi ha models bastant diferents. El més clar és el de la BBC, basat en la taxa que anualment paguen tots els ciutadans que tenen un televisor. Això ha donat a la BBC la marca de qualitat d'emissores sense publicitat, cosa a la qual tot espectador aspira. A la majoria de països de l'Europa continental el finançament és mixt, amb els ingressos publicitaris i amb l'aportació pública, però en gairebé tots s'aplica la taxa sobre la televisió.

No és ara el moment de gaires especulacions teòriques, però val la pena dir que caldria plantejar seriosament la introducció de la taxa, encara que això és un tema de caràcter estatal. Mentrestant, cal enfocar amb realisme la situació catalana. Els pressupostos de la Generalitat hauran de cobrir les necessitats financeres de la Corporació, és a dir, la diferència entre costos i ingressos propis (bàsicament ingressos publicitaris). Una de les responsabilitats dels gestors de la Corporació, tenint en compte les dificultats actuals del sistema de finançament català, és aconseguir que aquests ingressos es mantinguin i augmentin, cosa que vol dir intentar augmentar la venda de produccions pròpies a l'exterior, la venda de productes tecnològics i consolidar els ingressos publicitaris. **Una política voluntària de disminució d'aquests ingressos seria, ara, contraproductiu.**

Amb una política creativa, la Corporació procurarà **reduir la publicitat sense reduir els ingressos**. Aquesta reducció tindrà un caràcter selectiu en cadenes i programes.

#### 4. 5. Aturar la dinàmica actual

El que hem qualificat de dinàmica insostenible de creixement de les despeses, té el seu origen en tres components que mereixen una consideració diferent.



En primer lloc, **les despeses de la Corporació creixen cada any perquè la Corporació fa cada any més coses** (més canals de televisió, més emissores de ràdio, nous canals d'internet). Mentre es vulgui mantenir això, el creixement de la despesa és **inevitable i lògic**. És probable, a més, que els anys vinents s'hagi d'augmentar la programació en temes essencials de servei públic (educació, cultura...), i això només es podrà finançar amb recursos públics. D'altra banda, l'increment de la competència en el mercat audiovisual pot encarir algunes de les programacions actuals (preus dels drets, emoluments dels artistes...), i la transició a la TDT suposarà un augment del nombre de canals.

En segon lloc, tot i l'increment que ha experimentat l'endeutament durant els últims anys, la càrrega financera no ha augmentat perquè hem viscut una etapa d'interessos moderats i a la baixa, però, en el moment que hi hagi una conjuntura de pujada de tipus, l'increment actual de l'endeutament pot portar a situacions en les quals la càrrega financera sobrepassi el 10% del pressupost. Això només es pot solucionar si, a partir d'ara, la Generalitat efectua les seves **aportacions anuals sense recórrer a l'endeutament, tal com ha fet de cara al 2006, i si es van amortitzant els crèdits actuals al seu venciment, o s'assumeix el deute per part del Govern (previst l'any 2007)**.

Finalment, com ja s'ha comentat, la Corporació té **activitats que no li correspondrien** si es limités a la seva missió fundacional, com ara suport a activitats esportives o participació en altres empreses. No hi ha cap raó per eliminar-les ni disminuir-les, ja que és probablement bo que les faci per delegació del Govern. Només cal, però, formalitzar l'encàrrec i **valorar-les adequadament fora del pressupost corrent**.

#### 4.6. La dimensió de la CCRTV

En vint anys d'existència, la CCRTV ha anat creixent de manera continuada fins arribar, en l'actualitat, a una dimensió d'unes dues mil set-cents persones, tenint en compte totes les modalitats de contractació.

Es pot considerar lògica aquesta dinàmica? Ha de continuar? Pot continuar?

En el conjunt de les televisions públiques europees les despeses de personal respecte del seu pressupost total varien des d'un 25% a un 52%, i se situen, en moltes d'aquestes, al voltant del 35%. La CCRTV té actualment una ràtio del 32%.

Això significa que, tot i estant dins dels límits raonables, cal pensar que s'ha de fer d'ara endavant per mantenir, i, si és possible, reduir, aquest nivell.

El model intensiu en personal propi i les bones condicions laborals han creat, a l'interior de la CCRTV, una concentració de professionals de gran qualitat, i això es reflecteix en els seus productes. La Corporació ha estat el motor de creixement de la indústria audiovisual catalana, però, alhora, aquest model ha dificultat el seu enfortiment i un creixement més gran.

No calen pas solucions radicals, però **la CCRTV no hauria de créixer més, de manera significativa**.

Els recursos humans i tècnics han d'estar ocupats, però s'ha d'evitar augmentar-los. La política de producció haurà de combinar la millor utilització dels recursos propis i externs a través d'una política de col·laboració amb aquelles productores catalanes que tinguin la dimensió i la creativitat suficient per demostrar que poden obrir altres mercats i no estiguin condicionades a una activitat exclusiva per a TVC.

Tot això vol dir que, mantenint l'actual model, **no és pot pensar en unes reduccions espectaculars de volum d'ocupació** durant els propers anys però, en canvi **es poden aconseguir millores substancials de gestió** que signifiquin, per descomptat, **deturar el creixement de la plantilla i anar iniciant una línia de progressiva reducció en funció de les necessitats futures**. L'objectiu ha de ser que amb una plantilla estabilitzada o lleugerament a la baixa es puguin complir tots els objectius d'augment de qualitat i de volum de producció i d'emissió que significarà la multiplicació de canals digitals.

Handwritten signature and initials in black ink, consisting of a stylized name and the letters 'tz'.

## 5. CRITERIS BÀSICS DEL PLA D'EMPRESA DE LA CCRTV PER AL PERÍODE 2006-2009

### 5.1. Criteris bàsics i objectius empresarials

Les xifres que conté el Contracte Programa estan basades en els pressupostos i en els plans d'actuació dels quatre exercicis, preparats a partir d'una sèrie de criteris empresarials que s'expliciten a continuació:

**Personal.** Tot i el desplegament de la TDT, que implicarà la creació de 4 nous canals de televisió, la plantilla de la televisió ha de quedar estabilitzada. Això vol dir que, una vegada normalitzades una sèrie de situacions irregulars –que l'únic que fan és encobrir la situació real actual-, no es preveu cap creixement.

**Publicitat.** L'aparició de nous canals en obert i el desplegament de la TDT són elements d'incertesa que dificulten extraordinàriament les previsions d'ingressos de publicitat, atès l'important pes específic de la televisió en el conjunt d'ingressos. Tot i així preveiem un manteniment global de la facturació, que farem compatible amb una lleugera reducció del volum publicitari.

**Emissores/canals.** A més a més de la creació ja esmentada dels quatre canals digitals televisius, no es preveu cap altra novetat, llevat que algun canal o emissora no es consolidés, en termes d'audiència, la qual cosa implicaria la seva desaparició.

**Sistemes de distribució digital.** Es desplegaran la ràdio i la televisió digitals, aspecte que es concreta més, pel que fa a la TDT, en l'últim apartat d'aquest annex, i es potenciarà la distribució per internet, entrant en la distribució de continguts per banda ampla.

**Producció externa.** L'objectiu de no creixement comporta la necessitat d'ampliar el recurs a la producció externa en tot el que representin noves necessitats de programació, sense descartar un increment de la capacitat pròpia, fruit, exclusivament, de millores en la productivitat de la producció.

**Continguts de servei públic.** S'incrementen els continguts relacionats directament amb diversos aspectes del servei públic, com són els programes educatius i culturals, els dedicats a col·lectius amb problemes especials, els enfocats a facilitar la integració dels nouvinguts, i els programes de familiarització amb llengües estrangeres (especialment l'anglès).

**Coordinació de la gestió.** En la mateixa línia en què ja s'està fent, s'incrementarà la coordinació entre empreses, unificant polítiques i la seva execució. La implementació del model d'excel·lència en la gestió EFQM que s'està portant a terme ajudarà, sense dubte, a la consecució del nou model de direcció empresarial, alhora que ens permet introduir tècniques específiques de gestió enfocades a millorar, no solament en les aptituds sinó també, i especialment, en les actituds, com són la gestió de la innovació i la introducció de la responsabilitat social corporativa.





**Endeutament.** Es preveu una disminució de l'endeutament al llarg dels quatre anys en base a no recórrer-hi a partir del 2006, i a amortitzar en el seu venciment els crèdits que vencen durant el període.

**Inversions.** Tant a la ràdio com a la televisió es preveuen inversions extraordinàries per fer front a les necessitats de condicions de treball, provocades pel creixement natural dels darrers anys i, sobretot, per la creació dels nous canals audiovisuals.

**Condicions laborals.** Es posarà un especial èmfasi en aquells punts que condueixin a una optimització dels recursos humans disponibles actualment: polivalència, planificació, distribució horària i mobilitat interna.

## 5.2. Objectiu global

Com a fruit d'aquests criteris es preveu una evolució de les grans xifres de la CCRTV amb els següent quadre:

### OBJECTIU GLOBAL - EVOLUCIÓ DE LA PLANIFICACIÓ CONTRACTE PROGRAMA 2006/2009 CCRTV - CONSOLIDAT

	2006	2007	2008	2009
Despeses de personal	150.786.093	157.047.441	163.429.770	169.999.085
Despeses de funcionament i inversions corrents	223.073.947	235.971.825	250.602.381	258.749.135
Ingressos publicitaris	-144.651.996	-152.073.426	-158.706.125	-165.558.774
Altres Ingressos	-36.939.990	-39.185.852	-37.883.086	-39.267.001
<b>Aportacions corrents</b>	<b>192.268.054</b>	<b>201.759.988</b>	<b>217.442.940</b>	<b>223.922.445</b>
Despeses de funcionament i inversions TDT	18.685.467	41.602.708	48.425.455	52.539.269
<b>Aportacions corrents amb TDT</b>	<b>210.953.521</b>	<b>243.362.696</b>	<b>265.868.395</b>	<b>276.461.714</b>
Aportacions per activitats complementàries	43.019.376	32.231.340	34.638.644	38.921.498
Càrrega financera	35.427.103	35.865.567	0	0
Inversions extraordinàries	2.600.000	4.870.000	5.260.000	0
<b>Aportació necessària</b>	<b>292.000.000</b>	<b>316.329.603</b>	<b>305.767.039</b>	<b>315.383.212</b>
Romanent exercicis anteriors	-30.000.000	-37.600.000		
<b>Aportació total</b>	<b>262.000.000</b>	<b>278.729.603</b>	<b>305.767.039</b>	<b>315.383.212</b>

## 6. PRINCIPIS ESTRATÈGICS DE LA CCRTV EN LA TRANSICIÓ A LA TDT

1. La introducció de la TDT és una substitució tecnològica i com a tal ha de ser tractada, però porta incloses unes potencialitats que la converteixen en l'element central de la revolució digital. El plantejament del panorama futur de TVC s'ha de fer a partir d'aquestes potencialitats. Els tres elements fonamentals que comporta són: la **multiplicació del nombre de canals**, la **interactivitat** i la **possibilitat d'asincronia** entre emissió i recepció. S'han d'examinar les conseqüències que cada un d'ells suposa en l'activitat de TVC, conseqüències que no són les mateixes que les que suposarà per a les cadenes comercials, ja que els objectius nostres i els d'elles són fonamentalment diferents.
2. La missió de les emissores comercials és la de ser "plataforma de comunicació entre els anunciants i els seus possibles clients i obtenir els ingressos venent aquest servei". La nostra no és aquesta. TVC, des de la seva missió de servei públic, té com a objectius, entre d'altres: (1) "difondre i normalitzar el català", (2) "contribuir al procés de recuperació nacional," (3) "crear ciutadania", (4) "augmentar la cohesió social", (5) "cooperar amb el sistema educatiu", (6) "transmetre valors de civisme, tolerància i convivència", (7) "promoure el desenvolupament de la indústria audiovisual catalana" i (8) "promoure la incorporació de Catalunya a la societat de la informació"... La nostra estratègia ha de construir-se veient **com les noves potencialitats poden ajudar-nos a complir millor aquests objectius**, perquè és evident que tots, en mesures diferents, poden beneficiar-se de les noves eines tecnològiques.
3. S'esmenten a continuació un seguit d'objectius concrets que han de permetre potenciar la nostra actuació en la línia de les finalitats indicades:
  - ... **augmentar l'oferta de continguts en català** per evitar una reducció relativa, conseqüència de l'increment de l'oferta en castellà que apareixerà aquests propers anys;
  - ... **crear un canal educatiu**, o potenciació dels continguts educatius tant del 33 com del K3 separats;
  - ... posar en marxa un **sistema més potent de doblatge al català** de totes les estrenes de pel·lícules que permetin la seva difusió televisiva i la incorporació d'una pista catalana a tots els DVD;
  - ...**crear un canal de ciutadania** que tingui un component d'informació, un component de xarxa ciutadana i també de relació amb les administracions per accés a serveis i a tramitacions;



... seguir aprofitant les **possibilitats de cohesió social que suposa l'esport** potenciant la seva presència i estimulant l'esport de base i les activitats esportives infantils i juvenils;

... desenvolupar procediments que permetin oferir **serveis a persones amb necessitats especials (sords, invidents...)**.

... **incrementar les activitats de producció associada o de coproducció** amb la indústria audiovisual independent per poder disposar de tot el material que requerirà l'augment de les hores d'emissió.

... **millorar l'orientació de l'espectador** davant la nova televisió amb serveis avançats d'EPG (guia electrònica de programació), que, juntament amb la capacitat de PVR servei d'emmagatzemament personal), augmentin molt la possibilitat d'un consum més fàcil i més satisfactori de la TV.

... ajudar a vèncer les dificultats de moltes persones en la utilització de les xarxes i les tecnologies de comunicació, **convertint el televisor en el mecanisme d'accés senzill i eficient a internet**.

4. Fruit de les reflexions que a la CCRTV i a TVC s'han fet sobre aquest tema i suposant que, tal com el Govern ha indicat, la Corporació disposarà de 2 múltiplex digitals (és a dir 8 canals), pensem que el desplegament de la TDT s'hauria de fer amb una oferta progressiva de set canals, reservant l'espai radioelèctric del vuitè per millorar la qualitat i la interactivitat dels altres canals. Els set canals previstos són:

**TV3** (generalista)

**K3** (infantil – educatiu)

**3/24** (notícies – reportatges)

**33** (cultural – educatiu)

**Esport/ 24** (esportiu)

**Ciutadans** (interactiu, comunitari, participatiu, servei)

**300** (cinema, comèdia, humor)

5. Al llarg de l'any 2006 s'haurà de reajustar l'actual situació per tenir en oferta TV3, el 3/24, el 300, i els K3 i 33 en la nova configuració. A principis del 2007 pot estar en antena el canal d'esports i a principis del 2008 el Canal Ciutadans, d'acord amb els quadres de barres adjunts, un dels quals inclou la valoració econòmica del desplegament de la TDT per a aquest quadrienni.



	1/2006	2/2006	1/2007	2/2007	1/2008	2/2008	1/2009	2/2009	2010	2011
MUX 1 cobertura	2.1 90%		3.5 95%		4.8 97%		6.6 99%		6.6 99%	6.6 99%
MUX 2 cobertura	0.7 80%		1.5 85%		2.1 90%		3.5 95%		3.5 95%	3.5 95%
MUX 3 (autoreglat) cobertura			0.15 1 emissora		0.7 80%		1.5 85%		1.5 85%	1.5 85%
MUX (Govern i dades) cobertura	0.15 1 emissora		0.3 2 emissores		0.3 2 emissores		0.7 80%		0.7 80%	0.7 80%
FREQUÈNCIES ANALÒGIQUES TV3 i 33K3 (reducció de cost actual) 3/24 (reducció del cost actual)					-0.2		-0.2		-2	-5
TV3									-0.2	-6.2
3/24										
33K3										
33		5	10		10		10		10	
K3		5	10		10		10		10	
CANAL 300		2	3		3		3		3	
ESPORTS			7		7		7		7	
CIUTADÀ					4		4		4	
APLICACIONS INTERACTIVES		2.29	2.3		2.3		2.3		2.3	
INVERSIÓ (mox i multicontinuat)		0.89	2.15		0.7		0.5		0.5	
DESPESES ESTRUCTURA		0.47	0.5		0.5		0.5		0.5	
TOTAL TDT (€ constants 2006)	18.6		40.2		45.2		47.4			