

Obertura econòmica i revolució tecnològica, un canvi radical en el món de la premsa

Antoni CORNELLA i PLANELLS



Hauríem de felicitar d'una manera especial la Societat Andorrana de Ciències per assolir un grau tan alt de participació i d'interès en aquesta 25^a edició de la Diada andorrana dins de la Universitat Catalana d'Estiu de Prada. En aquest quart de segle, és un honor poder aportar el nostre granet de sorra i modesta opinió en el que pot succeir en aquesta cruïlla en què estem immersos i que no té marxa enrere. Estem parlant de l'obertura econòmica.

Podríem encetar aquesta reflexió analitzant l'inici de tots els maldecaps econòmics; em refereixo a la caiguda de Lemans Brothers a final de l'any 2008. Llavors, poc ens imaginàvem en aquella època tot el que ens venia al damunt... Ens han calgut, doncs, un mínim de quatre anys per posar fil a l'agulla i començar a implementar accions i actuacions per posar remei a una situació inimaginable fa només 1.460 dies (4 anys). Quan s'expliqui la història d'aquestes dates, segurament tindrà una gran transcendència; però crec que l'impacte avui i per a les joves generacions que vénen serà de greus conseqüències i d'un futur imprevisible. Poc es pensaven els polítics que al seu dia varen decidir la construcció del túnel de les Dos Valires que el dia de la seva inauguració –set anys després– la població del país estaria en clara recessió i que després de la neteja del cens comunal constatar que la població no cessa de disminuir i, evidentment, no era la que dèiem que era. Tot això, sense veure-hi el final. També, que l'ocupació hotelera estaria en caiguda lliure en totes les temporades i que FEDA tindria un rècord de comptadors de llum a punt, sense que ningú s'hi acosti, per donar-los d'alta. Algunes fonts parlen de més de vuit mil pisos, a punt de caramel.

Què més ens pot passar?

En analitzar les possibles conseqüències d'aquesta obertura, que ara tenim clar que ha estat forçada, únicament i exclusivament, per la crisi econòmica, i després de comentar-ho amb diferents col·legues, la conclusió és col·legiada: què més ens pot passar? La crisi ha aprimat el nombre de capçaleres i les plantilles dels diferents mitjans, els gratuïts potser són els que més han patit la davallada, amb un descens dràstic del nombre de mitjans, i hi afegim la revolució tecnològica d'Internet i l'anomenat 2.0, on tothom pot rebre la informació al moment i on sigui –evidentment

amb el permís de la necessària cobertura de connexió—. Ara que veiem arribar doncs, l'obertura econòmica, no crec que ens pugui perjudicar més. Serem molt optimistes i intentarem veure-ho com un avantatge, i intentaré explicar-ho.

També hem analitzat la caiguda generalitzada dels ingressos publicitaris en el conjunt de mitjans escrits i audiovisuals, que els darrers anys han estat superiors al quaranta per cent –dades que fan insostenibles moltes estructures—. Curiosament, la davallada de lectors no ha estat proporcional i significativa; *La Vanguardia*, per exemple entre el 2008 i el 2011, les dades de l'OJD ens revelen oscil·lacions relativament petites i un resultat final negatiu del cinc per cent en la venda de diaris impresos. Tot i l'important augment de la publicitat per Internet, no ha compensat la davallada que s'ha produït en els mitjans impresos. Aviat podrem afirmar que sense pantalles, els mitjans escrits difícilment podrem resistir les investides de la crisi i del *transfer* de les partides publicitàries cap a la xarxa.

En l'Associació Andorrana d'Agències de Publicitat, en el seu debat intern sobre el nostre posicionament sobre l'obertura econòmica, i després de discussions d'alta volada i intensitat (pel grau de consciència col·lectiva que ens hi estem jugant molt i que ens hi va el nostre present i el futur del país i dels nostres fills), la conclusió ha estat que hem de tirar endavant amb l'obertura, però –sempre n'hi ha un, de però– demanar a les autoritats molta cura en la implementació; no oblidar l'obligatorietat de la no-doble imposició: donem però exigim el mateix tracte amb els països on l'obertura sigui efectiva, és a dir primer signatura del tractat de la no-doble imposició i després la consegüent obertura econòmica. Ens consta, i tothom n'està al corrent, el gran debat que ha generat a tot el país aquesta obertura: la CEA, la Cambra de Comerç, l'Empresa Familiar Andorrana, etc. amb la premsa inclosa han estat testimonis d'aquest debat. Amb el resultat, crec jo, que estem davant d'un procés irreversible, però que, amb un control acurat per part de les nostres institucions que salvaguardi els nostres interessos, podria tenir efectes força positius per al futur de l'economia andorrana. Parlant amb el President de l'Associació de Professionals de la Comunicació d'Andorra, recentment constituïda i presidida per Marc Segalés, arribem també a la conclusió que empitjorar seria difícil a través de l'obertura econòmica, però sí que hi ha encara marge per recular a causa de la crisi o a l'aplicació de les noves tecnologies i a la seva acceptació per la societat actual. Altres entitats que vetllen per la protecció i la garantia dels nostres drets –com l'Agència de Protecció de Dades d'Andorra– ja s'hi han avançat i han fet una tasca important i força desconeguda. Parlant amb el seu cap, en Joan Crespo, ens fa part de l'enorme importància d'adequar la norma andorrana de protecció de dades a la normativa europea, tasca duta a terme i aprovada per la Comissió Europea el passat 19 d'octubre del 2010, com un requisit indispensable per a la signatura d'acords de transmissió d'informació i dades amb països tercers, com és el cas d'Andorra.

Les possibilitats de creixement amb el teixit empresarial existent avui ens condiciona molt i les perspectives, en no ser bones, ens fan pensar que durant un temps encara haurem de parlar d'ajustos i retallades que no aportaran dades bones al nostre sector, però d'una manera o una altra, la societat té la necessitat –i jo diria també, l'obligació– d'estar informada per així utilitzar tots els canals existents i per tenir tota la informació per tal de condicionar i pressionar la societat, els poders fàctics i, evidentment, els poders executius i polítics. Amb tots aquests valors actius, el poder de la democràcia i la seva reflexió i expressió, estarà condicionada pel poder dels mitjans de comunicació, tema molt interessant, però, que no és el debat d'avui.

Un altre tema important i cabdal és el tema de les exempcions fiscals i les subvencions en el nostre sector. Un diari, una revista o un llibre, han d'anar tots al mateix sac i definir-los com a bé cultural? Jo crec que sí. Hauríem de valorar la diversitat d'opinions en aquest sentit. Parlarem, doncs, de les subvencions i com ho fan els nostres veïns europeus; aquestes ajudes han variat en funció de característiques polítiques, econòmiques i culturals de cada nació. Tres són els condicionants per a l'atorgament: en primer lloc, el color polític o l'orientació del govern. En segon lloc, les tendències intervencionistes de l'Estat. I en tercer lloc, la fortalesa o debilitat del sector de la premsa.

L'objectiu principal d'aquest suport públic hauria de ser promoure el pluralisme democràtic i la diversitat en general, amb la prudència necessària de no beneficiar grans empreses editorials, i vetllar per la no concentració de mitjans. Les ajudes es poden dividir en directes o indirectes; les directes injectant diners a les capçaleres i reduint els tipus d'impostos o eliminant-los directament. Les indirectes, les més pausibles per a Andorra, serien la inserció publicitària de governs, comuns i entitats de propietat governamental, cosa que ajuda molt en el compte de resultats de les empreses editores. Hem de dir que amb la crisi aquestes publicitats han disminuït de manera significativa, en passar de percentatges importants a tenir un caràcter residual.

França ha estat el primer país, històricament parlant, a instaurar un sistema de subvencions amb l'objectiu declarat de fomentar el pluralisme de les capçaleres existents i estimular l'accés dels lectors a diferents fonts d'informació. Una constatació és que a les empreses petites sempre ens ha estat difícil de disposar de recursos per realitzar un periodisme creatiu. Crec que amb les ajudes fomentariem el periodisme especialitzat i d'investigació.

Com a conclusió podríem estar molt d'acord amb el primer paràgraf de l'exposició de motius de la Llei d'inversió estrangera del 21 de juny del 2012, que diu textualment: "La inversió estrangera privada s'ha convertit en una eina estratègica de la política per fomentar el creixement econòmic impulsada pels estats, que busquen la captació d'aquests recursos per atreure l'emprenedoria, el talent, la innovació i el coneixement." Que així sia, però que l'Estat vetlli per una aplicació coherent i adaptada a la realitat del nostre país; moltes vegades hem fet lleis i els seus reglaments d'aplicació amb la famosa tècnica de *copiar i enganxar*, i a l'hora de la veritat han estat inaplicables a la realitat del nostre país, ni la història, ni la gent ni el nostre futur mereixen més errades d'aquestes característiques.

Resumiríem dient que sí a l'obertura en el nostre sector, i que sabem que amb la col·laboració de la xarxa ja fa molt de temps que l'obertura està implementada. Ens toca solament trobar la fórmula màgica, que faria que els nostres mitjans puguin mantenir-se i fer-se més grans, mantenint la nostra singularitat. Per això necessitem, encara que algunes entitats de la nostra societat civil no ho comparteixin, que se'ns consideri com a bé cultural i es reconegui la nostra tasca i l'aportació que fem a la societat. Per això necessitem el suport de les empreses en la seva partida publicitària i de les institucions, participant a fer saber a tothom el que realitzem amb total transparència i col·laborant contractant publicitat.

Gràcies a tots i bon futur per a tothom.

Antoni Cornella i Planells,
president de l'Associació Andorrana d'Agències
de Publicitat i director de la revista *Art de viure Andorra* i Núria Publicitat