



**Generalitat
de Catalunya**

Els Think Tank a Catalunya

Estudi encarregat per la Direcció General d'Avaluació i Estudis

Desembre de 1999

RPEEO 63

Registre Públic d'Enquestes i d'Estudis d'Opinió de la Generalitat de Catalunya
Decret 25/1998, de 4 de febrer

ELS THINK TANKS A CATALUNYA

Equip de recerca en ciències polítiques
del Departament de Ciències Polítiques i Socials

Universitat Pompeu Fabra

Equip:

Director:

Ferran Requejo

Investigadors:

Jacint Jordana

Carles Ramió

Eduard Gil

Sol Magaz

ÍNDIX GENERAL

1. ÍNDEX DE TAULES I FIGURES.....	2
2. INTRODUCCIÓ GENERAL.....	5
3. EL PLANTEJAMENT DE LA RECERCA.....	9
3.1. QUÈ SÓN ELS <i>THINK TANKS</i> : PERSPECTIVA COMPARADA.....	10
3.2. ALGUNES HIPÒTESIS PER A L' ANÀLISI.....	25
3.3. METODOLOGIA DE L'ESTUDI.....	33
4. EL MAPA DELS <i>THINK TANKS</i> CATALANS.....	41
4.1. LLISTAT DELS <i>THINK TANKS</i> PER TIPUS D'ACTIVITAT.....	42
4.2. BASE DE DADES EN SUPORT INFORMÀTIC.....	54
5. ANÀLISI DE LES CARACTERÍSTIQUES DELS <i>THINK TANKS</i> A CATALUNYA:	
RESULTATS DE L' ENQUESTA.....	58
5.1. CARACTERÍSTIQUES GENERALS DEL <i>THINKS TANKS</i>	59
5.2. RECURSOS HUMANS DELS <i>THINK TANKS</i>	67
5.3. ACTIVITATS DELS <i>THINK TANKS</i>	78
5.4. LES FONTS DE FINANÇAMENT DELS <i>THINK TANKS</i>	89
5.5. INTERACCIÓ ENTRE ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES, PARTITS POLÍTIQS, GRUPS D'INTERÈS, MOVIMENTS SOCIALS I ELS <i>THINK</i> <i>TANKS</i> CATALANS.....	97
6. CONCLUSIONS FINALS DELS <i>THINK TANKS</i> A CATALUNYA.....	108
7. ALGUNES CONSIDERACIONS SOBRE EL DESENVOLUPAMENT DELS <i>THINK</i> <i>TANKS</i> A CATALUNYA. ASPECTES EXECUTIUS.....	113
8. BIBLIOGRAFIA.....	118

1. ÍNDEX DE TAULES I FIGURES

TAULES

TAULA 1: PRINCIPALS <i>THINK TANKS</i> NORD-AMERICANS.....	15
TAULA 2: EXEMPLES DE <i>THINK TANKS</i> EUROPEUS.....	18
TAULA 3: CATEGORIES DE <i>THINK TANKS</i>	29
TAULA 4: PERÍODE DE FUNDACIÓ DELS <i>THINK TANKS</i>	61
TAULA 5: EDAT DELS DIRECTIUS DELS <i>THINK TANKS</i>	62
TAULA 6: DEDICACIÓ AL CÀRREC DELS DIRECTIUS.....	63
TAULA 7: PROCEDÈNCIA PROFESSIONAL DELS DIRECTIUS.....	64
TAULA 8: VOLUM DELS RECURSOS HUMANS DELS <i>THINK TANKS</i>	68
TAULA 9: ÀMBITS D'ACTUACIÓ I DIMENSIONS DELS <i>THINK TANKS</i>	70
TAULA 10: TIPUS DE <i>THINK TANKS</i> PER VOLUM DE PERSONAL TAN INTERN COM EXTERN.....	71
TAULA 11: VOLUM D' EXTERNS I LA SEVA PRODUCCIÓ.....	72
TAULA 12: COMPARACIÓ DEL VOLUM DE TREBALLADORS EXTERNS 94-99.	74
TAULA 13: PROCEDÈNCIA I MECANISMES DE RECLUTAMENT DELS EXTERNS.....	75
TAULA 14: RESPOSTES AFIRMATIVES EN PERSPECTIVES DISCIPLINÀRIES.....	80
TAULA 15: RELACIÓ ENTRE ACTIVITATS I GRANDARIA.....	81
TAULA 16: RELACIÓ ENTRE ACTIVITATS I TIPUS DE <i>THINK TANKS</i>	82
TAULA 17: DESPESA DE LA DIFUSIÓ I GRANDÀRIA.....	83
TAULA 18: ACTIVITATS DE DIFUSIÓ DE TREBALLS PER TIPUS DE <i>THINK TANK</i>	85
TAULA 19: RELACIONS AMB ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ.....	86

TAULA 20: FREQUÈNCIA DE LES ACTIVITATS DE DIFUSIÓ I DE LES RELACIONS AMB ELS PARTITS POLÍTICS.....	87
TAULA 21: PRESSUPOST EN DIFUSIÓ I EXISTÈNCIA DE CONVENIS AMB ORGANISMES PÚBLICS.....	88
TAULA 22: FORMES DE FIANANÇAMENT SEGONS ELS ÀMBITS D' INTERÈS.....	91
TAULA 23: RELACIÓ ENTRE DISPONIBILITAT DE RECURSCS PROPIS, QUOTES O DONACIONS I FREQUÈNCIA DE CONSULTES PER PART DE LES ADMINISTRACIONS PÚBLIQUES.....	92
TAULA 24: TIPUS DE <i>THINK TANKS</i> I PRINCIPALS VIES DE FINANÇAMENT...	94
TAULA 25: FACTURACIÓ EN PROGRAMES SEGONS EL TIPUS DE PROGRAMA.....	95

FIGURES

FIGURA 1: EDAT DELS DIRECTIUS DEL <i>THINK TANKS</i>	62
FIGURA 2: PROCEDÈNCIA PROFESSIONAL DELS DIRECTIUS.....	64
FIGURA 3: VOLUNTAT D'INFLUIR EN EL DEBAT POLÍTIC CATALÀ.....	65
FIGURA 4: VOLUM DELS RECURSOS HUMANS DELS <i>THINK TANKS</i>	68
FIGURA 5: VOLUM D'EXTERNIS SOBRE ELS RECURSOS TOTALS.....	72
FIGURA 6. VOLUM DE COL·LABORADORS EXTERNIS (1994-1999).....	74
FIGURA 7: RECEPTIVITAT PERCEBUDA DE L'ADMINISTRACIÓ.....	102
FIGURA 8: IMPORTÀNCIA DELS CONTACTES AMB LES UNIVERSITATS.....	105

2. INTRODUCCIÓ GENERAL

Què són els *Think Tanks*? Quines categories de grups d'estudi i anàlisi existeixen? Quines funcions realitzen? D'ençà uns anys, la paraula *Think Tanks* és cada vegada més utilitzada per caracteritzar un tipus d'actors presents a la política i a les polítiques públiques al nostre país, encara que amb una gran ambigüitat pel que fa a la caracterització del terme, i també, cal dir-ho, amb alguns dubtes sobre el seu encaix en relació a la nostra realitat. *Think Tank* és un terme d'origen nord-americà que significa laboratori o tanc d'idees, i ja des de la dècada dels cinquanta, s'utilitza per caracteritzar un determinat tipus d'organitzacions molt freqüent a l'àmbit anglosaxó. Globalment, s'inclouen totes aquelles organitzacions que intervenen en el procés polític mitjançant la producció de coneixements, la difusió de valors o l'anàlisi de les intervencions públiques.

A Catalunya, de forma creixent en les dues darreres dècades, es pot observar la aparició d'un seguit d'organitzacions que realitzen tasques similars a les esmentades. No solem anomenar-les com a *Think Tanks*, i el seu status, finançament i visibilitat difereix en molts aspectes de les organitzacions que fan tasques similars al món anglosaxó. Ara bé, tot sembla indicar que el seu paper és cada vegada més important i rellevant, tant pel debat públic com per la qualitat de les polítiques públiques que es porten a terme. En aquest sentit, conèixer millor la realitat d'aquest món d'organitzacions, entitats i associacions al nostre país és una necessitat clara, ja que pot aportar molts elements de reflexió sobre com s'elaboren i s'implementen actualment les polítiques públiques, i sobre quines són les mancances o dificultats més destacades perquè el seu paper a la política sigui el més profitós possible.

A partir d'un encàrrec del Departament de la Presidència de la Generalitat de Catalunya, l'equip de recerca de Ciència Política del Departament de Ciències Polítiques i Socials de la Universitat Pompeu Fabra, ha elaborat una recerca sobre la situació dels *Think Tanks* o grups d'estudi i d'anàlisi que operen a Catalunya, en els diferents àmbits de les polítiques públiques, amb la finalitat de donar compte de la situació del mercat de les idees al nostre país, i aportar un conjunt de reflexions sobre el seu paper a la política catalana, i les noves tendències i transformacions que s'estan apuntant.

L'estudi que es presenta parteix d'una anàlisi conceptual i comparativa sobre el fenomen dels *Think Tanks* a les democràcies avançades, fent especial atenció a la situació existent als diferents països europeus actualment, per avançar un conjunt de hipòtesis de treball sobre el paper de les organitzacions, grups d'estudi i anàlisi, que anomenen com a *Think Tanks* –o similars en la seva orientació– a Catalunya. El seu objectiu és mostrar com aquestes organitzacions esdevenen ja una peça clau per entendre el paper que juguen els científics socials en l'elaboració de l'agenda política al nostre país, malgrat les seves limitacions¹, així com incidir en que els anomenats *Think Tanks* no són un fenomen exclusivament anglosaxó.

La recerca empírica que s'ha portat a terme per respondre a les preguntes formulades es va iniciar amb la creació d'una base de dades d'organitzacions presents i actives a Catalunya, i que desenvolupaven tasques que encaixaven amb les funcions que caracteritzen les activitats dels *Think Tanks* a les diferents experiències nord-americanes i europees. Aquesta base de dades ha permès elaborar un inventari d'unes 300 organitzacions o entitats, de caràcter força divers, però actives en els diferents àmbits de les polítiques públiques des de la perspectiva assenyalada. La base de dades incorpora un ampli conjunt de variables sobre cada una de les organitzacions seleccionades, i es presenta en el tercer volum d'aquest estudi, en format electrònic, mitjançant un procediment molt flexible de recuperació de la informació.

A partir de l'esmentada base de dades, per aprofundir en la recerca, es va procedir a fer una selecció de les organitzacions més destacades i actives dins de cada àmbit d'actuació, per a tal de conèixer amb més detall les seves activitats, el seu funcionament intern i les formes que utilitzaven per influir o intervenir en l'elaboració i formulació de les polítiques públiques. Es varen seleccionar 100 organitzacions, amb les quals es va entrar personalment en contacte amb els seus màxims responsables, als quals es va formular un ampli qüestionari (el llistat de les organitzacions seleccionades, el qüestionari, així com els resultats bàsics es presenten en el volum segon de l'estudi). L'explotació detallada dels resultats del qüestionari, així com la interpretació de les dades obtingudes, i la discussió en relació a les hipòtesis

¹ L'agenda política es pot definir com el conjunt de problemes que apelen a un debat públic, i a la intervenció activa de les autoritats públiques legítimes.

formulades, es presenta en aquest primer volum de l'estudi, en la seva segona part, a continuació de l'anàlisi conceptual i comparatiu sobre el fenomen dels *Think Tanks* arreu del món.

Els autors de l'estudi volen agrair el suport financer i la confiança oferts pel Departament de Presidència de la Generalitat de Catalunya per a la realització d'aquesta recerca, així com l'ajuda del Departament de Ciències Polítiques i Socials de la Universitat Pompeu Fabra per la utilització de totes les seves infraestructures de recerca. Així mateix, també volem agrair el treball dels col·laboradors de recerca Lluís Ferrer, Sandra León i Eva Ramírez. Finalment, no resta sinó agrair molt sincerament a totes les persones, responsables de les més de cent organitzacions o entitats estudiades, que molt amablement ens varen concedir una estona del seu temps, per a tal de poder realitzar una entrevista personal i respondre a les preguntes del nostre qüestionari.

3. EL PLANTEJAMENT DE LA RECERCA

3.1. Què són els *Think Tanks*: perspectiva comparada

Durant els últims trenta anys els experts en l'avaluació i planificació s'han consolidat com a protagonistes del joc polític, sobre tot al món anglosaxó. Després dels grups d'interès, aquests esdevenen avui dia els actors no governamentals més importants del procés polític. Un cop finalitzada la Segona Guerra Mundial, l'Estat va adquirir molt més protagonisme en el si de les democràcies desenvolupades. Les experiències vinculades a l'economia de guerra, la construcció de l'Estat del Benestar i la progressiva ampliació del camp d'actuació de les polítiques públiques, van suposar un increment exponencial de la demanda d'organismes de planificació i avaluació, per tal d'assessorar els governants davant els problemes cada cop més complexos als quals s'havien d'enfrontar.

A principis dels anys seixanta s'inicia el que podríem anomenar com una nova 'Era de la Raó' en l'àmbit de les decisions públiques ². Un període marcat per la fe en el paper que juga la racionalitat en la millora de les estructures i processos de govern. Un nou estil de fer política, 'la política dels experts', va arribar progressivament a les estratègies de govern de molts països des de finals dels anys cinquanta.³

Els anomenats *Think Tanks* o grups d'estudi i d'anàlisi, grups de professionals que aconsellen i transmeten informació tant als polítics com a l'opinió pública mitjançant l'elaboració d'informes o estudis, són un clar testimoni del paper dels experts en les democràcies modernes. Tot i que no són un fenomen nou, han despertat un interès creixent entre els estudiosos de la ciència política als dos costats de l'Atlàntic, especialment en ser uns dels protagonistes de *la revolució conservadora* protagonitzada per Margaret Thatcher i Ronald Reagan en la dècada dels vuitanta⁴.

Què explica la proliferació d'aquestes organitzacions en els últims trenta anys? Els polítics s'han d'enfrontar a problemes pràctics cada cop més complexos generats a partir de

² Exemples d'aquesta renovada fe en la raó aplicada al govern el trobem en l'anomenat Informe Fulton per a la millora de l'Administració britànica, en l'Informe Schlesinger per a l'Administració Kenedy i en d'altres documents de similars característiques elaborats per la majoria dels governs occidentals a la dècada dels seixanta - setanta. Veure P. R. Baer, B. Wittrock (1981) i J. Friedmann (1987)

³ Sheila Jasanoff (1994) planteja el com i el per què els experts resulten tan importants en el desenvolupament de les estratègies contemporànies de govern, mitjançant l'anàlisi de les decisions polítiques en què els científics socials han jugat un paper important.

⁴ La convicció generalitzada de que els *Think Tanks* van tenir molt de pes en l'elaboració i difusió del projecte polític de la Nova Dreta va fer créixer l'interès per aquestes organitzacions, fins aquell moment molt poc estudiades.

fenòmens com el procés d'urbanització, les revolucions tecnològiques, l'estanflació, la globalització, la crisi medi ambiental, etc. Proposar les solucions adequades per a aquests nous problemes requereix saber avaluar-los ràpidament, mitjançant els coneixements i les tècniques adequades, així com treballar amb molta informació per considerar totes les possibles alternatives⁵. A més, en un moment en que es detecten certs problemes de legitimació en les institucions polítiques tradicionals, els líders polítics busquen en la societat civil noves idees i noves formes de presentar els seus raonaments. Tot i que la figura de l'assessor en el món de la política no és ni molt menys nova, sí que ho és el seu creixement exponencial molt vinculat al progrés de les ciències socials durant els darrers trenta anys.

Així, actualment ens trobem que els experts han arribat a ser imprescindibles per a qualsevol col·lectiu que vulgui tenir un paper destacat en l'elaboració de l'agenda política. Sense ells, un grup d'interès o un altre actor col·lectiu difícilment pot participar en el procés polític d'una manera efectiva. L'anàlisi política ha arribat a ser un element principal del debat polític en el si de les societats modernes. El seu treball consisteix en gran mesura en produir evidències i arguments per ser utilitzats en el curs de la discussió pública. F. Fisher (1991) ha mostrat com fins i tot per als sectors més conservadors de la societat nord-americana, tradicionalment molt crítics amb el paper de la tecnocràcia, l'accés al seu propi grup d'experts resulta capdal per articular el seu programa polític. Per la seva banda, Giandomenico Majone (1989) mostra com l'objectiu de l'anàlisi política no és avaluar objectivament les diferents alternatives, sinó més aviat produir arguments polítics, a partir d'uns valors específics, per al debat públic.

Els *Think Tanks* fan de pont entre el coneixement i el món de la pràctica política. No prenen decisions, però informen sobre les possibles alternatives i proposen nous temes de

⁵ D.A. Shön (1983) narra el procés d'especialització que han patit les societats desenvolupades i que explica la proliferació dels grups d'experts en tots els àmbits de decisió.

debat. En alguns casos, poden actuar com a veritables *emprenedors polítics* definint els principals problemes d'una societat i proposant possibles solucions⁶.

Per la seva banda, els mitjans de comunicació, les fundacions filantròpiques, els polítics, els empresaris, etc., discuteixen els problemes i configuren coalicions de valors en favor de determinades solucions. A vegades un canvi de context polític o social permet a aquests grups especialitzats introduir temes en l'agenda política. Per exemple, la crisi econòmica dels anys setanta va permetre al *Centre for Policy Studies* i l'*Institut of Economic Affairs* substituir l'atur per la inflació com a principal preocupació de la societat britànica. J.Kingdon (1984) dona una gran importància als canvis de context, resultat de canvis de govern, crisis econòmiques o socials etc., per entendre la introducció de nous temes a l'agenda política. En altres ocasions, es limiten a reformar vells paradigmes, a assegurar-ne la continuïtat i a reforçar-ne la legitimitat. Així, per exemple, la *Brookings Institution* va ser durant molts anys el *Think Tank* nord-americà que millor representava els postulats keynesians dels anys seixanta.

Fins avui no existeix consens a l'hora de definir detalladament què són els *Think Tanks*, més enllà de identificar les seves funcionalitats. Això es deu, entre altres motius, al fet que la seva forma organitzativa varia segons els països⁷. El model de relació que s'estableix entre el món de les idees i la pràctica política varia molt en funció del context institucional, cultural i econòmic en què aquesta es desenvolupa. Mitjançant un examen de com aquests factors influeixen sobre els nivells d'institucionalització, les activitats i les estratègies dels grups d'estudi i anàlisi política, s'arriba a la conclusió de que no és fàcil trobar el mateix tipus d'organitzacions en entorns polítics diferents⁸. Les diferents formes d'articulació del debat públic estan en funció de les realitats institucionals i històriques

⁶ N.C. Roberts i P.J. King (1991) defineixen l'*emprenedor polític* com aquell o aquells actors especialitzats en la identificació de problemes i en la proposta d'idees, conceptes i instruments tècnics per a la seva solució. P.A. Sabatier i H. C. Jenkins (1993) són els màxims representants de l'anomenada *teoria del grup de defensa*. Segons aquesta teoria, quan les elits polítiques concentren la seva tasca en un determinat problema o en una àrea específica, tendeixen a donar forma a un subsistema polític relativament autònom. En aquest subsistema hi trobem actors de tots els nivells, tant del govern com de la societat civil, que s'agrupen al voltant d'un conjunt de valors comuns i formen grups relativament homogenis. Quan els membres d'aquests grups mantenen uns vincles dèbils entre si i estan molt relacionats a un tema concret, estem davant d'un entramat de relacions polítiques *Policy Network*, i quan els lligams són molt més forts i estables estem parlant d'una *Policy Community*. (Veure J.Jordana 1995)

⁷ Andrew Drenham i Mark Garnett (1996) assenyalen les dificultats de construir una definició excessivament tancada del concepte de *Think Tank* per la seva poca operativitat en els estudis comparats.

⁸ Veure P.Wagner, W.Björn (1987).

pròpies de cada país que determinen la naturalesa dels problemes polítics. Per tant, tenint en compte que els models d'organització varien molt de país a país perquè es troben força determinats pel context on operen, qualsevol definició de *Think Tank* que vulgui ser operativa per a l'estudi comparat haurà de fixar-se molt més en les funcions que aquests realitzen, que no pas en les seves formes institucionals o organitzatives.

3.1.1. Els Think Tanks als Estats Units

La quantitat, la grandària i la forma organitzativa dels *Think Tanks* nord-americans és un fet quasi únic al món. R.K. Weaver (1996) i Y. Dror (1994) han arribat a afirmar que els *Think Tanks* són un producte del sistema polític dels Estats Units i que, per tant, tot i que existeixen en altres països, no és fàcil trobar organitzacions d'aquest tipus fora del context nord-americà. Els centres d'estudi i anàlisi nord-americans acostumen a ser, almenys formalment, organitzacions privades sense afany de lucre, intel·lectual i organitzativament independents tant del govern com de les universitats i dels grups de pressió, orientades a la investigació empírica i que intenten influir en la construcció de l'agenda política⁹.

Els *Think Tanks* nord-americans funcionen com a plataformes per a la innovació política, mitjançant la defensa i el desenvolupament de noves idees, la definició de problemes polítics, l'elaboració de solucions alternatives i la mobilització de l'opinió pública. Per contra, també poden actuar com a agents de resistència al canvi mitjançant la legitimació del *status quo*.

La *Rand Corporation*, la *Brookings Institution* i l'*Urban Institut* són tres dels *Think Tanks* nord-americans més prestigiosos on centenars dels millors especialistes treballen en tots els camps de la política (militar, econòmica, internacional, social, etc.).

⁹ La majoria dels investigadors anglosaxons, com ara R. K. Weaver (1989), D. Stone (1996), J. A. Smith (1996), D.M. Ricci (1993) fan servir aquesta definició a l'hora de parlar de *Think Tanks*, tot i els problemes que presenta per als estudis comparats.

Taula 1. Principals Think Tanks nord-americans

Institució	Fundació	Personal	Localització
Rand Corporation	1946	950	Santa Monica, C.A
Brookings Institution	1916	220	Washington, D.C
Urban Institut	1968	220	Washington, D.C
Fundació Heritage	1973	100	Washington, D.C
Cato Institut	1977	140	Washington, D.C
Hoover Institut	1919	100	Standford, C.A
American Enterprise Institut	1943	125	Washington, D.C

Font: Hellebust (1996)

És molt difícil trobar fora dels Estats Units un testimoni d'organitzacions amb unes característiques de govern similars. Aquest fet és conseqüència de la particularitat del sistema presidencialista nord-americà¹⁰, el qual es caracteritza pels següents elements:

- La fragmentació representada per la rígida separació de poders entre l'executiu i el legislatiu, i alhora per la segmentació d'ambdós poders.
- L'escassa jerarquitització dels partits polítics que actuen més com a grans agrupacions d'electors que com a grups coordinats i disciplinats¹¹.
- La presència d'una Administració Pública força polititzada, necessària per tal d'assegurar el control polític de l'executiu, davant la inexistència d'una forta disciplina de partit en el Congrés¹².
- La manca d'estructures de tipus corporatiu, com ara centrals sindicals i organitzacions patronals que englobin el conjunt d'interessos econòmics del país.

¹⁰ Per entendre les diferències entre el sistema parlamentari europeu i el sistema presidencialista nord-americà vegeu, entre d'altres, A. Lijphart (1987)

¹¹ Veure Krehbiel (1992)

¹² Veure J.P. Pfiffner (1987)

- Una llarga tradició filantròpica reforçada per un sistema fiscal que promou les donacions a entitats sense afany de lucre no necessàriament vinculades a l'assistència social.
- Finalment, però no menys important, un important consens social entorn a un sistema de valors basat en el respecte a principis com l'individualisme i el paper de la societat civil en l'esfera pública.

Tots aquests elements fomenten la demanda de mecanismes de coordinació política que estan allunyats tant del govern com de les esferes corporatives. M.Blumer (1987) s'ha preocupat per intentar explicar els diferents patrons de relacions que s'estableixen a Europa i als E.U.A. entre les ciències socials i pràctica política. A més de tenir molt en compte el marc institucional, no tan sols en l'àmbit del sistema polític sinó també universitari, remarca el paper que hi juguen les diferents tradicions intel·lectuals. Als E.U.A. les ciències socials van adquirir un ràpid reconeixement acadèmic i tenen un caràcter eminentment pràctic. A Europa, les disciplines tradicionals limitaven la projecció de les noves ciències socials fins als anys seixanta i per això aquestes van desenvolupar un caràcter teòric sovint massa allunyat del món pràctic.

3.1.2. Els Think Tanks a Europa

La naturalesa dels sistemes parlamentaris i de l'Administració Pública europea són factors a tenir molt en compte a l'hora d'entendre el tipus de *Think Tanks* o grups d'estudi que es formen en els països europeus, i sobretot, pel que fa a la forma com aquests queden vinculats al procés polític i al nivell d'influència que poden arribar a assolir a través dels treballs, recerques i altres activitats que porten a terme.

A Europa, al contrari que als Estats Units, els sistemes de govern acostumen a estar molt més centralitzats al voltant de l'executiu¹³. Els partits polítics tenen una forta estructura organitzativa, capaç d'imposar una estreta disciplina als seus membres, qüestió que comporta

¹³ Veure A. Lijphart (1987) op.cit.

un domini del poder legislatiu per part de l'executiu¹⁴. Existeix un ampli cos funcional professional, a banda de la classe política, que controla les vies d'accés a bona part de la informació, i grans organitzacions de caire corporatiu que tradicionalment han tingut un paper clau en la vida política

El debat polític a Europa té també lloc en contextos organitzatius diferents dels nord-americans. Donada la importància de l'Administració i els partits polítics, la majoria de les iniciatives per crear grups organitzats d'assessorament polític provenen sovint del mateix sector públic. Bona part dels organismes de planificació i de les comissions tècniques de l'Administració, els instituts universitaris, els centres d'estudi vinculats a determinades estructures corporatives, i les fundacions que giren entorn als partits polítics s'articulen socialment i actuen de forma anàloga als *Think Tanks* nord-americans, pel que fa al debat públic i al desenvolupament de les polítiques públiques¹⁵. La naturalesa de 'la democràcia de partits', explica el fet que moltes iniciatives per crear grups d'anàlisi i d'avaluació, provenguin del propi govern, així com la pràctica absència d'assessors polítics que operen des dels marges del procés polític.

¹⁴ Sobre aquesta qüestió, vegeu, per exemple, A. Panebianco (1990).

¹⁵ Veure Y. Dror (1984).

Taula 2. Exemples de Think Tanks europeus

Institució	Data	Personal	Localització
Wissenschaftszentrum für Sozialforschung	1969	30	Alemanya
Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche	1974	34	Austria
Commissariat General du Plan	1946	27	França
Netherlands Scientific Council For Government Policy	1972	36	Països Baixos
Demos	1993	26	Anglaterra
The Centre for Policy Studies	1974	4	Anglaterra

Font: elaboració pròpia.

Hi ha un altre factor que també s'ha de tenir molt en compte per entendre el caràcter públic o parapúblic dels grups d'estudi a Europa. Al nostre continent, el creixement i difusió de les ciències socials europees, a finals dels anys cinquanta, va tenir molt a veure amb el paper que va assumir l'Estat mitjançant les noves polítiques de benestar social, a diferència del que havia passat als E.U.A. on la societat civil havia jugat un rol molt més actiu en el seu desenvolupament. L'Estat va ser el responsable de liderar les reformes polítiques que van donar pas a un nou contracte social i al desenvolupament dels instruments de planificació, implementació i avaluació que haurien de portar-lo a la pràctica.¹⁶

Als *Think Tanks* europeus la recerca acadèmica sobre la influència de les idees en el procés polític els hi ha dedicat relativament poca atenció, entre altres factors, per la dificultat,

¹⁶ P.Wagner, C.H.Weiss, B.Wittrock y H.Wollmann (1991) assenyalen que les ciències socials nord-americanes assoleixen la seva maduresa als anys quaranta, maduresa que es mesura a partir de l'existència d'estudis universitaris propis. A Europa, en canvi, aquesta maduresa no va arribar fins els anys seixanta, a remolc del fort creixement de la demanda fruit de l'ampliació de les polítiques de benestar social. Fins aquell moment, la sociologia, la ciència política i fins i tot, en alguns països, l'economia, eren estudis subordinats a les disciplines acadèmiques clàssiques.

ja esmentada, que presenta definir i fer categories per aquests tipus d'organitzacions en els diferents entorns europeus. En efecte, el model angloamericà difícilment encaixa als estats europeus, sobretot si utilitzem el concepte de independència orgànica i financera, tal com es fa a la literatura d'aquest origen, i ens centrem en variables quantitatives per a la definició dels grups. No obstant, l'anàlisi dels grups productors de idees a l'esfera pública i de generació del debat públic pot conduir-nos a observar que, en termes funcionals, sí existeixen equivalents dels clàssics *Think Tanks* en països com França, Itàlia o Alemanya. Tot i així, és difícil elaborar una tipologia comú per a tot Europa occidental, ni tan sols la continental, degut a que, com dèiem, elements com l'estructura i la cultura polítiques originen un mapa d'organitzacions molt diferent. Alhora, existeix un solapament considerable entre els *Think Tanks* i altres organitzacions, com ara els grups d'interès, les fundacions privades o bé les oficines governamentals. Però hem de tractar de veure quines característiques fonamentals són suficientment particulars com per a permetre elaborar una tipologia separada i pròpiament europea. En aquest sentit, existeixen una sèrie de pautes que es poden resseguir en els casos britànic, francès, italià i alemany.

Per començar, però, és interessant fer un breu repàs als *Think Tanks* britànics, en el sentit que tenen trets definitoris propis que els distingeixen dels nord-americans tot i el fet que en literatura es parli tan insistentment de les organitzacions angloamericanes com d'un bloc monolític. De fet, tot i que hem dit que sovint es presenten els *Think Tanks* com a pròpiament originaris dels Estats Units, tenen una tradició molt arrelada al Regne Unit des de fa més d'un segle¹⁷. No obstant aquesta llarga història, és cert que els *Think Tanks* britànics són, genèricament parlant, més petits i més pobres que els nord-americans, però al contrari del que succeeix als E.U.A., la "centralització extrema" de la vida política i pública britànica implica que l'accés clau als *decision-makers* és a l'abast d'unes quantes institucions prou ben situades¹⁸. Això compensa, al menys fins a cert punt, el fet que les organitzacions britàniques no gaudeixen dels mateixos recursos humans i financers que les seves contraparts nord-americanes. Per tant, una hipòtesi versemblant per tal d'explicar perquè els *Think Tanks* britànics no han crescut mai tant com els seus homòlegs als E.U.A., és que no hi ha hagut mai la necessitat d'una tal expansió.

¹⁷ L'historiador nord-americà J. Smith, per exemple, va descriure els *Think Tanks* com a organitzacions "quintaessencialment americanes de planificació i assessorament al marge dels canals formals del procés polític del país", A. Denham i M. Garnett (1998).

¹⁸ Desai (1994).

Per la seva part, els *Think Tanks* francesos tenen com a una de les seves principals característiques que la línia divisòria entre l'intel·lectual i el polític és molt sovint difusa. Ara bé, si utilitzem el concepte de “Comunitat epistèmica” podem reinterpretar aquesta ambigüitat i veure que existeix un conjunt d'intel·lectuals políticament motivats que busca contribuir a les polítiques públiques. L'actitud que tenen en general cap a la investigació, els permet disposar d'una certa independència respecte del finançament governamental i els interessos corporatius. Aquí observem una diferència important entre els casos francès i l'alemany. En el darrer cas, el recolzament directe o indirecte de l'Estat és prova d'independència tant per al govern com per al *Think Tank*.

En general, els *Think Tanks* francesos són més petits que els anglosaxons o els alemanys¹⁹. Una altra característica marcada dels *Think Tanks* francesos és la concentració geogràfica extrema a la capital. A més, el fet que una part molt considerable dels seus membres provingui de la E.N.A. i centres similars, genera el que podríem anomenar una concentració de caràcter també social o personal. D'altra banda, cal notar que aquesta naturalesa de l'staff és un element que, al marge de l'activitat que realitzen, proporciona continuïtat a les institucions.

Una breu tipologia dels *Think Tanks* francesos estableix dues grans categories: en primer lloc, els gabinets ministerials i els clubs polítics i, en segon lloc, els Grups d'Investigació Política. Els gabinets (grups d'experts compromesos ideològicament que aconsellen als diversos Ministeris del govern), han aconseguit un rol formal al sistema governamental, tot i no tenir una base constitucional. Els clubs polítics busquen elevar la política més enllà del partidisme i tenen una funció correctiva dels partits polítics, que opera quan aquests fallen en alguna de les seves funcions principals. Tot i tenir una relació orgànica amb els partits, en la dinàmica quotidiana es troben contraposats en una relació de rivalitat i legitimació mútua. Aquests tipus d'organitzacions no responen exactament a la definició de *Think Tank*, però n'exhibeixen moltes de les seves característiques (investigació, coherència ideològica, impacte en política). Però la segona categoria sí conté organitzacions que s'acosten més a una conceptualització clàssica dels *Think Tanks*. Els “Instituts Nacionals

¹⁹ L'excepció a aquesta afirmació són els instituts afiliats a l'Estat, però en general és corrent, en efecte, que els *Think Tanks* francesos no tinguin més de tres persones de staff full-time i que comptin amb pressupostos per sota el mig milió de dòlars. C. Fieschi, i J. Gaffney (1998)

d'Investigació", per exemple, duen a terme moltes funcions dels instituts independents d'investigació d'altres Estats. Formen una xarxa de relacions que permet que la informació es col·lecti, s'analitzi i es difongui, de forma tal que pugui ser reutilitzada més endavant.

Els "Grups d'Investigació Política" són agrupacions de cert nombre d'experts que investiga en camps ben definits i que comparteix uns valors o principis. Sovint la procedència és la Universitat, però el grup tracta d'integrar professionals amb capacitat per obtenir informació sobre determinat sector i després per influir en la implementació de les propostes elaborades en els estudis²⁰ (partits polítics, representants sindicals, treballadors socials...).

Cal dir que, en conjunt, els *Think Tanks* francesos contemporanis presenten cada cop més la tendència a adoptar la personalització com a principi d'organització, la qual cosa no deixa de ser paradoxal si observem que molts es van crear precisament per lluitar contra aquest procés en l'esfera política. Aquesta característica permet avui comparar alguns dels *Think Tanks* a "clubs de fans" sense un reflex propi en les qüestions polítiques. Sovint, les organitzacions pretenen estar menys lligades als seus líders del que ho estan veritablement, argumentant que la personalització existent és senzillament part d'un moviment més profund o una conseqüència de les demandes dels mitjans de comunicació moderns²¹. En definitiva, aquestes circumstàncies, així com també l'existència dels "Gabinets ministerials", permet seguir parlant del manteniment de "l'excepció francesa" en el contrast amb els *Think Tanks* europeus.

Passant al cas d'Itàlia, en aquest país la major part d'instituts investiga només quan un client encarrega un producte concret. Per això se'ls anomena sovint *contract research organizations*, evitant la terminologia de la *University without students*. No obstant, la relació amb els clients acostuma a ser dialèctica. És a dir, que la institució contribueix a perfilar les sol·licituds més o menys vagues que li arriben²². Però els instituts italians no són tan dependents dels contractes d'investigació com podríem pensar a priori. En efecte, el 60% dels ingressos de les organitzacions venen de contribucions no condicionades i la resta prové dels contractes. Sembla ser, d'altra banda, que els contractes governamentals s'atorguen

²⁰ Exemples d'aquests grups són ICARE, ADELS o AISLES. Fieschi, C. i J. Gaffney (1998)

²¹ C. Fieschi. i J. Gaffney (1998).

²² Un eslògan clau per aquest tipus de dinàmica sembla ser "la oferta educa la demanda". Moscati, R. (1982).

majoritàriament per via no competitiva, sense que sigui fàcil saber els mecanismes concrets utilitzats per a la seva concessió, tot i que és molt probable que l'accés a les xarxes d'experts sigui crucial per a garantir aquestes vies de finançament.

A Itàlia, similarment al que hem vist amb el cas francès, els líders dels *Think Tanks* acostumen a ser intel·lectuals. No obstant, en el cas italià la presència d'acadèmics és molt més abrumadora²³. Tot i això, es preveu una tendència cap a la “desacademització” dels *Think Tanks* italians, impulsada per dos factors. D'una banda, cada cop més, la majoria d'estudis demanats no són típics estudis acadèmics sinó sobretot d'avaluació, cost-benefici o viabilitat, que són eminentment activitats professionals. Això, acompanyat del fet que les Universitats italianes han creat un nombre molt limitat de nous llocs acadèmics als 80 i 90 – imposició de taxa de creixement 0 per part del govern en les ciències socials –, implica que existeix una nova generació d'investigadors exclosa, molts dels quals s'han reconduït cap als *policy institutes*. Pel que fa a la orientació ideològica, s'ha mantingut baixa, aparentment, en relació als nivells d'adhesió que observem al cas francès (o a la propensió de certs instituts anglo-americans).

En relació a les característiques quantitatives, els *Think Tanks* italians tenen un tamany mig superior al cas francès, tot i que hi ha una dispersió (desviació) molt important quan aquesta variable es mesura a través del pressupost anual. En tot cas, el 58% dels *Think Tanks* italians té menys de mig milió de dòlars anuals, però el 12% compta amb més de 2 milions l'any. Si ens fixem en el personal, donat que el 42% del recurs es dediquen a personal directament contractat per les organitzacions, pot semblar que són bastant més grans que els *Think Tanks* que trobem a França. No obstant, hem de considerar certes característiques particulars del mercat laboral italià per tenir una idea més rigorosa d'aquest indicador. De fet, el 33% del pressupost es destina a consultors experts, dels que un terç són permanents. Això és degut a que els costos laborals i les restriccions a l'acomiadament porten a aquesta modalitat perquè té tractament impositiu i legal com si fossin autònoms.

Els *Think Tanks* italians han proliferat molt als 70 i sobretot als 80, però ara passen per un procés de racionalització i consolidació. L'anàlisi d'aquestes organitzacions és convenient

²³ Aquesta presència tan elevada sembla ser consistent amb la quantitat d'acadèmics que a Itàlia treballa per l'Estat. C. Radaelli M. i P. Martini (1998).

realitzar-lo des de l'enfocament de les *advocacy coalitions*, per veure la rellevància que tenen en els processos de canvi de les polítiques públiques. D'aquesta manera, anem més enllà de l'anàlisi individualitzada dels instituts i veiem que la xarxa de *professori* que s'alineen al voltant de certes propostes constitueix un veritable fòrum de discussió que genera coneixement transversal.

També en el cas alemany, la saviesa convencional indica que no existeixen *Think Tanks*, però es deu a una confusió terminològica i a la creença de que només els *Think Tanks* de tipus angloamericà coincideixen amb la veritable definició de *Think Tank*, molt caracteritzat per la seva independència en termes organitzatius. Però sí existeix, de nou, un equivalent funcional del *Think Tank* clàssic en aquest país.

En aquest cas el més típic són els centres d'investigació i els *advisory bodies* associats a fundacions o grups d'interès. Existeixen tres categories principals d'organitzacions d'aquest tipus a Alemanya. En primer lloc, trobem les més coincidents amb les *Universities without Students* que sobretot utilitzen especialistes, acadèmics a temps parcial. Inclouen, per exemple, sis grans Instituts d'Investigació Econòmica, que cada cop troben més competència en les altres dues categories. Aquests grups en concret tenen molt finançament amb origen en els contractes del Ministeri d'Intercanvi i Comerç. D'aquests recursos del govern federal (o de vegades dels Länder) s'en beneficien totes les organitzacions que s'inclouen en l'anomenada "llista blava". Els Instituts d'Investigació Econòmica generen informes sobre el desenvolupament econòmic de la federació, que tenen molta cobertura als mitjans de comunicació de masses, i molt protagonisme al debat públic. La grandària de les organitzacions més importants d'aquest tipus és molt superior a la d'organitzacions similars en els altres dos Estats analitzats, i algunes són fins i tot comparables als principals *Think Tanks* nord-americans²⁴.

La segona gran categoria la constitueixen els Instituts Orientats per Interessos. Són independents en termes orgànics i no estan dominats directament per partits o grups d'interès, tot i tenir un alineament polític i ideològic força clar. Operen com a organitzacions públiques sense ànim de lucre i hi ha dos exemples molt destacables. D'una banda, l'Oeko-Institute que

²⁴ Ebenhausen, per exemple, és similar a la Rand corporation, és el *Think Tank* més important d'Europa occidental segons *The Economist* i compta amb 120 empleats, entre els que hi ha 55 investigadors. W. Gellner, (1998).

és una fundació relacionada amb el moviment antinuclear, de gran tamany (al 1991 comptava amb 64 investigadors i un pressupost anual de 6 milions de marcs). L'altre gran *Think Tank* orientat per interessos és IWG Bonn que té molt pocs treballadors (12) però que té molta rellevància a l'interior de la seva coalició d'interessos. Apareix amb molta freqüència als mitjans de comunicació, no només alemanys, sinó també internacionals²⁵.

Per acabar, la tercera gran categoria a Alemanya és la dels Instituts Determinats per Interessos. Bàsicament, en aquest cas la investigació busca proveir de munició verbal a polítics i administradors. Generen treballs acadèmics de forma residual i la majoria estan alineats amb partits o grups d'interès. El punt comú a totes les organitzacions que integren aquesta categoria és que es concentren explícitament en la promoció i canalització dels seus objectius polítics. Se'ls anomena també *policy entrepreneurs* i de vegades són difícilment diferenciables dels consultors o dels *lobbists*. La majoria són petites empreses liderades per un individu amb un *background* acadèmic. Aquí dominen els instituts de negocis i els sindicals. Hi ha un tipus peculiar, molt característic que podem anomenar “quasi-partits”. De fet, tots els partits alemanys establerts han creat un institut d'investigació que duu a terme funcions de *Think Tank*. Els més importants són el Konrad Adenauer Stiftung, amb molt impacte en temes de seguretat i estratègia i en temes d'investigació electoral; el Friedrich Ebert Stiftung, que no es vol veure definit com un *Think Tank* socialdemòcrata i que, a l'estar obligat a mantenir-se amb contractes d'investigació intenta evitar compromisos polítics, i el Friedrich Naumann Stiftung, que és l'únic que deliberadament tracta d'emular les funcions d'un *Think Tank* liberal. És, a més, la única organització que té clares relacions amb una xarxa de *Think Tanks* liberals a tot el món – especialment amb els nord-americans -. Molts treballs es subcontracten a personal o instituts externs per tal de reduir costos.

Malgrat la qualitat de moltes d'aquestes investigacions, sovint no tenen el prestigi del qual gaudeixen les realitzades per organitzacions similars als Estats Units. Així, sovint els *policy-makers* alemanys confien més en la recerca que emana de les Universitats que en la d'aquests instituts.

²⁵ Cap altre institut alemany ha estat tan citat al *Washington Post*, *Time*, *Newsweek* o al *Business Week*. W. Gellner (1998).

3.2. Algunes hipòtesis per a l'anàlisi dels *Think Tanks* o grups d'estudi a Catalunya

Com ja hem vist, existeixen dues definicions de *Think Tank* en la literatura especialitzada. La primera definició està molt determinada pel context nord-americà i és poc útil per a l'estudi comparat, és la utilitzada per R.K. Weaver (1998), D. Stone (1996), N.W. Polsby (1983). La segona és molt més operativa per als estudis comparats i evita caure en la restricció de caracteritzar els *Think Tanks* com un fenomen exclusiu del sistema polític nord-americà. Aquesta definició és la que utilitzen autors com P. Dickson (1971) o I. Marsch (1996). Aquests defineixen un *Think Tank* com tota aquella organització que intenta influir en el procés polític mitjançant l'elaboració i difusió d'estudis, publicacions, llibres, l'organització de jornades o seminaris i l'aparició puntual en els mitjans de comunicació.

Si tenim en compte tots els factors esmentats fins al moment, podem concloure que la definició de *Think Tank* més propera a la realitat europea i, per tant, més operativa en el terreny dels estudis comparats seria la següent: els *Think Tanks* o centres d'estudi i d'anàlisi són grups organitzats privadament o sota el suport de l'Administració, dedicats a la investigació, però no a la implementació, en totes les disciplines, i que comuniquen les seves conclusions tant al públic en general com a un públic específic, mitjançant publicacions pròpies, articles, llibres, congressos, conferències o aparicions puntuals en els mitjans de comunicació. Els *Think Tanks* poden estar afiliats a institucions acadèmiques, organitzats com a fundacions autònomes sense afany de lucre, estar promoguts per un grup homogeni de professionals, o estar vinculats a un determinat partit polític o grup d'interès.

3.2.1. Tipologies i classificacions

En relació a la definició exposada, podem establir dos possibles criteris de classificació, un primer criteri bàsicament descriptiu que té en compte com s'organitzen, i un segon criteri molt més analític que fa referència a què és el que fan.

En base al primer criteri podem trobar sis categories diferents de grups d'estudi i anàlisi:

- *Centres universitaris de recerca*: centres creats per les universitats, plantejats com una solució organitzativa que permet atraure recursos, tant del sector públic com del privat, en un context marcat pel control de la despesa pública.

- *Centres de recerca vinculats a l'Administració Pública (In House Service)*: centres creats per la pròpia Administració per tal de millorar el procés de presa de decisions o bé per contribuir a generar un cert debat públic entorn a temes d'interès general.
- *Centres d'estudi vinculats a determinats grups d'interès*: són grups d'estudi creats per afavorir els interessos d'un determinat sector de la societat, professional, econòmic o ciutadà.
- *Tercer Sector*: organitzacions sense afany de lucre identificades i compromeses en la promoció d'un conjunt de valors i de polítiques.
- *Centres d'estudi vinculats a partits polítics*: grups creats pels propis partits polítics per tal de fomentar el debat polític i la promoció pública dels propis punts de vista.
- *Consultores privades*: grups de professionals organitzats des de el sector privat i que treballen al servei d'organismes públics en diversos camps de la investigació aplicada.

Segurament aquesta classificació es massa descriptiva i aporta poc valor afegit al coneixement d'una realitat concreta. El segon criteri de classificació, pel qual hem optat en la nostra anàlisi empírica, és més analític, però també presenta dificultats ja que els objectius i les activitats dels grups d'estudi són molt diverses, pel fet que les seves àrees de treball estan lligades a determinats contextos temporals, o fins i tot a projectes de caràcter personal. D. Stone (1991) anomena aquestes darreres situacions com a *Vanity Tanks*, entenent en aquest sentit aquells centres d'estudi i anàlisi poc institucionalitzats i construïts entorn a una figura política o acadèmica de reconegut prestigi. Malgrat que són nombroses les tipologies que ens trobem formulades a la literatura especialitzada, aquestes sovint estan molt determinades per un context concret o bé són massa descriptives i poc analítiques. Per exemple D. Stone (1991) identifica de forma poc convincent dos categories de *Think Tanks*, la *Vella Guàrdia* caracteritzats per la seva independència política i una vinculació al món acadèmic tradicional, i els *Nous Grups d'Estudi Partidistes* estretament relacionats amb un determinat ideari polític

i desvinculats dels patrons de conducta més acadèmics. Per tot això hem considerat que la classificació més encertada és la proposada per R. K. Weaver que divideix els *Think Tanks* en: *Universities Without Students*, *Advocacy Groups* i *Contract-research Groups* tot i senyalant la necessitat d'adaptar-la a la realitat europea.

En aquest sentit, hem optat per diferenciar diversos tipus de *Think Tanks* a partir de la classe i a la qualitat dels treballs que produeixen, així com als valors i prioritats que assignen a determinades funcions. La principal diferència es basa en la rellevància que cada institució dona a la recerca i/o a la defensa d'un determinat interès particular o ideari polític. En base a aquest segon criteri podem distingir tres categories bàsiques de grups d'estudi:

- *Centres o Grups de Recerca*: estan molt vinculats al món acadèmic tradicional i intenten establir un pont entre aquest últim, la discussió política i el món pràctic de la gestió pública. Els seus estudis s'acostumen a fixar en el llarg termini.²⁶ Les organitzacions d'aquest tipus estan molt vinculades a les dinàmiques pròpies de la recerca universitària, i per això la tradició anglosaxona els anomena *Universities without Students*. Es a dir: primer, el seu objectiu principal és desenvolupar teories que ens ajudin a entendre millor la societat, segon, la seva motivació respon més a criteris relacionats amb el prestigi acadèmic que no pas a la traducció dels seus descobriments en aplicacions pràctiques concretes, i tercer, els seus treballs es sotmeten a les normes de la "Revisió d'experts" que els obliga a treballar més en el llarg que en el curt-mig termini.
- *Centres de Promoció de Valors o Interessos específics*: grups vinculats estreta i explícitament a un conjunt de valors. El seu objectiu principal és el de promoure una sèrie de valors o un ideari polític. Informen als polítics de l'opinió dels grups progressistes o conservadors, o bé d'un determinat grup d'interès, sobre una proposta política concreta. Pel seu caràcter marcadament partidista la literatura anglosaxona els anomena *Advocacy Tanks*

²⁶ Per a E. A. Lindquist (1995), aquest tipus de centres tenen moltes virtuts: detecten interessos i orienten els joves investigadors cap a determinats camps o línies d'investigació, multipliquen els intercanvis d'idees entre les diferents disciplines acadèmiques i construeixen un *feedback* força útil entre el món del coneixement i el de la pràctica política.

- *Centres d' Assessorament Tècnic*: grups de professionals que treballen al servei d'organismes públics en diversos camps de la investigació aplicada. Entre altres tasques, elaboren informes de planificació i d'avaluació sobre polítiques públiques específiques. Sovint, formen part de la mateixa Administració o bé són consultors privats contractats per a millorar la qualitat i el rendiment de les polítiques públiques i dels seus processos de gestió. Aquestes organitzacions tenen una menor vinculació amb el món acadèmic i estan generalment interessades en avaluar totes aquelles variables que els governs poden controlar per modificar determinades situacions, prescindint de les moltes altres variables que els seus clients, els responsables de les decisions polítiques, no poden modificar a mig-curt termini.

Taula 3. Categories de Think Tanks

Centres o grups de recerca	Centres de promoció de valors o interessos específics	Centres d'assessorament tècnic
Centres universitaris		Centres universitaris
Centres de recerca vinculats a l'Administració		Centres de recerca vinculats a l'Administració
	Centres d'estudi vinculats a grups d'interès	
	Tercer Sector	
	Centres d'estudi vinculats a partits polítics	
		Consultores privades

Aquesta taula (d'elaboració pròpia) posa en relació els dos criteris que es poden utilitzar per tal de classificar als Think-Tanks mostrant l'existència de certa vinculació entre el que fan i com s'organitzen.

3.2.2. Funcions dels Think Tanks

Els grups d'estudi i anàlisi han diferenciat i especialitzat les seves funcions en base a la demanda cada cop més gran de coneixements aplicables al debat públic per part de les èlits polítiques. En aquest sentit, considerem que les seves funcions principals són les següents:

- 1- Explorar i difondre noves idees capaces d'influir en la opinió de les classes dirigents.
- 2- Defensar determinades propostes polítiques.
- 3- Avaluar els resultats de models institucionals i de polítiques públiques específiques.

És a dir que els grups d'estudi es dediquen a planificar i avaluar les polítiques públiques en cada un dels espais polítics on operen els governs (internacional, europeu, estatal, autonòmic / federal, o local) alhora que reflexionen sobre temes d'interès general. Tenint en compte les etapes que configuren el procés d'elaboració de les polítiques públiques, els grups d'estudi i d'anàlisi actuen sobre la definició de l'agenda política, l'especificació de les alternatives viables entre les quals es pot escollir, així com l'avaluació dels resultats de les polítiques públiques un cop implementades.²⁷

Els centres d'estudi i d'anàlisi polític pretenen vincular la recerca bàsica i la recerca aplicada mitjançant la definició de propostes pràctiques. La recerca bàsica genera nous coneixements sobre matèries diverses i desenvolupa nous conceptes i teories per millorar la nostra comprensió del món on vivim. Per la seva banda, la recerca aplicada també amplia el nostre coneixement sobre determinats problemes empírics alhora que controla i prediu els seus resultats.

²⁷ J. W. Kingdon (1984) identifica quatre etapes en el procés de construcció de les polítiques públiques: 1- definició de l'agenda política, 2- especificació de les alternatives viables entre les quals es pot escollir, 3- elecció de l'alternativa i, finalment, 4- implementació. En cada etapa el protagonisme recau en un grup d'actors polítics diferents. La majoria dels autors actuals afegeixen una cinquena etapa: l'avaluació (Subirats 1994).

D'altra banda, per tal de difondre les seves idees, alguns grups d'estudi i anàlisi, sobretot als E.U.A., gasten tants diners en la comercialització dels seus treballs, mitjançant la publicació de llibres o *Working Papers* i l'organització de jornades i congressos, com en la elaboració dels seus estudis. Si el seu objectiu és canviar o legitimar models institucionals i polítiques públiques determinades, la comercialització juga un paper central per aconseguir-ho. De res serveix produir molts estudis si aquests no arriben mai als decisors polítics i a l'opinió pública. A Europa, els grups d'estudi orienten més els seus productes directament cap als dirigents polítics i els alts càrrecs de l'Administració, i sovint tenen una difusió menor en els mitjans de comunicació.

3.2.3. El paper dels grups d'estudi i anàlisi polític a Catalunya

Com ja hem esmentat des de l'inici, hem de tenir en compte que la lògica i les funcions dels *Think Tanks* o grups d'estudi i anàlisi tenen una connexió directa amb el context on operen. Així, les relacions entre els grups d'estudi i anàlisi i el poder polític varia en funció del marc institucional i de la natura dels problemes que es plantegin, apareixent formes organitzatives diferents per a realitzar funcions similars. Cada societat té les seves pròpies característiques, les seves pròpies institucions i els seus propis actors polítics. Per tant, els models d'organització i de funcionament no són exportables d'un país a un altre i depenen molt de què és el que els polítics demanen en cada cas d'aquests grups, com aquests responen a les demandes, i quines conseqüències tenen les seves respostes en el procés polític.

La proliferació de processos de descentralització político-administrativa a tot Europa, i a Espanya de forma molt destacada, és un factor que ha incentivat l'aparició de grups d'estudi que operen a un nivell no estatal. El cas català n'és un bon exemple. La progressiva ampliació de les quotes d'autogovern ha promocionat sens dubte l'aparició de nombrosos centres d'estudi i anàlisi polític, desenvolupats a partir de les tradicions organitzatives del país i de les lògiques de les seves institucions, tant autonòmiques com locals, d'altra banda gens allunyades de les que es troben presents a altres països europeus. La qüestió que cal respondre, no obstant, és valorar el grau de desenvolupament assolit, així com la maduresa i el nivell de reflexió que aquestes organitzacions aporten a la elaboració de les polítiques públiques.

Una primera identificació de la situació dels grups d'estudi i anàlisi al nostre país, mitjançant la elaboració d'un inventari d'organitzacions, ha de permetre definir un mapa de les dinàmiques consolidades del mercat de les idees català i les transformacions que s'hi estan apuntant. Per aprofundir en el paper dels *Think Tanks* al nostre país, també cal analitzar el rol que juguen aquestes organitzacions més enllà de Catalunya, tant en el debat públic com en el procés de formació de les polítiques públiques. En aquest sentit, es tracta de valorar especialment la seva capacitat de participar, a través de l'aportació d'idees i perspectives pròpies, en els àmbits estatal i europeu.

Un altre aspecte que presenta una rellevància especial per a l'estudi del cas català, té a veure amb els aspectes organitzatius interns dels *Think Tanks*. Examinar les seves condicions de treball, les orientacions disciplinars, les seves capacitats tècniques i els recursos disponibles, les xarxes de col·laboradors, etc., també han de constituir una font molt significativa de coneixement per valorar la capacitat d'anàlisi i d'influència de les organitzacions considerades. Unes organitzacions febles i amb pocs recursos propis, possiblement tindran més dificultats per introduir noves idees en l'esfera política, i menys, per incidir en àmbits territorials més amplis.

En el mateix sentit, un element important té a veure amb els mecanismes de relació amb el seu entorn que desenvolupen les organitzacions analitzades. En la mesura en que els instruments de relació amb l'entorn siguin molt direccionals, poc diversificats, etc., la riquesa de debat públic possiblement sigui força reduïda, mentre que si els instruments de relació amb la societat i els entorns professionals i administratius són múltiples, i els mecanismes utilitzats s'orienten a col·lectius força diversificats –o almenys estan a l'abast de diferents sectors socials i professionals-, llavors la reflexió a l'entorn de les polítiques públiques o dels marcs institucionals possiblement sigui més fluida i més intensa.

Cal tenir present que el conjunt dels aspectes esmentats, sobre les condicions dels *Think Tanks* a Catalunya i les característiques de les seves actuacions, són qüestions que es plantegen a tall d'hipòtesi en aquest apartat, i que, en tot cas, la recerca que es presenta a continuació intenta respondre.

3.3. Metodologia de l'estudi

Amb la finalitat de donar resposta a les preguntes plantejades, l'equip de recerca va optar per desenvolupar un mètode de treball basat en un progressiu recull d'informació, cada vegada més precisa i completa, que permetés accomplir els dos objectius més destacats de la recerca. El primer, oferir una explicació sobre quin és el paper dels *Think Tanks* —o organitzacions equivalents— a Catalunya en l'actualitat; i el segon, establir un 'mapa' detallat de les organitzacions presents i actives a Catalunya que realitzen les funcions que la literatura comparada vincula normalment als *Think Tanks* (Stone, Denham, Garnett, 1998).

En primer lloc, constatada la inexistència d'estudis previs sobre aquest tema realitzats a l'àmbit català amb un enfocament similar, s'ha realitzat una recopilació d'estudis i recerques que podien tenir alguna utilitat, per la seva proximitat al tema d'aquesta recerca, i seguidament es realitzaren diverses entrevistes exploratòries amb experts coneixedors d'aquest món a Catalunya, per a tal de confirmar els aspectes a tenir en compte i valorar si calia eixamplar o rectificar l'àmbit de la recerca, per si emergien algunes dimensions del fenomen que als investigadors no havien considerat inicialment. En aquest sentit, un dels aspectes que més clarament es va fer present fou la gran intensitat de les xarxes de col·laboradors externs de que disposen les organitzacions que fan les funcions analitzades a Catalunya, i la seva configuració en forma d'un entramat molt complex, que vincula organitzacions privades, centres d'estudi, universitats i Administracions Públiques. Aquest element va portar posteriorment a fixar més l'atenció, durant la recollida de dades, en els mecanismes de relació amb els col·laboradors externs.

3.3.1. Fixació dels àmbits d'estudi

Una primera pregunta que ens vàrem formular per establir el nostre disseny metodològic va ser en quins àmbits o sectors operen els grups d'estudi i anàlisi de temes polítics a Catalunya. Abans d'emprendre qualsevol treball de camp, era necessari aclarir aquesta qüestió. Si l'objectiu d'aquests grups és tenir influència sobre el procés de formació de les polítiques públiques i marcar els temes del debat polític, en el cas català podem considerar que la seva activitat es concentra primordialment en aquelles qüestions en què la Generalitat tingui un especial interès i en les àrees on aquesta hagi aconseguit un sostre de

competències important. Seguint aquests criteris, hem establert els dotze àmbits següents, organitzats en quatre grans categories :

- I. DRETS BÀSICS I DISSENY INSTITUCIONAL (1)
- II. POLÍTIQUES DE BENESTAR
 - 2.1 SANITAT (2)
 - 2.2 EDUCACIÓ (3)
 - 2.3 POLÍTICA SOCIAL I HABITATGE (4)
 - 2.4 TREBALL (5)
 - 2.5 CULTURA (6)
- III. POLÍTIQUES REGULATIVES
 - 3.1 TERRITORI (7)
 - 3.2 MEDI AMBIENT (8)
 - 3.3 ADMINISTRACIÓ PÚBLICA (9)
- IV. POLÍTIQUES DE DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC I HUMÀ
 - 4.1 DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC (10)
 - 4.2 SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ (11)
 - 4.3 RELACIONS INTERNACIONALS I INTEGRACIÓ EUROPEA (12)

3.3.2. Recerca i identificació

Un cop establertes les categories i els àmbits d'estudi, vàrem iniciar la localització i identificació dels grups d'estudi o organitzacions anàlogues presents a Catalunya, tenint molt en compte la definició i les tipologies establertes. Com a aspectes concrets a tenir en compte per tal a ser inclosos en el inventari d'organitzacions, es va partir dels criteris de selecció següents:

- 1- Elaboració d'estudis de planificació o d'avaluació de determinades polítiques públiques, tant amb projecció pública com amb caràcter intern.
- 2- Protagonisme en debats o reflexions públiques al voltant de determinats temes d'interès general.

- 3- Edició regular de publicacions pròpies, bé siguin butlletins, revistes d'aparició periòdica o llibres.
- 4- Organització de jornades o de seminaris amb una certa projecció pública o destinats a grups específics de professionals.
- 5- Comunicacions en revistes o en congressos especialitzats.
- 6- Presència als mitjans de comunicació i a Internet.

Així, partint d'aquests sis criteris, vàrem confeccionar un primer inventari d'organitzacions i entitats, sobre el qual es va treballar en els mesos següents, per tal de construir una base de dades operativa d'organitzacions que poguessin jugar un paper anàleg als *Think Tanks*, seguint els passos següents:

- 1- Localitzar totes aquelles organitzacions que tenen una projecció real i eliminar les que mantenen un mer caràcter testimonial.
- 2- Dibuixar el mapa geogràfic dels grups d'estudi i d'anàlisi a Catalunya per tal de poder identificar, en un futur, possibles xarxes provincials i locals.
- 3- Identificar els grups d'estudi catalans més representatius, tant per la seva projecció pública com pel seu nivell d'activitat.

3.3.3. Elaboració d'una base de dades

L'inventari establert es va confeccionar a partir d'una anàlisi detallada de les dades disponibles a diverses fonts d'informació, junt a la realització d'algunes entrevistes amb informants qualificats:

- La *Guia d'associacions*, editada l'any 1997 en suport informàtic per la Direcció General d'Entitats Jurídiques de la Generalitat de Catalunya i la *Guia de fundacions catalanes*, editada l'any 1998 per la Coordinadora Catalana de Fundacions. Aquestes

bases de dades ens han permès localitzar totes aquelles entitats, associacions i fundacions privades que dediquen una part del seu temps i dels seus recursos a realitzar estudis, organitzar jornades i conferències sobre temes d'interès general.

- La Guia *Recerca a Catalunya* editada l'any 1997 pel Comissionat per a Universitat i Recerca de la Generalitat de Catalunya; les guies de serveis científico-tècnics de les universitats de Barcelona, Pompeu Fabra, Autònoma de Barcelona i Politècnica de Catalunya, i les memòries anuals de les institucions catalanes següents: la Fundació Bosch i Gimpera (Universitat de Barcelona), l'Institut d'Educació Contínua (Universitat Pompeu Fabra), la Universitat Ramon Llull, l'Escola Superior d'Administració d'Empreses (ESADE), l'Institut d'Estudis Superiors Empresarials (IESE) i la Universitat Internacional de Catalunya. Gràcies a aquestes bases de dades, s'ha localitzat tots aquells centres, instituts i grups universitaris catalans de recerca que realitzen tasques d'assessorament per a l'Administració o que tenen entre els seus objectius una clara voluntat d'assolir no només una excel·lència investigadora, sinó també una incidència real sobre les polítiques públiques autonòmiques.

- Les memòries anuals dels departaments de la Generalitat de Catalunya. S'ha pogut identificar aquelles institucions, entitats i associacions que col·laboren sovint amb l'Administració, mitjançant la firma de convenis, avaluant determinats programes o proposant noves línies d'actuació en àmbits concrets.

- Les actes de congressos i jornades sobre temes específics relacionats amb algun dels àmbits preestablerts. Sovint apareixen relacions detallades, tant dels organitzadors com de les institucions que hi participen o hi són representades.

- Els òrgans d'expressió de partits polítics. És freqüent la presència de referències als estudis realitzats pels grups d'estudi.

- El seguiment de la premsa escrita, tant l'especialitzada com la diària. D'aquesta ha estat possible extreure estudis realitzats o aportacions de jornades organitzades per un determinat grup d'estudi i d'anàlisi.

- La recerca per Internet. S'han localitzat nombroses entitats, associacions i instituts universitaris que es fixen entre els seus objectius influir en la presa de decisions polítiques.

Un cop ja disponible la base de dades de forma operativa, mitjançant la seva informatització, i completada la identificació de cada entitat seleccionada, es va aprofundir en l'estudi de la informació obtinguda de cada organització, perseguint aprofundir especialment els següents aspectes:

- 1- L'anàlisi de l'estructura organitzativa dels grups d'estudi, per tal de mesurar el seu grau d'institucionalització.
- 2- La identificació de les principals fonts de finançament dels *Think Tanks* catalans, per poder valorar el seu nivell d'independència.
- 3- La identificació dels principals productes oferts pels grups d'estudi i anàlisi, per determinar si aquests pretenen tan sols incidir sobre públics molt concrets o bé mobilitzar l'opinió pública entorn de temes específics.

L'informe que s'ha elaborat vol ser un punt de referència per a qualsevol treball posterior sobre la matèria. En el seu conjunt, el treball té dos objectius: en primer lloc, l'anàlisi d'una realitat política determinada, i, en segon lloc, donar una utilitat pràctica a les dades recopilades. Per poder assolir el compliment d'aquest dos objectius, vàrem crear una base de dades pròpia, a partir d'un model de fitxa on queden recollides totes les variables i elements rellevants sobre els grups d'estudi catalans. Tota aquesta part de la recerca es va realitzar amb la intenció de descriure i analitzar la situació del 'mercat de les idees' a Catalunya, a partir de poder disposar d'un 'mapa' d'organitzacions força complert. La seva presentació en forma interactiva, mitjançant una aplicació elaborada especialment en el marc d'aquesta recerca, utilitzant el programa ACCESS de Microsoft, permet un accés molt personalitzat al conjunt d'aquesta informació.

Aconseguir una informació completa de la situació dels grups d'estudi i anàlisi al nostre país suposa poder posar en relació totes les dades disponibles. Mitjançant el creuament

de les referències podrem disposar d'una informació molt més detallada sobre les activitats, els camps d'actuació, les vies de finançament, el volum i els equips professionals que en formen part. Així mateix, també facilita l'anàlisi explicativa del fenomen dels *Think Tanks* a Catalunya.

3.3.4. La realització d'una enquesta per qüestionari a una mostra d'organitzacions

La principal dificultat en el disseny del qüestionari per a la compilació de les dades, es centrava en la existència d'un grau de diversitat interna de l'univers d'estudi molt elevat. En efecte, com ha quedat patent prèviament, aquesta anàlisi havia d'incloure organitzacions amb estructures i interessos molt diferents i, per tant, l'enquesta havia de ser suficientment àmplia i precisa alhora com per permetre captar tots els matisos per fer una tipologia útil dels *Think Tanks* catalans, i també havia de permetre deixar alguns elements més oberts, que permetessin recollir totes les sensibilitats existents. Aquestes dificultats, així com la voluntat de incorporar-hi preguntes que recollissin les diferents hipòtesis que s'havien configurat a l'entorn de la recerca, va comportar una elaboració força laboriosa del qüestionari, amb unes primeres entrevistes de prova. L'opció escollida va ser la de realitzar l'enquesta amb un qüestionari amb preguntes tancades en un 85% dels casos, deixant però algunes preguntes obertes. També es va considerar que per aconseguir una mostra completament representativa i sense esbiaixaments no es podia fer una enquesta per correu o altres mètodes a distància, sinó que calia fer l'enquesta de forma presencial. Així, les enquestes es varen fer personalment, mitjançant el treball dels investigadors de l'equip de recerca, amb un coneixement detallat del tema i de la lògica de la recerca, cosa que feia molt més favorable la interacció amb cada un dels entrevistats, generalment màxims responsables de les organitzacions considerades.

El qüestionari elaborat consta de tres parts. La primera part, destinada a conèixer els objectius bàsics i les finalitats de la organització, inclou 11 preguntes, dues de les quals obertes, per tenir una idea de la gènesi de la organització, del perfil professional del responsable entrevistat, de la filosofia i objectius principals i de l'actitud envers la política catalana i a nivell de l'Estat. El segon gran bloc persegueix identificar el funcionament intern de la organització mitjançant 16 preguntes, totes tancades, relatives a les matèries en que es desenvolupen les activitats de la organització (jurídiques, econòmiques, organitzatives...), al tipus concrets d'activitats realitzades (estudis i informes, publicacions periòdiques,

organització de conferències i jornades...) i a l'estructura, procedència i mètode de reclutament del personal que hi treballa. Per acabar, la darrera part s' integra per un altre conjunt de 16 preguntes, una d' elles oberta, per veure la incidència de l'entorn en la organització. És a dir que, en aquest apartat, es persegueix determinar quina relació bidireccional s'estableix entre la organització i altres actors, privats i públics, així i com el coneixement i la connexió existent entre la organització concreta i la resta inclosa a la mostra.

De tota aquesta sèrie de preguntes s'han generat 97 variables originals, moltes de les quals han estat posteriorment recodificades o recalculades, a efectes de l'anàlisi i la presentació dels resultats, i també s'ha construït un conjunt de variables noves, generades a partir de la composició o desagregació de les primeres, quan la comprovació de les hipòtesis de la recerca ho feia necessari.

En total, s'han dut a terme un conjunt de 100 entrevistes vàlides, totes presencials, amb directius i responsables màxims dels *Think Tanks* catalans més representatius. Si considerem que l'inventari complert abasta unes 300 organitzacions i entitats presents a Catalunya, podem considerar que l'esforç realitzat per disposar d'una informació suficientment fiable ha estat considerable. A través del programa estadístic SPSS, s' han anat reproduint les freqüències, els creuaments i els controls necessaris per permetre fer un mapa descriptiu de l' estat del mercat de les idees a Catalunya. L'anàlisi dels resultats de l'enquesta, així com la discussió de les hipòtesis formulades a la llum de les informacions obtingudes, es el que es presenta en la segona part d'aquest volum de l'estudi.

4. EL MAPA DELS *THINK TANKS* CATALANS

4.1. Llistat dels *Think Tanks* per tipus d'activitat

ELS THINK TANKS CATALANS*

I.CULTURA

ASSOCIACIÓ INSTITUT EUROPEU DE PROGRAMES D'IMMERSIÓ
LLINGÜÍSTICA: CATALUNYA, PAIS VALENCIÀ I ILLES BALEARS
CENTRE D'ESTUDIS DEL BÀGES

CENTRE D'ESTUDIS I RECURSOS CULTURALS DE LA DIPUTACIÓ DE
BARCELONA
CENTRE DE LECTURA DE REUS

CONSORCI PER A LA NORMALITZACIÓ LINGÜÍSTICA MONTSERRAT

FUNDACIÓ CAIXA SABADELL

FUNDACIÓ BERTELSMAN

FUNDACIÓ CAIXA DE GIRONA

FUNDACIÓ CAIXA DE MANLLEU

FUNDACIÓ CAIXA DE MANRESA

FUNDACIÓ CAIXA LAIETANA

FUNDACIÓ CAIXA PENEDEÈS

FUNDACIÓ CATALANA DE GAS

FUNDACIÓ CONGRÉS DE CULTURA CATALANA

FUNDACIÓ CULTURA I COMUNICACIÓ DE TERRASSA

FUNDACIÓ CULTURAL PRIVADA CAIXA DE TERRASSA

INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS

INSTITUT D'ESTUDIS ILERDENCs

INSTITUT DE SOCIOLINGÜÍSTICA CATALANA

INTERARTS

FUNDACIÓ LA CAIXA

ÒMNIUM CULTURAL

* Aquest llistat pren com a base l'àrea d'interès primordial, declarada o identificada, de cada *Think Tank*. No obstant això, cal considerar que molts *Think Tanks* són actius en diverses àrees tal com queda recollit a la base de dades que s'adjunta.

PATRONAT FRANCESC EIXIMENIS

II.DRETS BÀSICS-DISSENY INSTITUCIONAL

ÀMBIT D' INVESTIGACIÓ I DIFUSIÓ MARIA CORRAL
ANMISTIA INTERNACIONAL CATALUNYA

ASSOCIACIÓ – CENTRE MOHAMED ABDELKRIM – CADE.

ASSOCIACIÓ PER A LES NOVES BASES DE MANRESA

CATALUNYA S XXI

CENTRE D'ESTUDIS DE TEMES CONTEMPORANIS

CENTRE INTERNACIONAL DE PREMSA (COL.LEGI DE PERIODISTES DE
CATALUNYA)

CENTRE INTERNACIONAL ESCARRÉ PER A LES MINORIES ÈTNIQUES I LES
NACIONS

COL.LEGI DE DOCTORS I LLICENCIATS EN CIÈNCIES POLÍTIQUES I
SOCIOLOGIA DE CATALUNYA

COMISSIÓ DRETS HUMANS – AULA RODA VENTURA (ESADE)

EQUIP DE RECERCA D'ACTUACIONS INTERCULTURALS I SOBRE EL
MULTILINGÜISME (UAB)

FUNDACIÓ DR. LLUÍS VILA D'ABADAL

FUNDACIÓ ALFONS COMÍN

FUNDACIÓ BARCELONA

FUNDACIÓ JAUME BOFILL

FUNDACIÓ JOAN MARAGALL, CRISTIANISME I CULTURA

FUNDACIÓ LLUÍS ESPINAL (CRISTIANISME I JUSTÍCIA)

FUNDACIÓ MARIA AURÈLIA CAPMANY

FUNDACIÓ NOUS HORIZONS

FUNDACIÓ PI I SUNYER

FUNDACIÓ RAFEL CAMPALANS

FUNDACIÓ SER.GI.

FUNDACIÓ SERVEIS DE CULTURA POPULAR

FUNDACIÓ TRIAS FARGAS

FUNDACIÓ UTOPIA - JOAN N.GARCIA-NIETO, ESTUDIS SOCIALS DEL BAIX
LLOBREGAT

GRUP D'ESTUDIS NACIONALISTES

GRUP DE RECERCA EDUCATIVA INTERCULTURAL (UB)

GRUP DE RECERCA EN CIÈNCIA POLÍTICA (UPF)

GRUP DE RECERCA I ACTUACIÓ SOBRE MINORIES CULTURALS I
TREBALLADORS ESTRANGERS
INSTITUT CATALÀ DE LA DONA

INSTITUT CATALÀ DE LA MEDITERRÀNIA, D'ESTUDIS I COOPERACIÓ

INSTITUT D'ESTUDIS AUTONÒMICS

INSTITUT D'ESTUDIS HUMANÍSTICS MIQUEL COLL I ALENTORN

INSTITUT D'ESTUDIS POLÍTICS (URLL)

INSTITUT D'ESTUDIS SOCIALS AVANÇATS (CSIC)

INSTITUT DE CIÈNCIA POLÍTICA I SOCIAL (UAB)

INSTITUT DE DRET PÚBLIC

INSTITUT DRETS HUMANS DE CATALUNYA

JUSTICIA I PAU

ÒMNIUM CULTURAL

SOS RACISME

III. EDUCACIÓ

ASSOCIACIÓ CATALANA DE CENTRES DE FORMACIÓ I ACADEMIES
PRIVADES

ASSOCIACIÓ DE MESTRES ROSA SENSAT.

ASSOCIACIÓ INSTITUT EUROPEU DE PROGRAMES D'IMMERSIÓ
LLINGÜÍSTICA: CATALUNYA, PAIS VALENCIÀ I ILLES BALEARS

CENTRE DE RECERCA EN EDUCACIÓ DE PERSONES ADULTES

CONSELL SUPERIOR D'AVALUACIÓ DEL SISTEMA EDUCATIU

EQUIP DE RECERCA D'ACTUACIONS INTERCULTURALS I SOBRE EL
MULTILINGÜISME (UAB)

FEDERACIÓ DE MOVIMENTS DE RENOVACIÓ PEDAGÒGICA DE CATALUNYA

FUNDACIÓ ARTUR MARTORELL

FUNDACIÓ DABAR

FUNDACIÓ ESTUDI I COOPERACIÓ

FUNDACIÓ INSTITUT PERE TARRÉS

GRUP D'EDUCACIÓ PRIMÀRIA I REFORMA (URLL)

GRUP DE FORMACIÓ, INNOVACIÓ I NOVES TECNOLOGIES (UB)

GRUP DE RECERCA DE LA DIDÀCTICA DE LA FORMACIÓ NO PRESENT
(UOC)

GRUP DE RECERCA EDUCATIVA INTERCULTURAL (UB)

INSTITUT CATALÀ DE NOVES PROFESSIONS

INSTITUT DE CIÈNCIES DE L' EDUCACIÓ (UPC)

INSTITUT DE CIÈNCIES DE L'EDUCACIÓ (UAB)

INSTITUT DE CIÈNCIES DE L'EDUCACIÓ (UB)

INSTITUT DE CIÈNCIES DE L'EDUCACIÓ (UDG)

INSTITUT DE CIÈNCIES DE L'EDUCACIÓ (URLL)

INSTITUT DE CIÈNCIES DE L'EDUCACIÓ (URV)

IV.DESENVOLUPAMENT ECONÒMIC I HUMÀ

ASSOCIACIÓ DE CONSUMIDORS INDEPENDENTS

ASSOCIACIÓ INDEPENDENT DE JOVES EMPRESARIS DE CATALUNYA

BANCA CATALANA (PUBLICACIONS)

CENTRE D'ESTUDIS D'ECONOMIA INTERNACIONAL DE BARCELONA
(CAMBRES DE COMERÇ, INDÚSTRIA I NAVEGACIÓ DE CATALUNYA)

CENTRE D'ESTUDIS DE PLANIFICACIÓ

CENTRE D'ESTUDIS DEMOGRÀFICS (UAB)

CENTRE D'INFORMACIÓ I DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL

CENTRE DE DIRECCIÓ TURÍSTICA (ESADE-CEDIT)

CENTRE DE FEDERALISME FISCAL I ECONOMIA REGIONAL (UB)

CENTRE DE RECERCA EN ECONOMIA FINANCERA (UPF)

CENTRE DE RECERCA EN ECONOMIA INTERNACIONAL (UPF)

CENTRE INTERNACIONAL D'INVESTIGACIÓ FINACERA (IESE)

CENTRO DE ESTUDIOS SOBRE LAS ORGANIZACIONES

CERCLE D'ECONOMIA

CONFEDERACIÓ D'EMPRESARIS DEL BAIX LLOBREGAT

CONFEDERACIÓ EMPRESARIAL DE TERRASSA

CONSORCI DE FORMACIÓ I INICIATIVES DEL BAGÈS SUD

DEPARTAMENT D'ANÀLISI ECONÒMICA (CAMBRA DE COMERÇ, INDÚSTRIA I
NAVEGACIÓ DE CATALUNYA)

EQUIP D'ANÀLISI QUANTITATIVA REGIONAL (UB)

ESTRATÈGIES DE QUALITAT URBANA

FUNDACIÓ EADA

FUNDACIÓ ORGANITZACIONS EMPRESARIALS DE LLEIDA

FUNDACIÓ PRIVADA ECONOMIA I EMPRESA (COL·LEGI D'ECONOMISTES DE
CATALUNYA)

FUNDACIÓ PRIVADA PER AL FOMENT DE L'ECONOMIA I EL MÀRKETING A
CATALUNYA

GABINET D'ANÀLISI I PLANIFICACIÓ (ÀREA METROPOLITANA DE BCN)

GFE - ASSOCIATS CONSULTORS

GRUP D'ECONOMIA APLICADA (UAB)

GRUP D'EFICIÈNCIA I COMPETITIVITAT EMPRESARIAL (UAB)

GRUP DE COMPETITIVITAT INDUSTRIAL (ESADE-URLL)

GRUP DE MACROECONOMIA I INSTITUCIONS ECONÒMIQUES

GRUP DE RECERCA D'ANÀLISI I AVALUACIÓ DE POLÍTIQUES PÚBLIQUES
(UB)

INSTITUT CATALÀ D'ENERGIA

INSTITUT CATALÀ DEL CONSUM

INSTITUT D'ANÀLISI ECONÒMICA (UAB)

INSTITUT D'ESTUDIS FINANCERS (ASSOCIACIÓ D'ASSESSORS FINANCERS)

INSTITUT D'ESTADÍSTICA

INSTITUT DE L'EMPRESA FAMILIAR

INSTITUT QUÍMIC DE SARRIÀ

KPMG PEAT MARWICK BCN

LA CAIXA- SERVEI D'ESTUDIS

OFICINA TÈCNICA DE COOPERACIÓ (DIPUTACIÓ DE BARCELONA)

ORGANITZACIÓ DE CONSUMIDORS I USUARIS DE CATALUNYA

PIMEC-SEFES

PRICE-WATERHOUSE-COOPERS

SERVEI D'ESTUDIS (BANC DE SABADELL)

SERVEI D'ASSISTÈNCIA MUNICIPAL(DIPUTACIÓ DE TARRAGONA)

SERVEI D'ESTUDIS DE CAIXA CATALUNYA

SOCIETAT D'ESTUDIS ECONÒMICS (FOMENT DEL TREBALL NACIONAL)

SOCIETY FOR INTERNATIONAL DEVELOPMENT CATALUNYA

STRATEGIC MANAGEMENT SOCIETY (IESE)

V.TREBALL

ASOCIACIÓN INÉDITO VIABLE

CENTRE D'ESTUDIS SINDICALS (CERES – CONC)

CENTRE IBEROAMERICÀ DE DOCUMENTACIÓ LABORAL (CAMBRA-UB)

CIREM

COL.LEGI DE GRADUATS SOCIALS DE BARCELONA

D'ALEPH

FUNDACIÓ COMAPOSEADES (UGT)

GABINET D'ESTUDIS SOCIALS

GRUP D'ESTUDIS SOCIOLÒGICS SOBRE LA VIDA QUOTIDIANA I EL TREBALL
(UAB)

INSTITUT D'ESTUDIS LABORALS (UB)

PROMOCIONS

SOCIETAT CATALANA DE SEGURETAT I MEDICINA DEL TREBALL

VI. POLÍTICA SOCIAL-HABITATGE

ASSOCIACIO CATALANA PER A LA SEURETAT SOCIAL

ASSOCIACIÓ BENESTAR I SALUT

CÁRITAS

CENTRE D'ESTUDIS SOCIALS D'OSONA (UNIVERSITAT DE VIC)

CENTRE D'INVESTIGACIÓ, FORMACIÓ I ASSESSORAMENT (DIPUTACIÓ DE
BARCELONA)

COL·LEGI DE DIPLOMATS EN TREBALL SOCIAL I ASSISTENTS SOCIALS DE
CATALUNYA

EARHA

FEDERACIÓ DE MUTUALITATS DE CATALUNYA

GABINET D'ESTUDIS I PLANIFICACIÓ (BENESTAR SOCIAL)

GRUP DE DISSENY OBSERVACIONAL (UB)

GRUP DE RECERCA EN SOCIOLOGIA (UB)

INSTITUT CATÒLIC D'ESTUDIS SOCIALS DE BARCELONA

INSTITUT DE SOCIOLOGIA I PSICOLOGIA APLICADES

INSTITUT DEP

INTRESS

CONSORCI DE RECURSOS I DOCUMENTACIÓ PER A L'AUTONOMIA
PERSONAL

SALUT I FAMÍLIA

VII. SANITAT

ANDERSEN CONSULTING

BOSSARD CONSULTING

CENTRE D'ESTUDIS COL·LEGIALS (COL·LEGI OFICIAL DE METGES DE
BARCELONA)

CENTRE D'ANÀLISI I PROGRAMES SANITARIS

CENTRE DE RECERCA EN ECONOMIA DE LA SALUT (UPF)

CODEH CONSULTORA DE HOSPITALES

ECONOMIA I SALUD SL

FUNDACIÓ AVEDIS DONADEBIAN

FUNDACIÓ DE L'ACADÈMIA DE CIÈNCIES MÈDIQUES DE CATALUNYA I
BALEARS

FUNDACIÓ GESTIÓ CLÍNICA (COL.LEGI OFICIAL DE METGES DE
TARRAGONA)

FUNDACIÓ SALUT, EMPRESA, I ECONOMIA

INSTITUT D'ESTUDIS DE LA SALUT

INSTITUT UNIVERSITARI DE SALUT PÚBLICA DE CATALUNYA (UB)

NERA CONSULTING

OFICINA TÈCNICA D'AVALUACIÓ DE TECNOLOGIA MÈDICA

SERVEI D'ESTUDIS I PROSPECTIVES EN POLÍTIQUES DE SALUT (CONSORCI
HOSPITALARI DE CATALUNYA)

SOIKOS

UNIÓ CATALANA D'HOSPITALS

VIII.MEDI AMBIENT

ASSOCIACIÓ ECOCONCERN

BARNAGEL – AGÈNCIA LOCAL D'ENERGIA

CENTRE D'ESTUDIS AMBIENTALS (UAB)

CENTRE D'ESTUDIS D'IMFORMACIÓ AMBIENTAL

CENTRE DE DOCUMENTACIÓ EN ENGINYERIA CIVIL I MEDI AMBIENT (UPC)

CENTRE DE RECERCA ECOLÒGICA I D'APLICACIONS FORESTALS (UAB)

CENTRE DE RECERCA I PROJECTES DE PAISATGE (UPC)

CENTRE INTERNACIONAL D'INVESTIGACIÓ DELS RECURSOS COSTANERS
(UPC)

CONSORCI DE LA COSTA BRAVA

DEPANA

ERF-GESTIÓ I COMUNICACIÓ AMBIENTAL

FUNDACIÓ AGBAR

FUNDACIÓ ECOMEDITERRÀNIA

GRUP AGBAR-AQUATEC

GRUP DE PAISATGE I RECONSTRUCCIÓ PALEOAMBIENTAL DE LA
MUNTANYA MEDITERRANEA (UB)

GRUP DE RECERCA AMBIENTAL MEDITERRÀNIA – GRAM (UB)

INSTITUT CERDÀ

INSTITUT DE MEDI AMBIENT (ULL)

IX.RELACIONS INTERNACIONALS

ASSOCIACIÓ EUROPA SOM TOTS

CASAL D'EUROPA SABADELL.

CENTRE D'ESTUDIS AFRICANS

CENTRE D'ESTUDIS INTERNACIONALS (UAB)

CENTRE D'ESTUDIS SOBRE LA PAU I EL DESARMAMENT (UAB)

FUNDACIÓ CIDOB

FUNDACIÓ INTERNACIONAL OLOF PALME

FUNDACIÓ PER LA PAU

GRUP D'ESTUDIS JURÍDICS I POLÍTICS INTERNACIONALS (UPF)

INSTITUT CATALÀ DE COOPERACIÓ IBEROAMERICANA

INSTITUT UNIVERSITARI D'ESTUDIS EUROPEUS (UAB)

INTERNATIONAL GOVERNMENT INSTITUT- GRUP BARCELONA
GOVERNANCE PROJECT (ESADE-UOC)

PATRONAT CATALÀ PRO EUROPA

X.SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE EMPRESAS DE TECNOLOGÍAS DE LA
INFORMACIÓN

CAP GEMINI

CAPITOL CATALÀ DE L'INTERNET SOCIETY

CENTRE D'INVESTIGACIÓ DE LA COMUNICACIÓ (UAB)

CONFLICTES ÈTICS I COMUNICACIÓ (URLL)

DOXA CONSULTING

FUNDACIÓ CENTRE DE DOCUMENTACIÓ POLÍTICA

GRUP D'INVESTIGACIÓ SOBRE AUTOPISTES DE LA INFORMACIÓ (URLL)

GRUP DE FORMACIÓ, INNOVACIÓ I NOVES TECNOLOGIES (UB)

IDEAS FOR CHANGE

INSTITUT CATALÀ DE TECNOLOGIA

INSTITUT DE LA COMUNICACIÓ

LOCALRET

STE CONSULTING, S.A.

XI.ADMINISTRACIÓ PÚBLICA

ASSOCIACIÓ CATALANA DE GESTIÓ PÚBLICA

ASSOCIACIÓ PLA ESTRATÈGIC BARCELONA 2000

AULA BARCELONA (UB)

EQUIP D'ANÀLISI POLÍTICA (UAB)

ESCOLA D'ADMINISTRACIÓ PÚBLICA DE CATALUNYA

FAURA- CASAS

GFE - ASSOCIATS CONSULTORS

GRUP DE DRET ADMINISTRATIU (UB)

GRUP DE DRET ADMINISTRATIU (UPF)

INSTITUT DE DIRECCIÓ I GESTIÓ PÚBLICA (ESADE)

INSTITUT DE DRET PÚBLIC

MCKINSEY AND CO

OFICINA DE GOVERN LOCAL(DIPUTACIÓ DE BARCELONA)

ASSOCIACIÓ CATALANA DE MUNICIPIS

FEDERACIÓ DE MUNICIPIS DE CATALUNYA

OPS FACTORIA DE SERVEIS

XII.TERRITORI

BARCELONA REGIONAL

CENTRE D'ESTUDIS DEL TRANSPORT PER A LA MEDITERRÀNIA
OCCIDENTAL

CENTRE DE POLÍTICA DE SÒL I VALORACIONS (UPC)

COL.LEGI D'ARQUITECTES DE CATALUNYA

COL.LEGI OFICIAL D'ENGINYERS INDUSTRIALS DE CATALUNYA

GRUP D'ESTUDIS TERRITORIALS I URBANS (UB)

GRUP D'URBANISME I ORDENACIÓ DEL TERRITORI (UPC)

GRUP DE GEOGRAFIA APLICADA (UAB)

GRUP DE RECERCA DEL TERRITORI I SOCIETAT (ULL)

INSTITUT CARTOGRÀFIC DE CATALUNYA

INSTITUT D'ESTUDIS METROPOLITANS DE BARCELONA (UAB)

INSTITUT D'ESTUDIS TERRITORIALS (UPF)

JOHNES LANG WOOTON

RICHARD ELLIS S.A

4.2. Base de dades en suport informàtic

4.2.1. Presentació

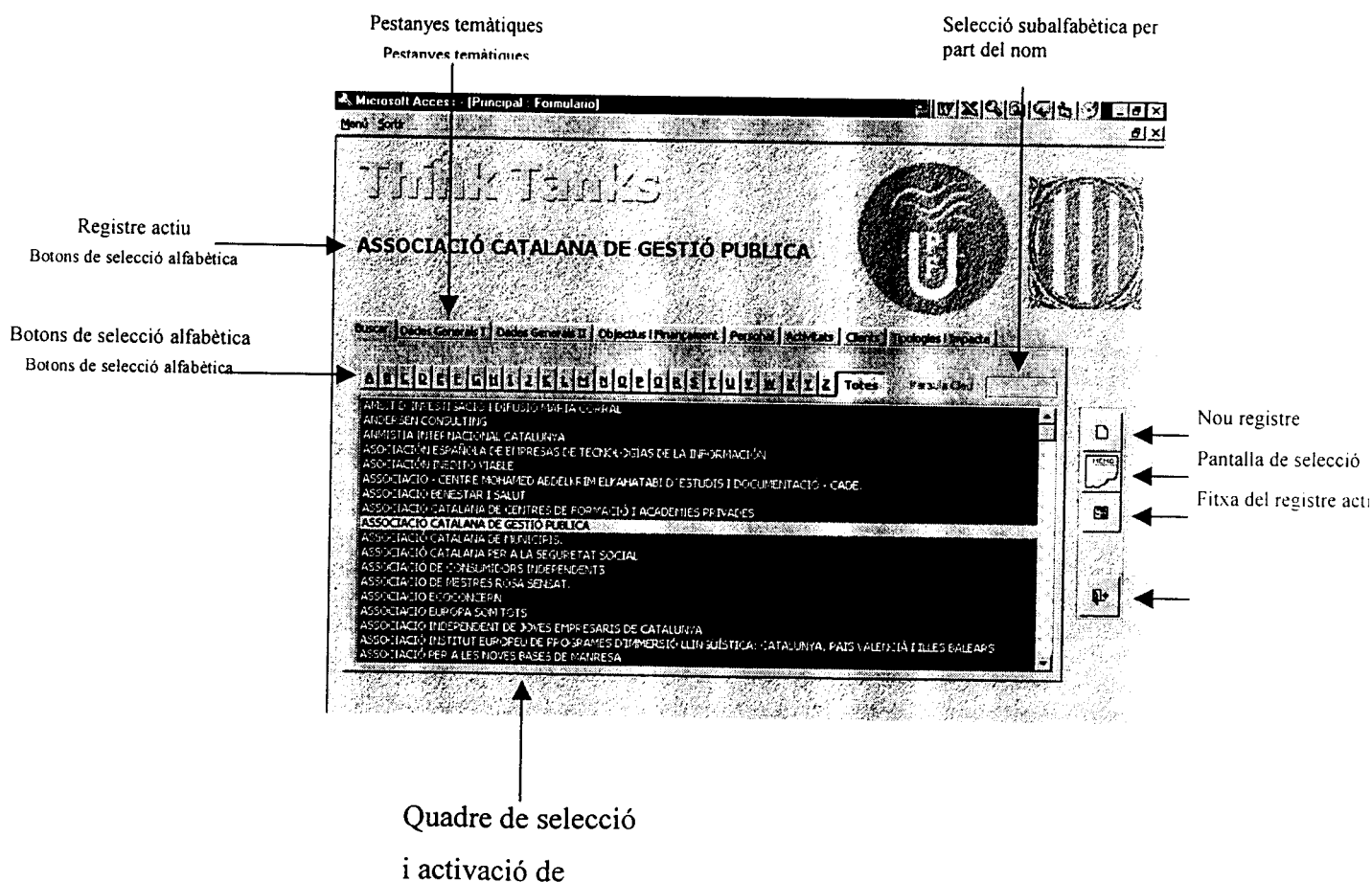
Un objectiu principal en el disseny del programa que presentem ha estat el d'obtenir un producte que fos molt fàcil d'utilitzar encara que, per a nosaltres, fos més difícil de realitzar. Per aquest motiu s'ha optat per una distribució de pantalles molt simple i clarament justificada. D'una banda la pantalla principal s'orienta a l'individu, a cadascun dels *Think Tanks*, facilitant l'accés directe a tota la informació. De l'altra, una pantalla secundària ens permet treballar amb grups de registres per llistar-los o per analitzar les seves característiques com a conjunt.

Un altre puntal del nostre disseny ha estat també la voluntat de ser exhaustius quant a les possibilitats de selecció i d'anàlisi descriptiva del conjunt per tal de situar el límit a la banda de l'usuari.

4.2.2. La pantalla principal

Aquesta pantalla té bàsicament la funció d'administrar els registres. Podem activar un registre i consultar les *pestanyes* que divideixen la informació; per anar d'una a l'altra podem utilitzar, com alternativa al ratolí, la combinació de tecles CTRL+TAB, endavant o CTR+MAJÚSC+TAB endarrera. Les dades es poden modificar i no és necessària cap mena de validació.

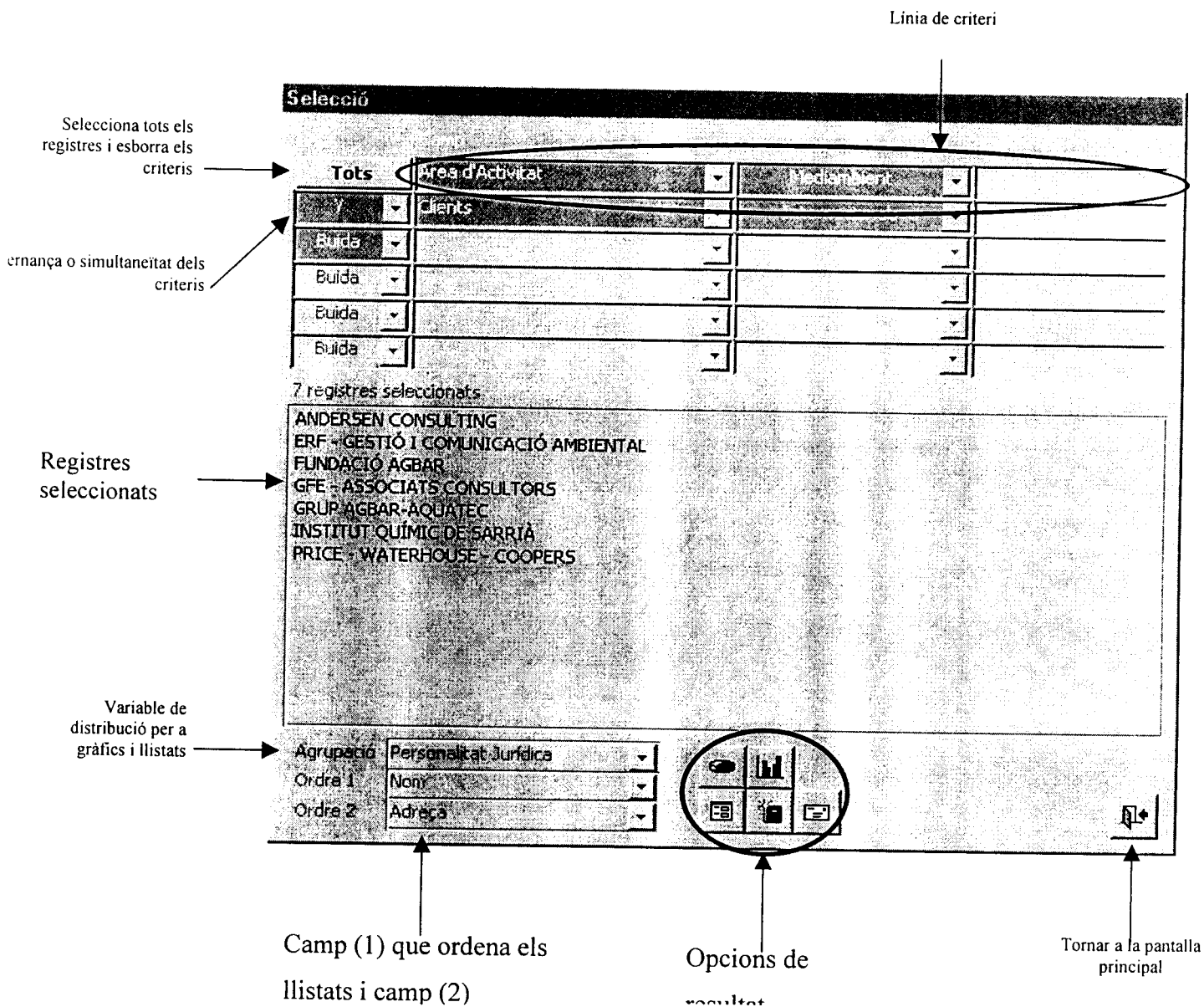
Si volem actualitzar immediatament el quadre de selecció després d'entrar o d'eliminar un registre podem prémer F9. Si no ho fem la pantalla s'actualitzarà automàticament quan tornem a entrar al programa.



Per eliminar un registre no hi ha cap accés per tal d'evitar pèrdues accidentals. De tota manera podem eliminar un registre prement simultàniament CTRL i el signe – quan el cursor estigui damunt del nom de l'organització. En el cas de l'eliminació el programa sí que ens demanarà que la confirmem.

4.2.3. La pantalla de selecció

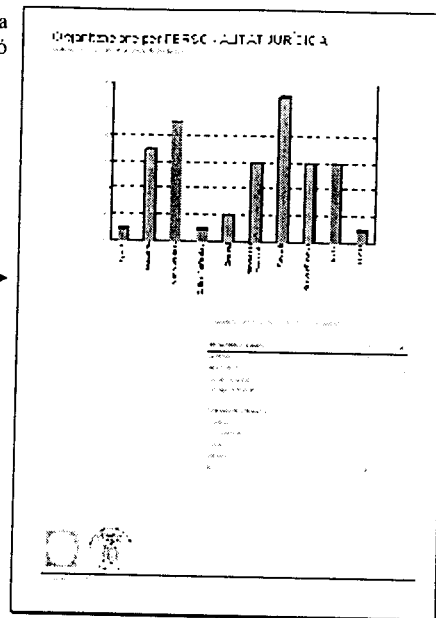
Aquesta pantalla ens permetrà seleccionar conjunts de registres basant-nos en la simultaneïtat o alternança de fins a sis criteris. La selecció es realitza en el moment en què seleccionem un operador –en els camps tancats– o escrivim un filtre.



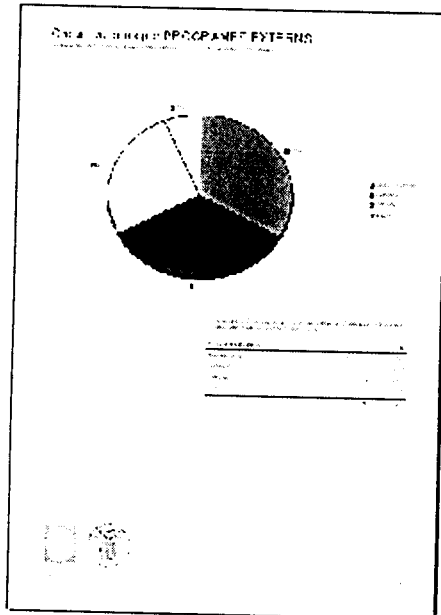
Els resultats, a la pàgina següent, apareixen en pantalles pròpies. Podem activar el seu menú contextualment clicant el botó dret en qualsevol punt de la pantalla.

RESULTATS

Distribució absoluta de la selecció en la variable de distribució



Distribució percentual de la selecció en la variable de distribució



Etiquetes postals de la selecció

Etiquetes postals de la selecció

Fitxes completes de la selecció

Fitxes completes de la selecció

Llistat amb les dades bàsiques de la selecció distribuïdes, opcionalment, per la variable de distribució

Llistat de seleccionats

Nº	Apellidos	Nombre	Edad	Sexo	Residencia	Nº de
1	...	...	...	...	...	...
2	...	...	...	...	...	...
3	...	...	...	...	...	...
4	...	...	...	...	...	...
5	...	...	...	...	...	...
6	...	...	...	...	...	...
7	...	...	...	...	...	...
8	...	...	...	...	...	...
9	...	...	...	...	...	...
10	...	...	...	...	...	...
11	...	...	...	...	...	...
12	...	...	...	...	...	...
13	...	...	...	...	...	...
14	...	...	...	...	...	...
15	...	...	...	...	...	...
16	...	...	...	...	...	...
17	...	...	...	...	...	...
18	...	...	...	...	...	...
19	...	...	...	...	...	...
20	...	...	...	...	...	...
21	...	...	...	...	...	...
22	...	...	...	...	...	...
23	...	...	...	...	...	...
24	...	...	...	...	...	...
25	...	...	...	...	...	...
26	...	...	...	...	...	...
27	...	...	...	...	...	...
28	...	...	...	...	...	...
29	...	...	...	...	...	...
30	...	...	...	...	...	...
31	...	...	...	...	...	...
32	...	...	...	...	...	...
33	...	...	...	...	...	...
34	...	...	...	...	...	...
35	...	...	...	...	...	...
36	...	...	...	...	...	...
37	...	...	...	...	...	...
38	...	...	...	...	...	...
39	...	...	...	...	...	...
40	...	...	...	...	...	...
41	...	...	...	...	...	...
42	...	...	...	...	...	...
43	...	...	...	...	...	...
44	...	...	...	...	...	...
45	...	...	...	...	...	...
46	...	...	...	...	...	...
47	...	...	...	...	...	...
48	...	...	...	...	...	...
49	...	...	...	...	...	...
50	...	...	...	...	...	...
51	...	...	...	...	...	...
52	...	...	...	...	...	...
53	...	...	...	...	...	...
54	...	...	...	...	...	...
55	...	...	...	...	...	...
56	...	...	...	...	...	...
57	...	...	...	...	...	...
58	...	...	...	...	...	...
59	...	...	...	...	...	...
60	...	...	...	...	...	...
61	...	...	...	...	...	...
62	...	...	...	...	...	...
63	...	...	...	...	...	...
64	...	...	...	...	...	...
65	...	...	...	...	...	...
66	...	...	...	...	...	...
67	...	...	...	...	...	...
68	...	...	...	...	...	...
69	...	...	...	...	...	...
70	...	...	...	...	...	...
71	...	...	...	...	...	...
72	...	...	...	...	...	...
73	...	...	...	...	...	...
74	...	...	...	...	...	...
75	...	...	...	...	...	...
76	...	...	...	...	...	...
77	...	...	...	...	...	...
78	...	...	...	...	...	...
79	...	...	...	...	...	...
80	...	...	...	...	...	...
81	...	...	...	...	...	...
82	...	...	...	...	...	...
83	...	...	...	...	...	...
84	...	...	...	...	...	...
85	...	...	...	...	...	...
86	...	...	...	...	...	...
87	...	...	...	...	...	...
88	...	...	...	...	...	...
89	...	...	...	...	...	...
90	...	...	...	...	...	...
91	...	...	...	...	...	...
92	...	...	...	...	...	...
93	...	...	...	...	...	...
94	...	...	...	...	...	...
95	...	...	...	...	...	...
96	...	...	...	...	...	...
97	...	...	...	...	...	...
98	...	...	...	...	...	...
99	...	...	...	...	...	...
100	...	...	...	...	...	...

5. ANÀLISI DE LES CARACTERÍSTIQUES DELS *THINK TANKS* A CATALUNYA: RESULTATS DE L'ENQUESTA

5.1. Característiques generals dels *Think Tanks* a Catalunya

El primer objectiu de la investigació consisteix en conèixer algunes de les característiques generals dels grups d'estudi i assessorament polític a Catalunya. Dades tan bàsiques com en quin moment es van constituir i per quins motius concrets, quins son els seus interessos més rellevants i quines son les característiques curriculars de les persones que lideren cada un dels projectes no es poden deixar de banda alhora de contextualitzar i d'entendre millor el nostre objecte d'estudi. Mitjançant aquestes dades es poden conèixer millor les realitats d'aquests grups al nostre país, i començar a tenir més informació sobre una variable que es configura com a un objectiu bàsic de la recerca: el grau d'institucionalització dels *Think Tanks*, es a dir, si es poden considerar com a projectes consolidats i amb una autonomia pròpia o be si depenen de projectes personals, amb els avantatges i inconvenients que això els reporta.

5.1.1. Fundació dels *Think Tanks*

En relació a la fundació dels *Think Tanks* la dada més rellevant és que el 75% dels grups d'estudi i assessorament catalans han estat fundats entre 1981 i 1999 en relació a l'escàs 25% que han estat constituïts abans de 1981. Això té sens dubte molt a veure amb el retorn de la democràcia i amb la recuperació de la capacitat d'autogovern de Catalunya que obra espais decisionals propis. Prop de la meitat de les organitzacions entrevistades foren fundades entre els anys 1981 i 1990 (43%).

Els grups que van proliferar més foren el grups vinculats al món universitari, un 87,5% dels centres de recerca universitaris entrevistats comencen les seves activitats durant aquest anys, dada que es pot explicar per l'increment considerable que experimenta la inversió en el desplegament del sistema universitari a Catalunya i en activitats de recerca durant aquest període. Els centres d'assessorament tècnic son, també, un fenomen molt nou al nostre país, el 83% d'aquesta categoria de *Think Tanks* inicià les seves activitats entre 1981 i 1999.

Taula 4. Període de fundació dels Think Tanks

Període de Fundació	%
Abans de 1960	6%
Entre 1961-1980	19%
Entre 1981-1990	43%
Entre 1991-1999	32%

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

5.1.2. La direcció i el liderat dels Think Tanks

Qui trobem al capdavant d'aquestes organitzacions?. Els responsables dels *Think Tanks* catalans son professionals de mitjana edat, el 66 % dels entrevistats tenen entre 36 i 55 anys i amb estudis superiors. La majoria son llicenciats en dret o ciències econòmiques (el 34 % del total) i només els vinculats al món de la recerca universitària solen tenir estudis de post-grau i únicament els mes joves han completat estudis a l'estranger.

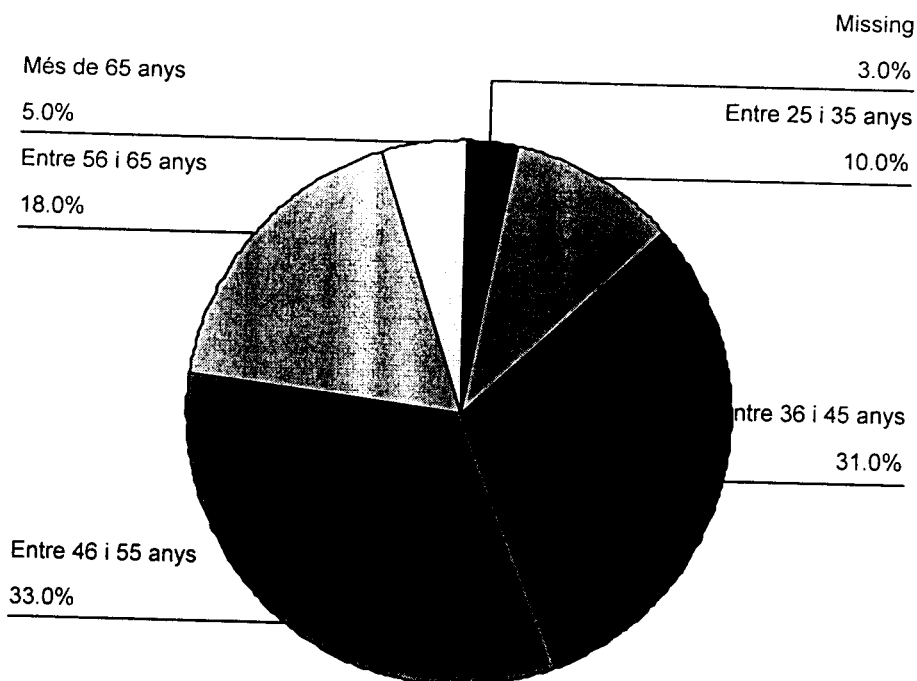
En els grups de recerca universitaris dominen clarament els responsables amb edats compreses entre els 46 i els 55 anys (el 52,2% dels entrevistats). En els Centres de Promoció de valors els directius són mes joves (el 32,4 % es situen entre els 36 i els 45 anys), un indicador que probablement té relació amb les noves dinàmiques associatives d'una generació poc condicionada per la dictadura i que està recuperant el teixit associatiu del nostre país.

Per altra banda, cal destacar que a les associacions de caràcter ciutadà i als centres d'assessorament tècnic tenen un 17% i un 10% respectivament dels seus responsables amb edats compreses entre els 25 i 36 anys

Taula 5. Edat dels directius dels Think Tanks

Edat del directius dels Think Tanks	%
Entre 25-35 anys	10%
Entre 36-45 anys	31%
Entre 46-55 anys	33%
Entre 56-65 anys	18%
Mes de 65 anys	5%

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Figura 1. Edat dels directius dels Think Tanks

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

La majoria dels directius dels *Think Tanks* porten més de sis anys a l'organització: el 67% del total. El 49% dels directius porten entre sis i deu anys al càrrec com a màxim responsables de les seves respectives organitzacions. Són, per tant, persones vinculades als orígens dels

projectes que aquestes organitzacions estant portant a terme. En el cas dels Centres d'Assessorament Tècnic aquest fet significa una forta vinculació de la carrera professional dels directius amb el projecte empresarial.

De tota manera, els directius dels *Think Tanks* estan relativament poc professionalitzats ja que només en els Centres d'Assessorament Tècnic són majoria els responsables que es dediquen a temps complert a la tasca de dirigir l'organització, el 82,9% enfront al 20,8 % que o fan en els Grups de Recerca i el 48% que o fan en els Centres de Promoció de Valors o Interessos Específics. Aquestes diferències en la dedicació dels directius en funció del tipus de *Think Tank* es pot explicar per una banda, pel caràcter empresarial de la majoria dels Centres d'Assessorament que obliga a la professionalització i dedicació complerta a les tasques de direcció dels seus responsables. Aquesta situació contrasta, per una altra banda, a l'obligatòria compaginació de recerca aplicada amb recerca bàsica i docència dels responsables dels centres universitaris i al caràcter eminentment voluntarista i poc madur dels Centres de Promoció de Valors o Interessos Específics.

Taula 6. Dedicació al càrrec dels directius per tipus de Think Tank

Tipus de Think Tanks	Temps Parcial	Temps Complert
Grups de Recerca	78,1%	20,8%
Centres de Promoció de Valors o Interessos	52%	48%
Centres Tècnics	16,1%	82,9%

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

La majoria dels directius dels *Think Tanks* realitzen o han realitzat la seva tasca professional al sector privat (34%) o a l'Administració Pública (22%). Destaca la presència d'una majoria de professionals que provenen del sector privat en les organitzacions interessades en temes relacionats en polítiques de desenvolupament econòmic i humà (46 %).

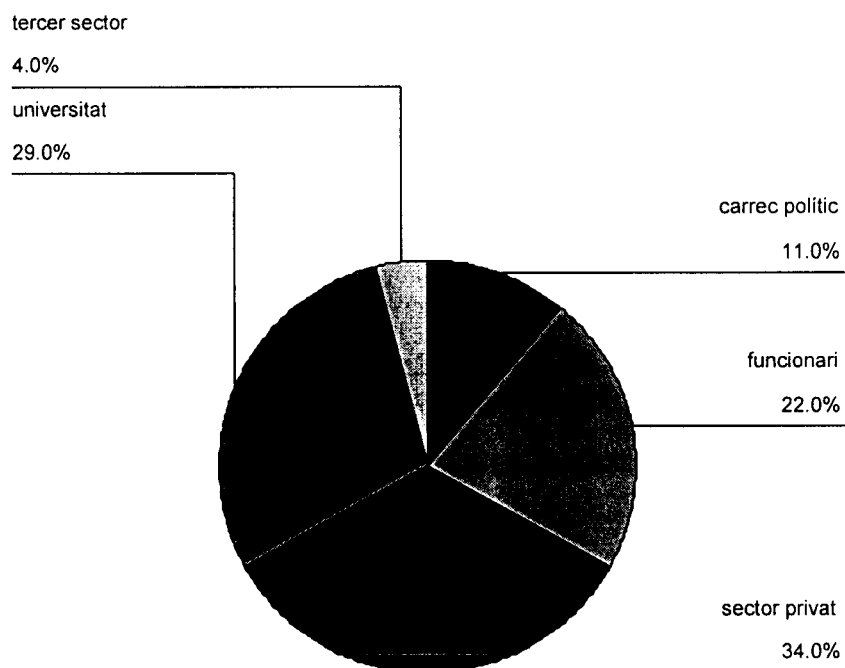
Es significativa la poca representació dels professionals del món de la política (només un 11% del total) en unes organitzacions que pretenen, en molts casos, influir sobre l'agenda política.

Taula 7. Procedència professional dels directius dels Think Tanks

Procedència Professional	%
Càrrec Polític	11%
Funcionari	22%
Sector Privat	34%
Universitat	29%
Tercer Sector	4%

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Figura 2. Procedència professional dels directius dels Think Tanks



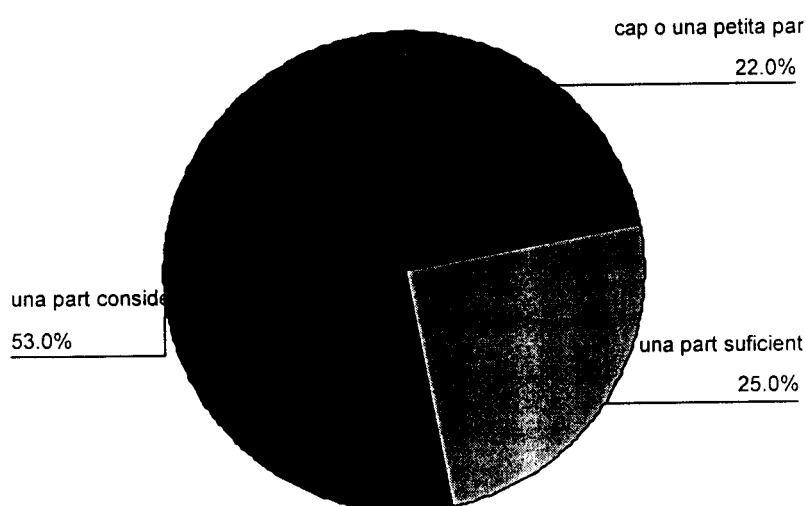
Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF)

5.1.3. La necessitat d'influir com a objectiu bàsic dels Think Tanks

Tot i que els *Think Tanks* entrevistats consideren que el principal problema amb el que es troben és la manca de recursos, mancança que limita la seva possibilitat a l'hora de fer un seguiment exhaustiu del debat polític català a nivell general o sectorial; la gran majoria dels entrevistats reconeixen dedicar una part suficient o considerable del seu temps i dels seus recursos a tractar de exercir certa influència política en aquells temes que son del seu interès.

El seu àmbit d'actuació prioritari és Catalunya i dediquen molt pocs esforços a tractar amb l'Administració General de l'Estat i amb la Unió Europea. El debat polític al nostre país interessa molt més que el debat polític a nivell espanyol: només un 3% dels *Think Tanks* manifesten dedicar una part considerable dels seus recursos per exercir una certa influència a nivell espanyol enfront del 53% que diuen fer-ho a nivell català. D'aquestes dades es pot interpretar que l'àmbit d'actuació dels *Think Tanks* catalans es limita principalment al nostre país a l'àmbit autonòmic (Generalitat) i a l'àmbit local (Administracions locals)..

Figura 3. Voluntat d'influir en el debat polític català



Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

5.1.4. Conclusions sobre les Característiques Generals dels Think Tanks

1. Els *Think Tanks* de Catalunya són un fenomen nou ja que la majoria han estat fundats entre 1981 i 1999. Aquest fet es pot relacionar amb el retorn de la democràcia i amb la recuperació de la capacitat d' autogovern de Catalunya que obre espais decisionals propis.
2. Els directius dels *Think Tanks* estan relativament poc professionalitzats ja que només en els Centres d'Assessorament Tècnic són majoria els responsables que es dediquen a temps complert a la tasca de dirigir l'organització.
3. L'àmbit d'actuació prioritari dels *Think Tanks* és Catalunya (Generalitat i Administracions locals) i dediquen molt pocs esforços a tractar amb l'Administració General de l'Estat i amb la Unió Europea.

5.2. Recursos humans dels *Think Tanks*

5.2.1. Característiques del personal dels Think Tanks

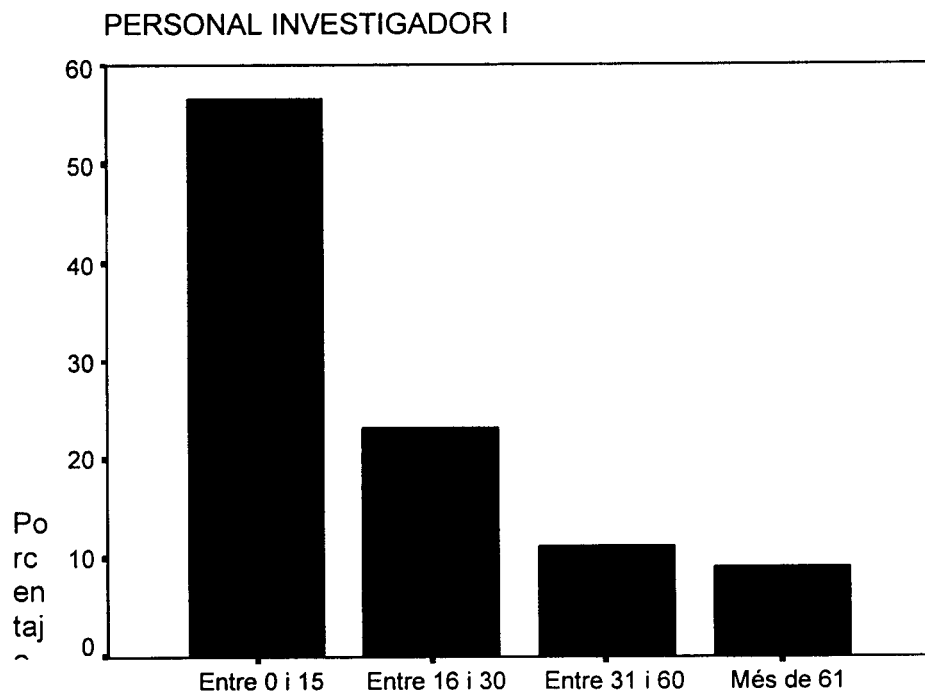
La majoria dels *Think Tanks* tenen unes dimensions organitzatives reduïdes o mitjanes si es pren com a referència el volum de personal permanent que disposen. El 56,5% tenen menys de 16 efectius a les seves plantilles. De tota manera s'ha de destacar que la resta de *Think Tanks* tenen unes dimensions considerables: el 23% agrupen entre 16 i 30 efectius i el 21,5 % tenen més de 30 persones amb una vinculació permanent al seu servei.

Taula 8. Volum dels recursos humans dels Think Tanks

Interval de personal	%
No tenen personal propi	3,5%
Entre 1 i 15	53%
Entre 16 i 40	30,5%
Entre 41 i 75	9,5%
Més de 75	4,5%

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Figura 4. Volum dels recursos humans dels Think Tanks



Investigadors més administratius recodificat en quatre categories

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

El volum de personal permanent dels *Think Tanks* sí ha anat incrementant al llarg dels últims cinc anys en el que podria significar un lent però constant procés de consolidació dels mateixos. En relació a la composició del personal, diferenciant el personal tècnic del personal administratiu, s'aprecia en aquests cinc anys una major presència de personal tècnic i una lleugera disminució del personal administratiu.

El volum de personal varia molt segons les àrees de treball dels *Think Tanks* i es detecta una doble distinció, per una banda en els sectors madurs (p.e. territori), que tenen una forta tradició d'ésser objecte d'estudi i d'assessorament a les Administracions Públiques, el volum de personal és més elevat. En canvi, en els sectors més recents i novedosos (p.e. medi ambient) tenen menys volum de personal. A aquesta distinció s'ha d'afegir el grau de complexitat i requeriments tecnològics vinculats a alguns àmbits temàtics: en aquest sentit, els àmbits més complexes (p.e. societat de la informació) estan associats a *Think Tanks* amb unes grans dimensions. Si es vinculen els diferents àmbits o àrees de treball amb el volum de personal es pot fer la següent triple distinció:

a) *Think Tanks que operen en àrees consolidades i tenen un volum considerable de personal*: àrees de Treball, Territori, Administració Pública, Desenvolupament Econòmic i Humà, Política Social i Habitatge, Educació i Sanitat.

b) *Think Tanks que operen en àrees recents i que tenen un baix volum de personal*: àrees de Medi Ambient, Drets Bàsics i Disseny Institucional i Cultura (aquest últim parcialment).

c) *Think Tanks que operen en àrees recents però que degut a la complexitat intel·lectual i/o tecnològica tenen un elevat volum de personal*: àrees de Societat de la Informació, Relacions Internacionals i Cultura (aquest últim parcialment).

Taula 9. Àmbits d'actuació i dimensions (personal tant intern com extern) dels Think Tanks

Grup d'àmbits	Àmbits	0-15 efectius personal	16-30 efectius personal	31-60 efectius personal	+60 efectius personal
Àmbits Consolidats	Treball	25%	25%	50%	-
	Territori	21,5%	14,5%	50%	14%
	Administració P.	33,5%	22%	22%	22%
	Educació	48%	13%	7%	33%
	Sanitat	31%	15,5%	31%	23%
	Política Social	30%	30%	10%	30%
	Desvol. Econòmic	38,5%	23%	23%	15,5%
Àmbits Recents	Medi Ambient	100%			
	Cultura	33%	-	33%	33%
	Drets Bàsics	29%	43%	21%	7%
Àmbits nous + tecnologia	S. Informació	-	-	50%	50%
	R. Internacional	-	-	-	100%

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

El volum de personal està, obviament lligat a la qualitat i quantitat d' activitats que porten a terme els *Think Tanks*, a més personal major volum d' elaboració d' estudis propis, de contactes i capacitat d' influència en els diversos nivells d' Administració, esforç en difusió (conferències, seminaris, publicacions, etc.).

El volum de personal com a indicador principal de la capacitat organitzativa de desenvolupar activitats dels *Think Tanks* té relació amb els nivells d' Administracions amb els que tenen contacte: els *Think Tanks* amb petites dimensions es concentren en l' Administració local i en l' autonòmica. Els *Think Tanks* amb unes grans dimensions concentren les seves activitats en l' Administració General de l' Estat, en la Unió Europea i amb les Administracions autonòmiques. La dimensió de personal també és un indicador de la capacitat d' elaboració dels *Think Tanks* d' informes de planificació, de gestió i d' avaluació. La màxima capacitat d' activitat la manifesten els *Think Tanks* amb un tamany d' entre 30 i 60 efectius de personal. En canvi, aquesta capacitat d' activitat baixa en picat en els *Think Tanks* amb més de 61 efectius degut possiblement a que el seu camp prioritari d' activitat no sigui el sector públic (cas de les grans consultores).

La major part dels *Think Tanks* tenen unes petites dimensions. Els tipus de *Think Tanks* amb major nombre d'efectius són els Centres d'Assessorament Tècnic. En segon lloc estan els Grups de Recerca i, finalment, els que disposen d'un menor nombre d'efectius són els Centres de Promoció de Valors o Interessos Específics.

Taula 10. Tipus de Think Tanks per volum de personal tant intern com extern

Volum de personal	Entre 0 i 15	Entre 16 i 30	Entre 31 i 60	Més de 60
Tipus de Think Tanks				
Grups de Recerca	37,5%	17%	29%	17%
Centres de Promoció valors	38%	23,5%	23,5%	15%
Centres Assessorament	24%	24%	22%	30%

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

L'edat del personal dels *Think Tanks* és força elevada ja que el 34% està ubicat a l'interval d'edat d'entre 46 i 55 anys i el 23% té més de 56 anys. L'antiguitat del personal a les diferents organitzacions és baixa si es compara amb l'edat ja que el 33,5% té una antiguitat de menys de 5 anys i el 50% una antiguitat de menys de 10 anys.

La mobilitat interna del personal en els *Think Tanks* és bastant elevada ja que la meitat del personal (51,5%) té una antiguitat en el seu lloc de treball de menys de 5 anys.

5.2.2. Els Col·laboradors externs dels Think Tanks

Els *Think Tanks* de Catalunya agrupen un important nombre de col·laboradors externs per a l'elaboració dels seus informes i documents. La proporció dels col·laboradors externs en relació al personal estable és elevada ja que el 66% dels *Think Tanks* enquestats afirmen que els col·laboradors externs representen més d'una quarta part del total del seu personal i en el 40% els col·laboradors externs representen més de la meitat del seu personal. En canvi, quan es pregunta el volum de producció que representa el treball dels col·laboradors externs

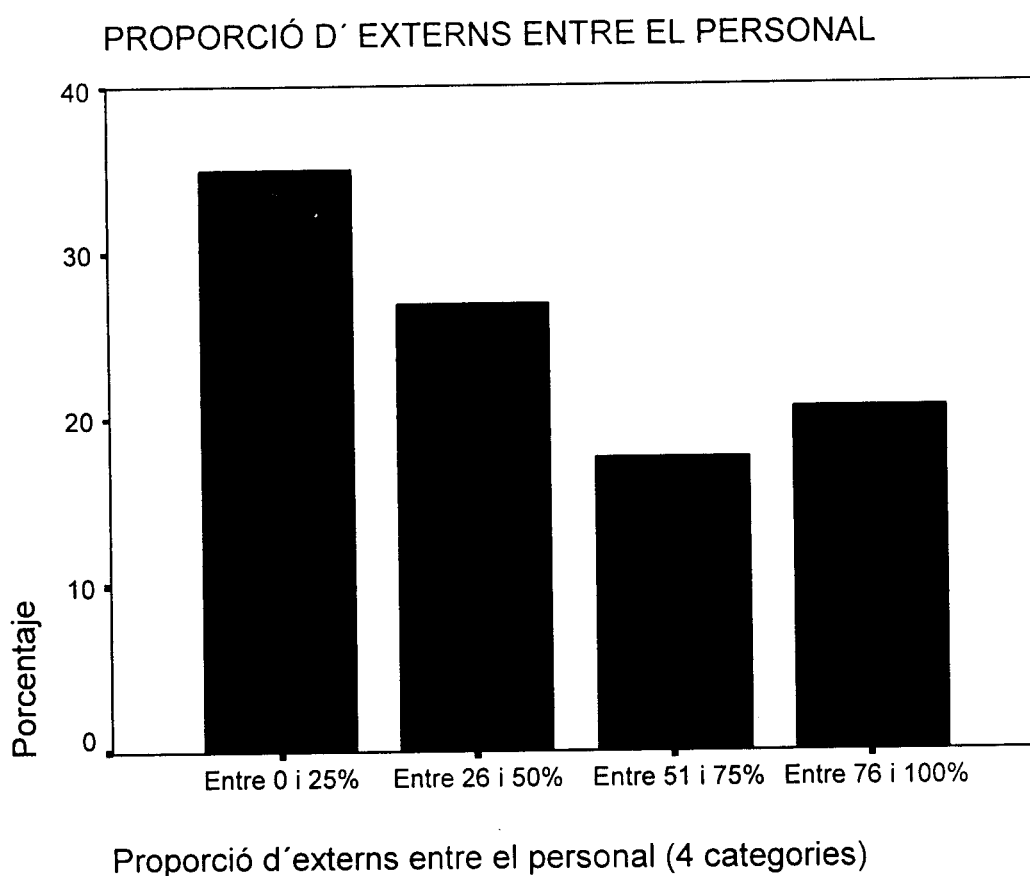
els percentatges són més baixos: en el 43% dels *Think Tanks* la producció dels externs és superior al 25% de la producció total i en el 26% la producció dels externs representa més del la meitat de la producció total dels *Think Tanks*.

Taula 11. Volum d'externs i la seva producció en els Think Tanks

	% externs sobre el personal	% de producció externs
Menys 25%	34%	57%
Entre 25% i 50%	26%	17%
Més 50%	38%	26%

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Figura 5. Volum d'externs sobre els recursos totals de personal



Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Aquestes dades mostren la importància quantitativa i qualitativa dels col·laboradors externs en els *Think Tanks* de Catalunya. S'utilitzen de forma molt extensiva els serveis de

col·laboradors externs en aspectes relativament concrets i especialitzats ja que la seva producció està per sota de la seva presència quantitativa a nivell d' efectius de personal.

Encara que totes les categories o tipus de *Think Tanks* fan ús dels serveis d'externs, els Centres de Promoció i Valors o Interessos Específics són els que més depenen de la producció dels col·laboradors externs, en segon lloc i a una significativa distància els Grups de Recerca i, finalment, els Centres d'Assessorament Tècnic. En relació a les dimensions organitzatives i la seva vinculació amb col·laboradors externs són els *Think Tanks* amb petites dimensions els que proporcionalment disposen de més col·laboradors externs.

La participació dels col·laboradors externs és elevada en estudis amb un contingut de caire econòmic, polític i sociològic. En canvi, la participació dels col·laboradors externs en la resta de les matèries és més baix: organització, temes empresarials (36,5%) i temes jurídics.

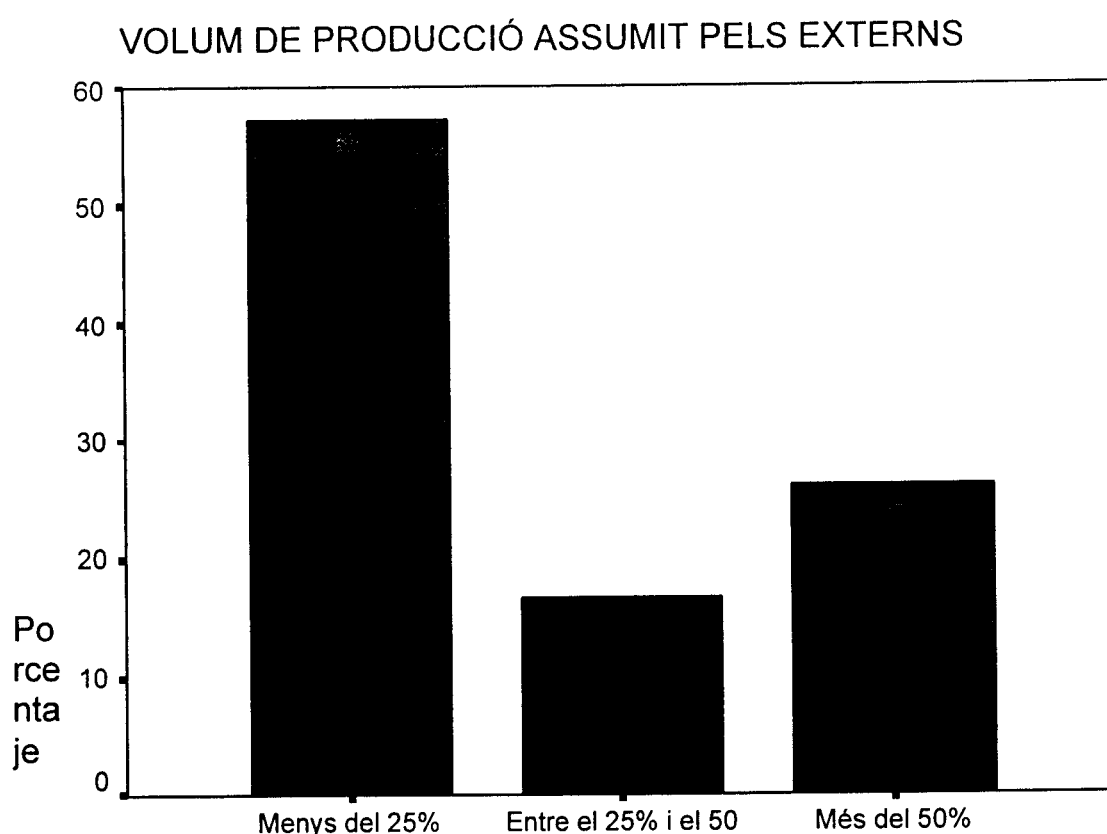
Aquesta participació temàtica-especialitzada dels col·laboradors externs es pot argumentar mitjançant dos paràmetres: per una banda els temes d'estudi més usuals que realitzen els *Think Tanks* (per exemple tot sembla indicar que hi ha una elevada presència d'estudis econòmics, polítics i socials i, en canvi, una escassa demanda d'estudis jurídics); per una altra banda els temes o àmbits d'estudi en els que els *Think Tanks* tenen menys personal permanent especialitzat (els *Think Tanks* tenen un dèficit d'especialistes permanents en matèries polítiques i socials i, en canvi, una important presència d'especialistes en temes de caire organitzatiu).

El nombre de col·laboradors externs és molt variable encara que el gruix dels *Think Tanks*, el 50%, manifesta tenir entre 6 i 30 col·laboradors externs relativament estables. El 27% tenen 5 o menys col·laboradors estables i el 23% tenen més de 30 col·laboradors estables. És a dir, les xarxes de professionals externs a la plantilla dels *Think Tanks* són molt àmplies i es van incrementat en el temps. En aquest sentit, si es realitza una anàlisi temporal sobre l'evolució de la participació dels col·laboradors externs als *Think Tanks* relacionant la participació actual (1999) en relació a fa cinc anys (1995) s'extreu com a principal conclusió que els *Think Tanks* van incrementant les seves xarxes de col·laboradors externs (veure taula 12).

Taula 12. Comparació volum col·laboradors externs (1994-1999)

	1994	1999
Entre 0 i 5	44%	27%
Entre 6 i 15	29%	31,5%
Entre 16 i 30	10%	19%
Entre 31 i 60	6%	10%
Més de 60	11%	12,5%

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Figura 6. Volum col·laboradors externs (1994-1999)

Volum de producció assumit pels treballadors externs recodificat

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Quina és la procedència dels col·laboradors externs dels *Think Tanks*? Els col·laboradors externs provenen fonamentalment de les universitats (85%) i dels professionals independents (69%). En una proporció més baixa provenen de l'Administració Pública (52%), del món privat (41%) i del tercer sector (37,5%).

Tot sembla indicar que la Universitat representa un gran *Think Tank de base* que dona suport als *Think Tanks* que formalment operen en el mercat produint-se un clar fenomen de dependència dels *Think Tanks* formals dels professors-recercadors de les universitats catalanes. En algunes ocasions la Universitat genera directament alguns *Think Tanks* (Centres de Recerca) en les matèries en les que estan presents uns grups articulats de recercadors i, en la majoria de les ocasions, els professors-recercadors presten els seus serveis al mercat de *Think Tanks* formalment independent de la Universitat. Tots els *Think Tanks* utilitzen els serveis dels professionals universitaris encara que la seva presència disminueix en la mesura que els *Think Tanks* tenen més volum de personal (major volum organitzatiu): el 90% dels *Think Tanks* amb menys de 30 persones de plantilla utilitzen recursos de les universitats: aquest percentatge disminueix al 44,5% en els *Think Tanks* que tenen una plantilla superior als 60 efectius. Aquesta tendència és curiosament inversa en la resta de perfils de col·laboradors externs (professionals, externs que provenen de l'Administració Pública, que provenen del món empresarial i que provenen del tercer sector) que va incrementant la seva presència quan major és la dimensió organitzativa dels *Think Tanks*.

Taula 13. Procedència i mecanismes de reclutament dels externs

Procedència dels col·laboradors externs	
Universitats	85,5%
Professionals independents	69%
Professionals que provenen de Administració Pública	52%
Professionals que provenen del món privat	41%
Professionals que provenen del tercer sector	37,5%
Mecanismes per reclutar col·laboradors externs	
Contactes professionals	83%
Contactes individuals	82%
Universitats	73%
Institucions d'intermediació	27%
Prensa	14%

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Molt més difícil és interpretar el 69% que representen els professionals independents com a col·laboradors externs dels *Think Tanks*. Es tracta d'una dada complicada de relacionar amb un mercat professional que té una baixa presència formal de *free-lance*. Aquest elevat percentatge de professionals es podria vincular als següents perfils:

- *Júnior*s: recent graduats i estudiants universitaris que donen suport puntual i de caire operatiu (treball de camps, anàlisi de dades, etc.) als estudis impulsats pels *Think Tanks*. És a dir, molts d'aquest professionals *júnior* tenen una vinculació directa amb la Universitat.
- *Professionals independents "ficticis"*: una part important de col·laboradors externs dels *Think Tanks* que s'autoqualifiquen com "professionals independents" desenvolupen altres activitats a la Universitat, Administració, empreses, etc.
- *Professionals independents "reals"*: *free-lance* que probablement representa el grup menys nombrós.

Els mecanismes de reclutament dels col·laboradors externs estan molt poc formalitzats ja que en el 83% de les ocasions es realitzen a través de contactes professionals, el 82% en contactes de caràcter personal i el 73% a través de les universitats. Només en un 27% s'utilitzen les institucions d'intermediació (Servei Català de Col·locació, borses de treball col·legis professionals, etc.) i en 14% mitjançant anuncis de contractació a la premsa.

En aquest sentit, les xarxes professionals vinculades als *Think Tanks* són molt informals i s'alimenten bàsicament dels contactes personals, vinculats obviament a perfils professionals. Les universitats tornen a aparèixer com l'àmbit més important en el moment de proveir als *Think Tanks* dels diferents tipus d'experts que requereixen. La relació *Think Tanks*-universitats no és una relació vehiculada per canals formals (borsa de treball de les universitats, serveis de recerca que ofereixen els serveis dels professionals de la Universitat) sinó que es tracta usualment d'una relació fonamentada en els contactes de caire personal-professional entre els responsables dels *Think Tanks* i els professors-investigadors de les universitats.

Els col·laboradors externs tendeixen a treballar en exclusiva com més petits són els *Think Tanks*. A mesura que incrementa la dimensió dels mateixos l'exclusivitat baixa.

¿Quin es el valor afegit que aporten els col·laboradors externs als *Think Tanks*? Els *Think Tanks* busquen en els col·laboradors externs prestigi acadèmic (76,5%), experiència en organitzacions similars (66,5%) i contactes professionals (50%). En canvi, no es valora molt la vinculació directa amb el sector públic a nivell polític (15,5%) i a nivell de funcionari (19,5%). És a dir, els *Think Tanks* reconeixen cercar en els col·laboradors externs experiència professional de caire independent en els sectors objecte d'anàlisi i prestigi acadèmic-professional que faciliti la legitimació dels seus productes. Un cop més els professionals vinculats a la universitats apareixen com un sector clau de col·laboració amb els *Think Tanks*.

Els col·laboradors externs aporten més valor afegit quan més reduït és la dimensió del *Think Tank*, exemples:

- Els *Think Tanks* amb una dimensió reduïda (menys de 16 persones de plantilla) busquen experiència política en la contractació dels externs. En canvi, en els que tenen una gran dimensió (més de 61 efectius) no otorguen molta importància a aquesta dimensió.
- Una part important dels *Think Tanks* amb una dimensió reduïda (menys de 30 persones de plantilla) busquen experiència com a funcionari en la contractació dels externs. En canvi, tenen una dimensió gran no consideren important aquesta variable.
- La majoria dels *Think Tanks* amb una dimensió reduïda busquen prestigi acadèmic en la contractació dels externs. En canvi, els que tenen una gran dimensió no donen molta importància a la recerca de prestigi acadèmic.
- La majoria dels *Think Tanks* amb una dimensió reduïda busquen contactes polítics en la contractació dels externs. En canvi, en els que tenen una gran dimensió només representa un reduït percentatge.
- Finalment, els col·laboradors externs aporten més del 70% de la producció total dels *Think Tanks* amb una dimensió reduïda i, en canvi, aquesta proporció baixa al 5% amb els *Think Tanks* amb unes grans dimensions organitzatives.

5.3. Activitats dels *Think Tanks*.

5.3.1 Àmbits disciplinars de la producció dels Think Tanks

Si considerem quin és l'enfocament disciplinari adoptat de forma més sovint pels *Think Tanks* a Catalunya, podem assenyalar que destaca la perspectiva econòmica, la política i la social, ja que en cada cas més d'un 50% de les organitzacions declaren que hi fixen sovint o molt sovint la seva atenció. Per contra, els enfocaments organitzatius i empresarials, així com de forma encara més pronunciada l'enfocament jurídic, són adoptats de forma més escadussera. En aquest darrer cas, cal destacar que només un 21% de les organitzacions manifestaren fer una utilització freqüent de la perspectiva jurídica en els seus estudis.

Observant la taula 14 es pot analitzar la relació entre l'àmbit prioritari d'interès per a cada organització i la presència d'una alta freqüència en l'utilització d'una determinada perspectiva (entenem que aquesta es produeix quan les organitzacions assenyalen que fixen la seva atenció en una perspectiva 'sovint' o 'molt sovint'), i es poden detectar alguns aspectes interessants. En primer lloc, hom ha de destacar que gairebé totes les perspectives són presents a tots els àmbits de polítiques públiques, reflexant la pluridisciplinarietat amb que s'aborda avui en dia qualsevol matèria d'interès públic. En segon lloc, però, cal mencionar la intensitat en que són tractades les polítiques de benestar des de gairebé tots els enfocaments disciplinaris, tot i que les perspectives organitzatives i socials presentin una concentració encara més gran. D'altra banda, es força comprensible que la perspectiva empresarial tingui una concentració superior en l'àmbit de les polítiques regulatives, o que les perspectives econòmica i empresarial mostrin una forta presència en l'àmbit del desenvolupament econòmic i humà.

Una relació que també pot ser interessant d'observar és si la grandària de l'organització influeix en la perspectiva adoptada. En aquest cas, es pot afirmar que no s'observa cap tendència clara. Hi ha una distribució molt uniforme, i totes les perspectives són emprades, en una proporció similar, per *Think Tanks* de totes les grandàries.

Taula 14. Respostes afirmatives en l'aplicació de diferents perspectives disciplinàries.

Àmbit perspectiva*	Drets bàsics i disseny inst.	Polítiques de benestar	Polítiques regulatives	Desenvolup. econòmic i humà	Total
Jurídica	5 (23,8%)	6 (28,6%)	5 (23,8%)	5 (23,8%)	21 - 100%
Econòmica	7 (12,5%)	20 (35,7%)	13 (23,2%)	16 (28,6%)	56 - 100%
Política	12 (24%)	21 (42%)	10 (20%)	7 (14%)	50 - 100%
Empresarial		15 (41,7%)	10 (27,8%)	11 (30,6%)	36 - 100%
Social	10 (20%)	25 (50%)	10 (20%)	5 (10%)	50 - 100%
Organitzativa	2 (5,6%)	20 (55,6%)	8 (22,2%)	6 (16,7%)	36 - 100%

* Resposta "sovint o molt sovint" en l'aplicació d'una determinada perspectiva.

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

5.3.2 Activitats que desenvolupen els Think Tanks

La major part de les organitzacions considerades a la mostra presenten un ampli ventall d'activitats de forma simultània, que van des de l'elaboració d'estudis propis (un 80% declaren que ho fan sovint o molt sovint), fins a editar alguna mena de publicació periòdica (un 72% ho declaren, en els mateixos termes), passant per l'organització de jornades, seminaris o conferències (un 66%). L'única excepció fa referència al finançament per l'elaboració d'estudis externs. En aquest cas, ens troben que només un petit grup d'organitzacions realitzen encàrrecs d'estudis o recerques cap a l'exterior (només un 20% declaren que ho fan sovint o molt sovint). A més cal destacar que aquestes es concentren de forma significativa entre el sector d'organitzacions que tenen com a àmbit d'interès prioritari les polítiques regulatives.

Si s'analitza quina és la relació existent entre el tipus d'activitat i la grandària de les organitzacions considerades, es pot observar alguns aspectes interessants. D'una banda, trobem que són organitzacions relativament petites les que encarreguen estudis externs; d'altra banda, també es pot observar una centra tendència de les organitzacions més grans a organitzar conferències. Ambdues tendències són fàcilment comprensibles. Ara bé, el que

potser caldria destacar és que la dimensió del *Think Tank* no és un obstacle per que pugui desenvolupar tota mena d'activitats (vegeu taula 15).

Taula 15. Relació entre Activitats i Grandària (personal intern)

Activitat *	Entre 0 i 15	Entre 16 i 30	Entre 31 i 60	Més de 61	Total
Estudis propis	45 (56,3%)	18 (22,5%)	9 (11,3%)	8 (10,0%)	80 (100%)
Finançament estudis externs	12 (60,0%)	6 (30,0%)	1 (5,0%)	1 (5,0%)	20 (100%)
Organització jornades	36 (55,4%)	15 (23,1%)	9 (13,8%)	5 (7,7%)	65 (100%)
Organització conferències	38 (56,7%)	13 (19,4%)	9 (13,4%)	7 (10,4%)	67 (100%)
Publicacions	36 (50,7%)	20 (28,2%)	11 (15,5%)	4 (5,6%)	71 (100%)

* Resposta "sovint o molt sovint" en l'aplicació d'una determinada activitat.

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Un altre tipus de relació interessant a observar, pel que fa a les activitats que desenvolupen els *Think Tanks*, fa referència al seu tipus. En aquest cas, sí podem distingir unes pautes diferenciades. Així, els Centres d'Assessorament semblen concentrar les seves activitats, en una proporció molt elevada, en la realització d'estudis –tant interns com externs–, mentre que els Centres de Promoció són proporcionalment força més actius en l'organització de Jornades i Conferències, mentre que presenten una menor intensitat en la realització d'estudis. D'altra banda, els Grups de Recerca no presenten unes pautes tan marcades en cap direcció, tot i que cal destacar que el seu volum global d'activitats no és tant intens com en els altres dos tipus de *Think Tanks*.

Taula 16. Relació entre Activitats i Tipus de Think Tank

Activitat*	Grups de recerca	Centres de promoció	Centres d'assessorament	Total
Estudis propis	23 (28,8%)	22 (27,5%)	35 (43,8%)	80 (100%)
Finançament estudis externs	5 (25,0%)	4 (20,0%)	11 (55,0%)	20 (100%)
Organització jornades	12 (18,2%)	28 (42,4%)	26 (39,4%)	65 (100%)
Organització conferències	14 (20,6%)	27 (39,7%)	27 (39,7%)	67 (100%)
Publicacions	18 (25,0%)	27 (37,5%)	27 (37,5%)	72 (100%)

* Resposta "sovint o molt sovint" en l'aplicació d'una determinada activitat.

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

5.3.3. Publicitat i Difusió de les activitats

Amb unes poques excepcions, totes les organitzacions entrevistades fan públics els seus treballs i activitats, de forma ocasional (un 38%), o bé de forma rutinària (un 58%). En aquest sentit, són les organitzacions més centrades en els àmbits del benestar i dels drets humans i el disseny institucional les que de forma més constant fan públics sistemàticament els resultats dels seus treballs i estudis.

En canvi, aquesta actitud no coincideix completament amb el tipus d'organitzacions que fan un esforç econòmic més gran per difondre els seus treballs. Mentre les organitzacions interessades prioritàriament en els drets humans i el disseny institucional orienten molts recursos cap a la difusió dels seus treballs, les organitzacions centrades en els temes de l'Estat del benestar són les que fan un menor esforç per la difusió, en termes proporcionals, seguides de prop per les organitzacions centrades en les polítiques regulatives.

L'esforç econòmic orientat a la difusió pot arribar a ser molt important en certs casos. Per al conjunt de les finalitats de difusió, les organitzacions hi poden arribar a destinar una part significativa dels seus pressupostos globals. Així, un 27% de totes les organitzacions hi

destina més d'un 20%, i un 25% hi destina entre un 10% i un 20% dels seus pressupostos. La resta d'organitzacions, declaren que hi apliquen menys d'un 10% dels seus pressupostos.

Taula 17. Despesa de la difusió i grandària (personal intern)

Despesa	Entre 0 i 15	Entre 16 i 30	Entre 31 i 60	Més de 61	Total
Més del 20%	19 (70,4%)	3 (11,1%)	4 (14,8%)	1 (3,7%)	27 (100%)
Entre el 10% i el 20%	13 (52,0%)	8 (32,0%)	3 (12,0%)	1 (4,0%)	25 (100%)
Menys del 10%	24 (52,2%)	11 (23,9%)	4 (8,7%)	7 (15,2%)	46 (100%)
Total	56 (57,1%)	22 (22,4%)	11 (11,2%)	9 (9,2%)	98 (100%)

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Observant la taula 17 es pot destacar l'existència d'una certa tendència, en el sentit de que com més petita és la organització, aquesta destina una major part del seu pressupost a les tasques de difusió. Ara bé, aquesta tendència tampoc és prou marcada, especialment pel que fa a les organitzacions d'una grandària mitjana, on trobem situacions força diversificades.

Si analitzem el comportament de les organitzacions en relació a la difusió de les seves activitats, segons el seu tipus, s'observen alguns trets prou significatius. En primer lloc, tenim que els Centres d'Assessorament Tècnic mostren una tendència a divulgar menys els seus estudis (només un 39% d'aquests centres tenen per principi divulgar sempre els seus treballs) en relació als Grups de Recerca (en un 79% dels casos ho divulguen sempre) i als Centres de Promoció de Valors (que ho divulguen sempre en un 66% dels casos). També pel que fa a percentatge de despesa en difusió, observem una tendència similar. Un 55% dels Centres d'Assessorament Tècnic destinen menys del 10% del seu pressupost a tasques de difusió, mentre que sols un 37% del Grups de Recerca hi destinen per sota d'aquest percentatge.

Les organitzacions considerades desenvolupen generalment mecanismes diversos per tal de fer públiques les seves activitats i els seus treballs. La major part de les organitzacions

porten a terme diferents tipus d'activitats de difusió: jornades o seminaris sobre temes específics (83%), publicacions periòdiques pròpies (65%), aparicions en els mitjans de comunicació (78%), publicacions específiques (86%), o bé contribucions en premsa i publicacions de caràcter acadèmic (75%). La menor intensitat amb que es realitzen jornades o seminaris adreçats al públic en general (58%), fa pensar en que l'interès prioritari de la difusió és arribar al conjunt d'actors i col·lectius implicats en el propi sector d'activitat en que es mou cada organització. Aquesta atracció especial cap a dins del propi sector es concentra més especialment entre les organitzacions dels àmbits de les polítiques de benestar i les polítiques regulatives. Contràriament, l'àmbit més obert cap el públic en general és el de les organitzacions centrades en el desenvolupament econòmic i humà.

També cal mencionar que la grandària de les organitzacions afecta força als mecanismes de difusió utilitzats. Així, es manifesta una tendència força clara a que les grans organitzacions utilitzin menys la realització de jornades –siguin per professionals o dirigides al públic en general- que les organitzacions petites i mitjanes. Possiblement el seu volum els permet disposar de mecanismes de relació amb els actors alternatius, que els fa menys necessari desenvolupar aquesta mena d'activitats de difusió.

Taula 18. Activitats de difusió de treballs segons els tipus de Think Tanks

Organitzacions que fan l'activitat	Grups de recerca	Centres de promoció	Centres d'assessorament	TOTAL
Jornades per a professionals	21 (25,3%)	28 (33,7%)	34 (41,0%)	83 (100%)
Jornades pel públic general	15 (25,9%)	22 (37,9%)	21 (36,2%)	58 (100%)
Mitjans de comunicació	22 (28,2%)	28 (35,9%)	28 (35,9%)	78 (100%)
Publicacions específiques	23 (26,7%)	31 (36,0%)	32 (37,2%)	86 (100%)
Publicacions periòdiques	13 (20,0%)	28 (43,1%)	24 (36,9%)	65 (100%)
Altres publicacions (premsa, etc.)	24 (32,0%)	23 (30,7%)	28 (37,3%)	75 (100%)

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Les activitats de difusió també tenen el seu retorn – des del punt de vista de generar repercussions positives per a l'organització en els àmbits públics -, ja que sembla existir una clara relació entre els esforços que fa una organització per donar a conèixer les seves activitats, i l'existència de consultes d'actors externs a la pròpia organització, per raó del seu coneixement expert. En la taula 19 es pot observar clarament aquesta relació, pel que fa als contactes amb els mitjans de comunicació i l'existència d'un *feedback* creixent: si apareixen més als mitjans de comunicació, llavors és més probable que tinguin uns contactes més freqüents amb aquests.

Taula 19. Relacions amb els mitjans de comunicació

Aparicions als mitjans	Contactes amb els mitjans de comunicació			
	Mai o poc	De vegades	Sovint o molt sovint	Total
Si	10 (12,8%)	20 (25,6%)	48 (61,5%)	78 (100%)
No	10 (50,0%)	5 (25,0%)	5 (25,0%)	20 (100%)
Total	20 (20,4%)	25 (25,5%)	53 (54,1%)	98 (100%)

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

No obstant això, també es pot observar com hi ha organitzacions que no tenen un gran interès en aparèixer a l'opinió pública de forma general, fent una ampla difusió de les seves activitats a través dels mitjans de comunicació. fora del seu àmbit d'interès, encara que s'hi destini una part important del seu pressupost per tasques de difusió. El motiu pot ser la voluntat del *Think Tank* en qüestió de concentrar els seus esforços de difusió a l'interior del sector o àmbit en el que opera, amb la finalitat de transmetre els seus valors o idees als actors claus que operen en un àmbit o sector concret.

En altres casos, podem observar organitzacions que han seguit l'estratègia de destinar només una part petita del seu pressupost a les activitats de difusió, però per obtenir bons resultats, s'han concentrat en la publicació de notes als diaris i altres mitjans de comunicació, degut a que és menys costós que l'organització de jornades o seminaris per a professionals. Així, el seu impacte potser no és tant directe sobre els actors clau de l'àmbit o sector del seu interès, però també poden aconseguir un cert impacte amb un esforç possiblement menor.

Taula 20. Freqüència de les activitats de difusió i de les relacions amb el partits polítics

Organitzacions que fan l'activitat	Freqüència de consultes dels partits polítics a les organitzacions			
	Mai o poc	A vegades	Sovint o molt sovint	Total
Jornades per a professionals	39 (47,0%)	17 (20,5%)	27 (32,5%)	83 (100%)
Jornades per al públic general	25 (43,1%)	12 (20,7%)	21 (36,2%)	58 (100%)
Mitjans de comunicació	36 (46,2%)	15 (19,2%)	27 (34,6%)	78 (100%)
Publicacions específiques	40 (46,5%)	19 (22,1%)	27 (31,4%)	86 (100%)
Publicacions periòdiques	30 (46,2%)	16 (24,6%)	19 (29,2%)	65 (100%)
Altres publicac.	37 (49,3%)	17 (22,6%)	21 (28,0%)	75 (100%)

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

En relació a altres canals de relació externa, apart dels mitjans de comunicació, cal destacar especialment l'eficàcia percebuda de les jornades i seminaris per a professionals, i les dirigides al públic en general, per augmentar les possibilitats d'establir contactes amb els partits polítics, inclòs de forma superior a l'eficàcia a l'elaboració de publicacions periòdiques, o altres tipus de publicacions. Aquesta relació la podem observar a través de la taula 20, on es relaciona el 'retorn' dels partits polítics a les organitzacions amb el tipus d'activitats de difusió que fan els *Think Tanks*.

Un element que ens aclareix que tenir impacte en la difusió, o almenys fer un fort esforç en aconseguir-ho, no està relacionat amb rebre més encàrrecs per part de les Administracions Públiques ens l'ofereix la taula 21, on s'aprecia un relació clarament negativa entre l'existència de convenis amb les Administracions i l'esforç realitzat en difusió.

Taula 21. Part del pressupost destinada a difusió i existència de convenis amb organismes públics

Pressupost	Convenis Si	Convenis No	Total
> 20 %	11 (47%)	12 (53%)	23 (100%)
10 % - 20%	16 (70%)	7 (30%)	23 (100%)
< 10%	31 (82%)	7 (18%)	38 (100%)
Total	58 (69%)	26 (31%)	84 (100%)

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

5.4. Les fonts de finançament dels *Think Tanks*

5.4.1. El Finançament dels Think Tanks

Les dades disponibles ens mostren que existeix una gran varietat de fórmules de finançament entre les organitzacions considerades a la mostra. Així, tenim en primer lloc uns nuclis petits d'organitzacions que disposen, de forma significativa, de recursos propis o de recursos que poden utilitzar amb un grau d'autonomia important (a través de quotes i donacions, o bé mitjançant els recursos d'organitzacions afins). En tot cas, es pot apreciar una tendència interessant: com més antigues són les organitzacions, més autònomes són en el seu finançament. Sumant tots aquests nuclis d'organitzacions, el seu volum arriba a la meitat de total de les organitzacions presents a la mostra (57%), concentrant-se especialment en els *Think Tanks* orientats a la promoció de valors o interessos específics. No obstant això, cal tenir en compte que per moltes d'aquestes organitzacions els recursos propis (o similars) només són una part del conjunt del seu pressupost de funcionament (només un 15% del total d'organitzacions utilitzen exclusivament recursos no dependents d'entitats externes). D'altra banda, en aquest sentit, ens trobem que la major part de les organitzacions analitzades tenen unes fonts de finançament que de forma total (43%) o parcial (85%) estan vinculades a contractes, convenis o subvencions, i per tant, podem pressuposar que la seva obtenció es troba condicionada a la realització d'activitats, estudis i treballs, sovint per compte d'altres.

En relació a l'àmbit d'interès prioritari de les organitzacions, es pot observar la tendència a que les organitzacions més centrades en els drets bàsics i el disseny institucional i en les polítiques de benestar tenen uns nivells més elevats d'autofinançament, mentre que les organitzacions més centrades en les polítiques regulatives són les que tenen un grau de dependència respecte a contractes i convenis més elevat. L'àmbit de les polítiques de desenvolupament també s'aproxima força a la situació esmentada, encara de que forma no tant extrema com en el cas de les polítiques regulatives (taula 22). Suposant que les subvencions públiques poden condicionar menys els treballs i les activitats concretes que es porten a terme que els contractes i convenis amb el sector públic, podem assenyalar que s'observa una concentració similar a la ja esmentada, encara que en aquest cas, les organitzacions centrades en les polítiques de benestar hi són presents de forma molt intensa. Un altre aspecte a destacar és l'escassa vinculació del conjunt de les organitzacions amb el

5.5. Interacció entre Administracions Públiques, partits polítics, grups d'interès, moviments socials i els *Think Tanks* a Catalunya

sector privat, per que fa a l'establiment de contractes o convenis finançadors. Poques organitzacions inclouen el sector privat entre les seves fonts prioritàries de finançament. Així, només una quarta part de les organitzacions considerades han assenyalat aquesta forma de finançament com un recurs important (vegeu taula 22).

Taula 22. Formes de finançament segons els àmbits d'interès

Forma de finançament	Àmbits d'interès				
	Drets bàsics i marc institucional	Polítiques de benestar	Polítiques regulatives	Polítiques de desenvolupament	Total
Quotes i donacions	7 (36,8%)	8 (42,1%)		4 (21,1%)	19 (100%)
Recursos propis	4 (10,8%)	18 (48,6%)	7 (18,9%)	8 (21,6%)	37 (100%)
Subvencions públiques	8 (22,2%)	20 (55,6%)	5 (13,9%)	3 (8,3%)	36 (100%)
Convenis amb entitats públiques	2 (4,4%)	23 (51,1%)	13 (28,9%)	7 (15,6%)	35 (100%)
Contractes amb entitats públiques	7 (20,0%)	16 (45,7%)	9 (25,7%)	3 (8,6%)	35 (100%)
Contractes amb empreses privades	1 (13,8%)	13 (50,0%)	9 (34,6%)	3 (11,5%)	26 (100%)
Recursos d'organitzacions afins	3 (27,3%)	4 (36,4%)	2 (18,2%)	2 (18,2%)	11 (100%)

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

D'altra banda, en canvi, no s'aprecia cap relació significativa entre l'existència –o no– de recursos propis i el tipus d'activitat que porta a terme cada organització. Tampoc s'observa una relació clara amb el finançament pel que fa a les formes de difusió (deixant apart un cert

augment de les publicacions periòdiques), encara que sí en relació al volum global de recursos emprat en la difusió. Sembla produir-se un tendència en el sentit que, si les organitzacions tenen més recursos propis, gasten més en difusió que les organitzacions que majoritàriament utilitzen recursos de tercers.

Un aspecte a destacar es que hi ha una relació constant entre els recursos disponibles i la intensitat de les consultes que fan les Administracions Públiques a les organitzacions: la consulta és menys probable que es produeixi si les organitzacions tenen recursos propis, o bé si reben recursos mitjançant quotes o donacions. Una relació similar també es pot observar pel que fa al tipus d'assessorament que fan les organitzacions a les Administracions Públiques. Les organitzacions que tenen recursos propis tendeixen a tenir menys contactes amb les Administracions. Aquesta poca relació hi és present a les tres formes d'assessorament tipificades, especialment en casos d'assessorament per la gestió i per la planificació, mentre que és força matisada pel que fa a la seva relació amb les tasques d'assessorament per la avaluació (taula 23).

*Taula 23. Relació entre disponibilitat de recursos propis, quotes o donacions i freqüència de consultes per part de les Administracions Públiques**

	Mai o poc	De vegades	Sovint o molt sovint	Total
Consultes sobre planificació	20 (40,0%)	15 (30,0%)	15 (30,0%)	50 (100%)
Consultes sobre gestió	27 (54,0%)	6 (10,0%)	17 (34,0%)	50 (100%)
Consultes sobre avaluació	20 (40,0%)	5 (10,0%)	25 (50,0%)	50 (100%)

* En el quadre només s'han seleccionat les organitzacions que disposen de recursos propis, quotes o donacions.
Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Observant atentament el finançament de les organitzacions per la via de les subvencions públiques, veiem que aquestes tenen una concentració important a l'àmbit dels drets bàsics i disseny institucional, encara que també hi ha força organitzacions que disposen de subvencions en els àmbits de la cultura i de les polítiques de benestar. Pel que fa a la relació a la relació entre les subvencions i les diverses disciplines i enfocaments, destaca l'existència d'una forta sobrerrepresentació de les matèries de caràcter polític i social,

inversament proporcional al baix pes de les disciplines econòmiques i empresarials. Tot i que en menor intensitat, amb les subvencions es torna a produir la tendència ja detectada en el cas dels recursos propis, en el sentit de que el nombre de consultes que es produeixen amb l'Administració, està relacionat negativament amb la presència d'organitzacions que disposen de subvencions públiques. Ara bé, aquesta relació només és clarament observable en aquest cas pel que fa a les consultes relacionades amb la gestió.

5.4.2. El finançament per la via de la contractació pública

En aquest apartat, s'analitzen amb un cert detall les vies de finançament de les organitzacions considerades que disposen de convenis o contractes amb entitats públiques. Com ja hem destacat, aquesta segurament és la via més important de finançament per la major part de les organitzacions, i molt especialment pels grups de recerca i pels centres d'assessorament tècnic (vegeu la taula 24). No es tant important pels centres de promoció de valors o interessos específics, però tot i així, inclòs per aquest tipus de *Think Tanks*, més d'un 50% de les organitzacions incloses en aquest grup disposen també de convenis o contractes amb entitats públiques.

Taula 24. Tipus de Think Tanks i Principals Vies de Finançament

Forma de finançament	Grups de recerca	Centres de promoció de valors	Centres d'assessorament tècnic	Total
Recursos propis, quotes i donacions, i recursos d'organitzacions afins	13 (22,8%)	22 (38,6%)	22 (38,6%)	57 (100%)
Subvencions públiques, convenis amb entitats públiques o privades, contractes	20 (23,5%)	30 (35,3%)	35 (41,2%)	85 (100%)

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Hem de tenir present que els convenis o contractes solen ser per treballs o recerques finalistes, ja que es tracta d'una eina mitjançant la qual l'Administració encarrega una tasca determinada a una organització externa. Així, la capacitat d'anàlisi de les polítiques públiques –sobretot quan hi ha presents aspectes valoratius- per part d'una organització es pot trobar força limitada, quan aquest depèn en una proporció molt gran d'encàrrecs públics que són finalistes. En altres paraules, també es pot destacar que l'absència de vies de finançament provinents de la societat civil, constitueix un perill de dependència econòmica envers els encàrrecs públics, amb la corresponent manca d'autonomia pròpia pels *Think Tanks*. S'observa l'existència d'un grup nombrós (33 organitzacions) que tenen més de 50 milions en contractes o convenis públics. En aquest sentit, un dels possibles mecanismes que poden ajudar a les organitzacions a assolir un cert grau d'autonomia i maduresa pot ser l'establiment de convenis i contractes, de forma diversificada, amb diferents Administracions Públiques, evitant dependre d'una sola Administració. No obstant això, aquesta és una qüestió força complexa, que deixem per a la seva discussió aprofundida en el darrer capítol d'aquest estudi.

Pel que fa a les activitats, tenim que un 47% de les organitzacions considerades realitzen contractes amb les Administracions Públiques per fer formació, mentre que un 50% disposa de contractes per a la gestió de programes (ambdós grups presenten uns importants nuclis molt concentrats d'organitzacions que ho fan de forma molt intensa –més de 50 milions de pessetes anuals-). D'altra banda, un tercer tipus d'activitats, l'assessorament, presenta una pauta força distinta, ja que la practiquen un 76% de les organitzacions considerades, i el seu repartiment es troba una mica més equilibrat entre organitzacions de diversa grandària. No obstant això, tenint en compte el conjunt d'activitats, i analitzant el volum global de contractació, sembla apreciar-se una certa segmentació de les organitzacions pel seu volum d'activitat, ja que hi ha un grup força gran d'organitzacions amb un nivell molt petit d'activitat, i un altre grup amb nivells força grans –almenys pel que es dedueix del seu finançament via contractes i convenis amb entitats públiques -, mentre que en els nivells intermedis hi ha poques organitzacions presents (vegeu taula 25).

Taula 25. Facturació en programes segons el tipus de programa (nombre d'organitzacions)

Programes Facturació	Formació	Gestió	Estudis i informes	Total
0	3	7	2	12
Menys de 5 M.	12	12	13	37
Entre 5-10 M.	13	6	12	31
Entre 10-20 M.	6	3	15	24
Entre 20-50 M.	3	4	11	18
Més de 50 M.	10	18	23	51
Total	47	50	76	173

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Si busquem la relació entre nivell d'Administració i àmbit de política pública on són actives les organitzacions considerades, podem observar algunes prioritats significatives. Així, les polítiques regulatives destaquen en els nivells extrems (UE i local), mentre que són menys presents al nivell autonòmic. D'altra banda, l'àmbit dels drets bàsics i el disseny institucional esta poc representat als nivells estatal i autonòmic. Al nivell autonòmic, són les

polítiques de benestar i les de desenvolupament econòmic i humà les que destaquen més. En quant als àmbits concrets en els que hi ha més activitat de convenis i contractes públics, hem de destacar els sectors de la sanitat, el treball, la política social, l'habitatge i el territori.

També cal assenyalar que no s'aprecia cap mena de relació entre l'existència de contractes amb Administracions Públiques i els criteris de contractació del personal extern a les organitzacions (col·laboradors). Inclòs s'aprecia una lleugera relació contrària pel que fa als contactes polítics. Les organitzacions que no tenen convenis amb entitats públiques són les que més tendeixen a valorar els contactes polítics pel que fa a la contractació d'externs; en aquest sentit, aquest relació s'aprecia de forma més clara en el finançament per via de les subvencions públiques, encara que només en alguns casos.

5.4.3. Relació entre contractes i despesa en difusió

No sembla que destaquï cap mena de relació positiva entre el percentatge de la despesa que es dedica a tasques de difusió de les activitats que porta a terme una organització, i el grau de contactes de tal organització amb qualsevol nivell de les Administracions Públiques. Més aviat, s'insinua una certa relació de caràcter negatiu, de forma constant: com major és la part del pressupost que es destina a difusió, menys probable és que la organització tingui establerts convenis o contractes amb les Administracions Públiques. Aquesta és una pauta interessant, donat que assenyala una certa línia d'especialització entre els *Think Tanks*, apareixent uns que s'orienten més a la difusió de valors i idees, i altres que s'orienten més a la producció de coneixement.

En aquest apartat s'analitza, en primer lloc, la influència de l'Administració Pública i d'altres actors, privats i públics, sobre la tasca que desenvolupen els *Think Tanks*. Alhora, es busca percebre en quina mesura les organitzacions estudiades entenen que els seus productes o aportacions influeixen al seu torn sobre l'activitat o els valors d'aquest conjunt d'actors. És a dir, a través de la determinació de la receptivitat percebuda, es busca descobrir si existeix algun tipus de *feedback* entre, d'una banda, l'Administració Pública en els diversos nivells, els mitjans de comunicació, els partits polítics, els grups d'interès o els moviments socials i, d'altra banda, els *Think Tanks* catalans.

5.5.1. *Think Tanks i Administració Pública*

Un primer fet destriable és que més d'un terç de les organitzacions analitzades assegura que els contactes amb l'Administració Pública (a tots els nivells) són prioritaris per a ells. Concretament, el 88% de les institucions de la mostra ha designat la relació amb les Administracions autonòmica i local com de gran importància. Una mica menys de rellevància tenen els contactes amb l'Administració General de l'Estat (64,7%) i pràcticament el mateix passa amb la interacció amb la Unió Europea (67,1%).

Quan entrem a valorar si existeixen diferències en les pautes de relació entre les tres categories establertes de *Think Tanks*, veiem que efectivament es donen i ajuden a distingir significativament cada categoria o tipus d'organització. En allò relatiu als contactes amb l'Administració autonòmica i local, la rellevància es manté en tots els casos, però esdevé especialment notable per als Centres d'Assessorament Tècnic, donat que el 94,4% considera aquests contactes com a prioritaris²⁸.

D'aquesta manera, les diferències més observables apareixen en les altres dos categories. Mentre els Centres d'Assessorament Tècnic prioritzen els contactes amb l'Administració General de l'Estat de forma majoritària (75%), únicament la meitat dels Centres de Promoció de Valors o Interessos específics catalans - que no deixa de ser una proporció elevada - atribueix tal importància a la relació amb l'esmentat nivell d'Administració. Per la seva part, els Grups de Recerca valoren aquests contactes

²⁸ No obstant, com diem, els Grups de Recerca i els Centres de Promoció de Valors o Interessos específics posen en un lloc predominant aquestes relacions amb molta freqüència (85% i 82,8% dels cas, respectivament).

pràcticament en igual mesura que els Centres d'Assessorament Tècnic (només 5 punts percentuals menys). Un patró similar a aquest darrer es reproduïx respecte dels contactes amb la Unió Europea. Aquí, de nou, la meitat dels Centres de Promoció de Valors o Interessos específics (51,7%) prioritza les citades connexions, mentre en el cas dels Grups de Recerca ho fa el 80% i en el dels Centres d'Assessorament Tècnic ho fa el 72,2%.

En termes generals, aquestes constatacions són consistents amb la observació de la freqüència amb que cada un dels nivells de l'Administració s'ha dirigit als *Think Tanks* catalans per a fer consultes d'informació i assessorament l'any 1998. En efecte, aquestes consultes han estat molt freqüents per part de la Unió Europea i l'Administració General de l'Estat només per a una quarta part de les organitzacions analitzades (24,7% i 23,5% respectivament), mentre que les provinents de les Administracions autonòmica i local han estat molt més nombroses (un 52,9% i un 56,5%, respectivament). Paral·lelament al que succeïa abans, al segmentar les respostes per tipus de *Think Tank*, veiem que l'Administració autonòmica i l'Administració local són els nivells més visibles d'Administració en tots els casos. No obstant, sí és possible detectar que s'adrecen amb una mica més d'assiduitat als Centres d'Assessorament Tècnic que als altres tipus d'organitzacions. Concretament el 61,1% dels Centres d'Assessorament Tècnic han rebut sovint o molt sovint consultes de la Generalitat l'any 1998 i el 63,9% d'aquests mateixos grups les han rebut de l'Administració local amb la mateixa freqüència. Aquesta proporció cau al 50% dels Grups de Recerca en relació a l'Administració autonòmica i es manté en el 60% en relació a la local. Finalment, pel que fa als Centres de Promoció de Valors o Interessos específics, una mica menys del 45% ha rebut moltes o bastants consultes de la Generalitat i de l'Administració local (44,8% en tots dos casos).

En general, els *Think Tanks* catalans semblen proveir principalment serveis d'avaluació per a les Administracions Públiques, però s'observa que alguns hi estan especialitzats considerablement, i d'altres els ofereixen en la mateixa mesura que produeixen informes de gestió o de planificació. És a dir que, de totes aquestes consultes, els més abundants són els informes d'avaluació, donat que és el producte que el 60,7% dels *Think Tanks* diu que sol·liciten les Administracions amb molta o bastant freqüència. A aquests *outputs* els segueixen els informes de planificació (que es demanden molt sovint al 44% de les organitzacions) i, per últim, es generen informes de gestió (en aquest cas, el 48,8% dels *Think*

Tanks diu que les Administracions Públiques no els han demanat mai, mentre només en el 35,7% dels casos és una sol·licitud molt freqüent).

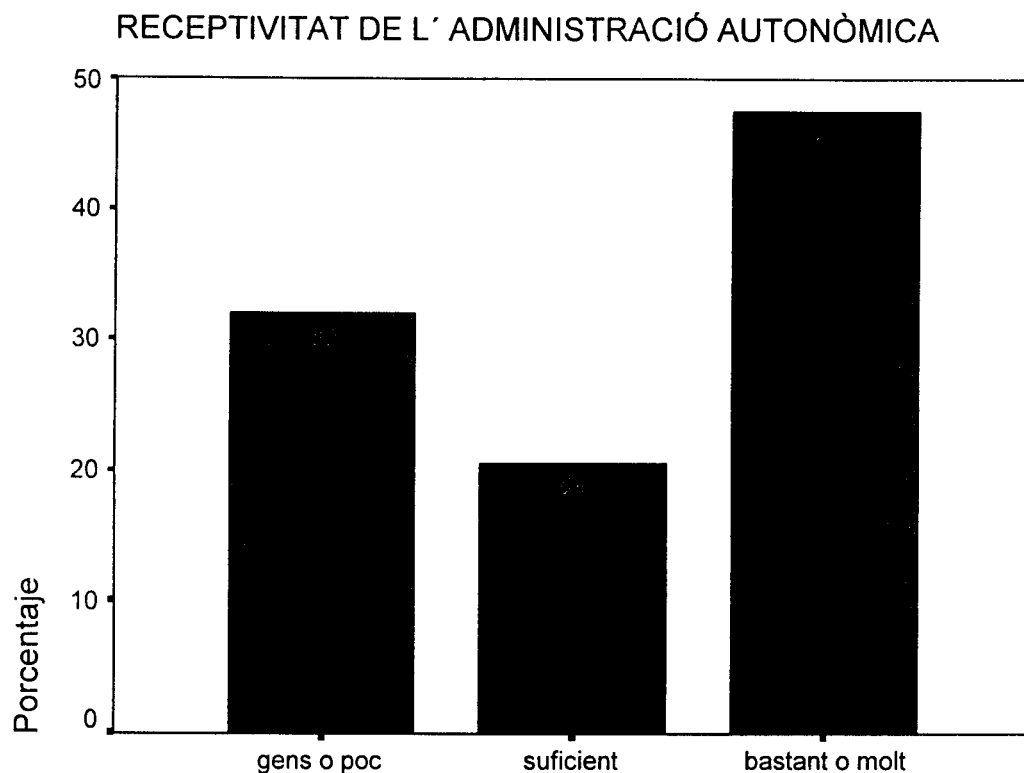
Observant les dades relatives a aquestes consultes per la categoria o tipus de *Think Tank*, s'infereix la relativa especialització en la feina que cada grup fa per a les Administracions Públiques. Els Centres d'Assessorament Tècnic són en tots els casos els que fan amb més freqüència els tres tipus d'informes, però és en el camp de l'avaluació on es veu que desenvolupen la major part de l'activitat lligada a les entitats públiques. Concretament, el 72,2% d'aquests grups produeix informes d'avaluació sovint o molt sovint mentre poc més de la meitat en generen dels altres dos tipus (55,6% pel que fa a la planificació i 52,8% pel que fa a la gestió). Són *Think Tanks* que, al ser molts de tipus consultoria, quan són de gran dimensió no estan especialitzats sinó que ofereixen serveis globals, no només per a clients privats, sinó també quan treballen amb l'Administració Pública.

Els Centres de Promoció de Valors o Interessos específics estan considerablement més centrats en un tipus d'*output*, vist que entre una quarta i una cinquena part elabora informes de planificació i de gestió amb molta freqüència (20,7% i 27,6% respectivament), però pràcticament la meitat fa informes d'avaluació molt sovint (44,8%). D'una manera similar, els informes d'avaluació semblen caracteritzar als Grups de Recerca. En efecte, el 63,2% afirma generar-ne molt sovint per a les Administracions Públiques. No obstant, la proporció d'aquests grups que produeix informes de gestió molt sovint és també elevada (57,9%), mentre que relativament pocs es dediquen a la planificació (el 21,1% fa aquests informes amb molta freqüència).

Arribats a aquest punt, cal determinar si els *Think Tanks*, en la seva relació amb les Administracions Públiques, perceben que aquestes són receptives als seus suggeriments i, en general, a les recomanacions d'organitzacions similars. Per als tres nivells d'Administració que identifiquem al conjunt de l'Estat, sembla ser que, com més reduït, més creix la receptivitat percebuda. Així, mentre el 53,8% dels *Think Tanks* pensa que l'Administració General de l'Estat no és gens receptiva o ho és poc, i tan sols el 23,8% considera tot el contrari, en el cas de l'Administració de la Generalitat pràcticament la meitat de les organitzacions estableix que és molt receptiva (49,4%) i, pel que fa a l'Administració local, aquesta opinió la comparteixen el 56,6% dels casos de la mostra.

No obstant, en el nivell supranacional inclòs al qüestionari, el de la Unió Europea, es percep una permeabilitat superior a la de l'Administració General de l'Estat. Concretament, el 35,1% de les organitzacions creu que efectivament Brussel·les és un nivell molt receptiu, tot i que pràcticament la meitat d'organitzacions s'oposa a aquesta afirmació (el 48,1% dels casos assenyala que no ho és en absolut).

Tot i això, les opinions desglossades per a cada categoria de *Think Tank* mostren diferències molt significatives entre certs nivells. Les més accentuades es detecten en relació a la receptivitat de l'Administració General de l'Estat. D'una banda, pràcticament el 50% dels Grups de Recerca i, també, dels Centres d'Assessorament Tècnic (50% i 44,1% respectivament) creu que no és una Administració gens receptiva, però una quarta part dels primers i més d'un terç dels segons (38,2%) pensa que ho és molt. Així, la gran diferència es troba respecte dels Centres de Promoció de Valors o Interessos específics, que només en el 3,8% del casos (una organització a la mostra) creu que l'Administració estatal té una receptivitat elevada. Pràcticament el 70% d'aquests grups considera que la seva sensibilitat és quasi bé nul·la. Si fem la lectura que la manca de receptivitat de l'Administració és una desviació d'allò que seria hipotèticament desitjable, podem concloure que els últims grups esmentats són els més crítics envers l'Administració General de l'Estat.

Figura 7. Receptivitat percebuda de l'Administració autonòmica.

Feedback amb administració autonòmica recodificat

Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

Pel que fa a l'Administració de la Generalitat de Catalunya, els Centres de Promoció de Valors o Interessos específics la consideren molt receptiva en el 22,2% dels casos i poc o gens en proporció similar (29,6%), per oposició als Grups de Recerca, entre els quals la meitat creu que la receptivitat de la Generalitat és molt satisfactòria. Aquesta darrera opinió majoritària també es registra en el cas dels Centres d'Assessorament Tècnic (69,4%).

Consistents amb els resultats agregats són les respostes entre els diversos tipus de *Think Tanks* respecte de l'Administració local. En aquesta ocasió, el 44,4% dels Centres de Promoció de Valors o Interessos específics es mostra satisfet amb el *feedback* que genera, com també el 55% dels Grups de Recerca i el 66,7% dels Centres d'Assessorament Tècnic.

La Unió Europea, com abans, és percebuda com a poc receptiva de forma generalitzada, i de fet hi ha actituds més crítiques que amb l'Administració General del l'Estat, excepció feta dels Centres d'Assessorament Tècnic (que explicarien en gran mesura la visió de conjunt). De fet, en el cas dels Centres d'Assessorament Tècnic la proporció que considera que la Unió Europea és molt receptiva és molt similar a la que ho considera de l'Administració local i de l'autonòmica (60,6%). Els Centres de Promoció de Valors o Interessos específics determinen que és un nivell receptiu amb més freqüència que en el cas de l'Estat (11,5%) però alhora trobem una proporció de casos crítics més accentuada (el 73,1% creu que la Unió Europea no és gens o només poc receptiva). Pel que fa als Grups de Recerca, només el 22,2% creu en la seva sensibilitat, però en aquest cas la proporció dels més crítics es redueix en comparació amb les actituds envers l'Administració estatal (38,9% no percep cap receptivitat).

A la pràctica, aquestes percepcions tenen un reflex molt visible en el tipus d'interlocutor que les organitzacions persegueixen contactar en el marc de l'Administració Pública. Si considerem dos àmbits en que els governs acostumen a desenvolupar línies de polítiques públiques que són prioritaries per als *Think Tanks* catalans, veiem que en totes dues matèries l'interlocutor principal en l'àmbit d'actuació prioritari és l'Administració local (32,5% dels *Think Tanks* tenen els municipis com a principal interlocutor en aquesta àrea d'actuació i el 36,6% en la segona). D'acord amb el que hem anat veient, no ha de sobtar que la importància de l'Administració autonòmica com a interlocutor en aquestes àrees segueixi a la de la local. Així, el 30,1% dels *Think Tanks* l'assenyalen com a interlocutor en el primer àmbit i el 31% en el segon.

Quan analitzem les diferències entre cada categoria de *Think Tank*, veiem altra vegada que les observacions són consistents amb les dels altres apartats. El més destacable és que cap dels Centres de Promoció de Valors o Interessos específics inclosos a la mostra té com a interlocutor principal l'Administració estatal exclusivament per a cap dels dos àmbits d'interès. Ara bé, el 10,3% d'aquests grups (3,4% pel segon àmbit) té com a interlocutors els tres nivells d'Administració a la vegada i el 3,4% l'Administració estatal i la local alhora (el mateix que pel segon àmbit). Fora d'això, amb l'Administració autonòmica es relacionen fonamentalment els Grups de Recerca (45% la tenen com a interlocutor principal al primer

àmbit) i amb la local sobretot els Centres d'Assessorament Tècnic (el 44,4% hi interactua en relació a l'interès prioritari).

D'altra banda, pot ser interessant observar si, estadísticament, la relació entre la freqüència amb que l'Administració determinada fa consultes als *Think Tanks* i l'avaluació subjectiva de la seva receptivitat, són dos variables dependents l'una de l'altra. Les taules de contingència (de doble entrada) mostren per a cada nivell (central, autonòmic, local, de la Unió Europea) que efectivament són dos variables relacionades (l'estadístic *Chi-quadrat de Pearson* permet establir-ho amb una confiança de al menys el 95%). És a dir que, en termes generals, a mesura que augmenta la freqüència de les consultes d'informació i assessorament de cada Administració als *Think Tanks* de la mostra, augmenta la receptivitat percebuda per aquestes organitzacions.

Cal dir, a més, que quan establim aquestes relacions per a cada tipus de *Think Tank* de forma separada, la significació es segueix mantenint²⁹, ratificant la primera conclusió. D'aquesta manera, sembla que una de les variables clau per explicar el *feedback* que es genera entre les nostres Administracions Públiques i els *Think Tanks* és la mesura amb que les primeres s'adrecen als segons per fer-los consultes o encarregar-los informes de tota mena.

De manera similar, per fer-nos una idea del mapa de *Think Tanks* catalans, era indicat observar, evitant en tot moment el tractament individualitzat, si hi ha un grup d'organitzacions que té una bona relació amb tots els nivells d'Administració, entenent per bona relació una taxa de consultes elevada i una receptivitat percebuda idònia³⁰. Així, veiem que d'entre els *Think Tanks* que tenen una bona relació amb l'Administració General de l'Estat (13%), el 88,9% la té també molt bona amb la Generalitat de Catalunya (resultant dels creuaments significatius amb una confiança del 95%). De manera semblant, si agafem aquest cop aquells *Think Tanks* que tenen una bona relació amb el nivell local (45,8% sobre el total), veiem que el 79,2% té una relació d'igual qualitat amb la Generalitat. Per tant, podem dir que efectivament existeix un grup de *Think Tanks* que té relacions especialment fluïdes amb tots

²⁹ Excepte en el cas dels Centres d'Assessorament Tècnic respecte al creuament relatiu a l'Administració estatal en que l'interval de confiança cau fins al 85%

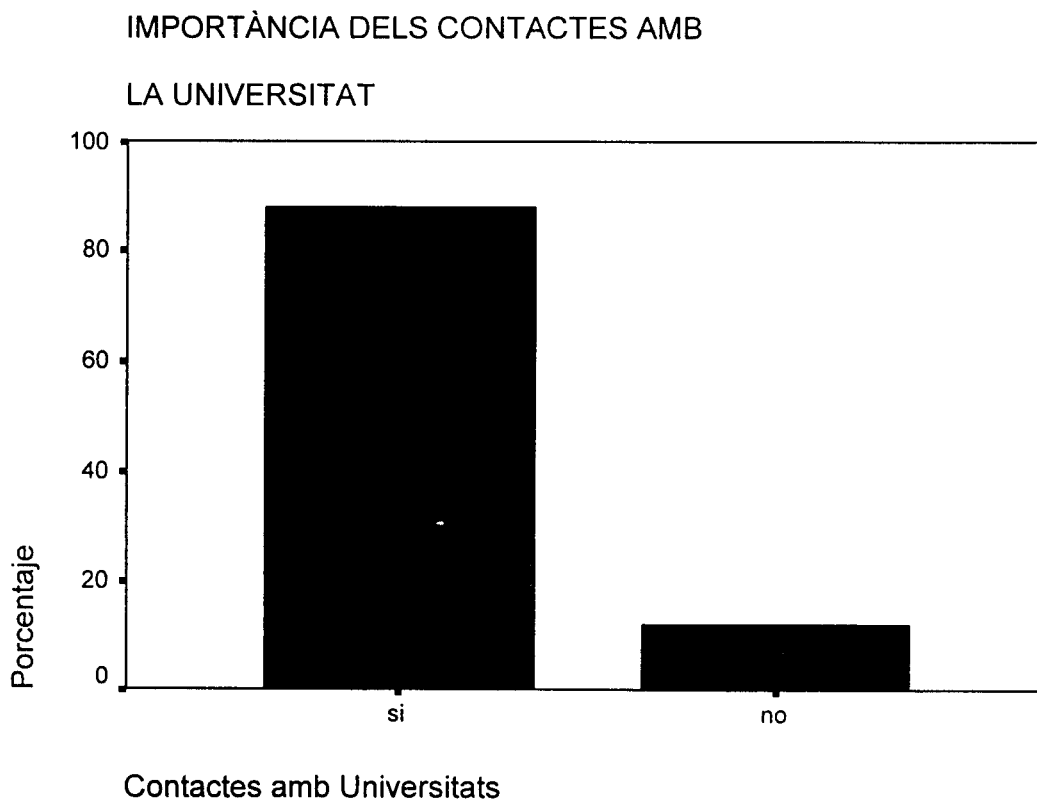
³⁰ Per tal de veure si aquest grup existeix, s'estableixen una sèrie de filtres. És a dir, es tracta de prendre només, en primer terme, aquelles organitzacions que compleixen la condició de rebre moltes consultes d'una Administració donada alhora que la consideren molt receptiva i refer el creuament entre la freqüència de consultes per part d'una altra Administració i la percepció de la seva receptivitat.

els nivells d'Administració i es veu que això s'accentua si ho reduïm als *Think Tanks* que interactuen als dos nivells més baixos (autonòmic i local).

5.5.2. Think Tanks i actors aliens a l'Administració Pública tradicional

Vist això, cal fixar-se en quina és la influència o relació amb altres tipus d'actors anunciats a la introducció. En primer lloc, es tracte d'avaluar la importància que donen els dirigents de les diverses organitzacions als contactes amb les universitats. D'entre tots els *Think Tanks* de la mostra, el 88,2% creu que aquests són vincles prioritaris per a ells. Això és probablement degut a que el recurs més utilitzat per aquest tipus d'organitzacions són les persones, donat que una de les seves activitats principals és la producció de coneixement. Molt majoritària és també l' actitud que determina que els contactes amb organitzacions similars són essencials. Concretament, el 81,2% de les organitzacions de la mostra així ho afirma.

Figura 8. Importància dels contactes amb les Universitats



Font: Enquesta 1999 a una mostra dels Think Tanks de Catalunya (Equip de Recerca en Ciències Polítiques de la UPF).

D'altra banda, els contactes amb partits polítics i grups d'interès són també importants per a la major part dels *Think Tanks*, però hi ha molt menys consens que en els casos anteriors. En el 58,3% dels casos, les organitzacions estudiades han determinat que aquests són grups amb que les bones relacions són molt importants per al desenvolupament de la seva activitat. Una mica més baixa és la freqüència amb que s'indica que la relació amb el món empresarial és prioritària. El 56,5% dels *Think Tanks* estableix que els contactes amb empreses són molt importants per a ells.

Quan segmentem els casos en funció dels tres tipus de *Think Tanks*, trobem diferències notables. Les pautes més similars es troben en el cas dels contactes amb les anomenades organitzacions similars. En efecte, aquests són prioritàris per al 90% dels Grups de Recerca, per al 86,2% dels Centres de Promoció de Valors i Interessos i per al 72,2% dels Centres d'Assessorament Tècnic. No deixa de ser rellevant que entre la major i la menor freqüència hi hagi pràcticament 18 punts percentuals. Segurament, existeix més intercanvi de contactes i ús comú d'infraestructures entre els primers, molts del quals, com es confirmarà més endavant, estan molt vinculats a les Universitats.

Pel que fa a la relació amb el món empresarial, trobem també diferències significatives. Mentre aquests són contactes molt valorats pels Centres d'Assessorament Tècnic, donat que les empreses en molts casos són la principal clientela (el 64% els designen com a contactes prioritàris), la mateixa importància els donen només el 55,2% dels Centres de Promoció de Valors o Interessos específics. Aquesta proporció important es manté probablement degut a que una part considerable d'aquests grups practica una activitat de pressió vinculada a interessos de tipus econòmic o industrial. Finalment, en el cas del Grups de Recerca, la prioritat d'aquest tipus de contactes només s'estableix en el 45% dels casos (25 punts percentuals menys que en la magnitud relativa als Centres d'Assessorament Tècnic).

En relació als contactes amb les Universitats, també es veuen pautes diferents, en la línia que anunciàvem. Pel 75% dels Centres d'Assessorament Tècnic són vincles molt importants, especialment per qüestions de reclutament de personal. No obstant, aquesta actitud favorable als contactes universitaris és molt més marcada en els altres dos casos. El 96,6% dels Centres de Promoció de Valors o Interessos específics els consideren essencials

(només un cas de la mostra entre aquests grups creu el contrari) i la totalitat dels Grups de Recerca comparteix aquesta opinió (100%).

Pel que fa a la connexió amb partits polítics i grups d'interès, trobem també una divisió notable. Aquests són contactes especialment rellevants per als Centres de Promoció de Valors o Interessos específics (quasi 76%) perquè és un clar canal d'influència en política, i ho són en molt menor mesura per a les altres dues categories de *Think Tanks*: el 50% dels Grups de Recerca i el 48,6% dels Centres d'Assessorament Tècnic els assenyalen com a enllaços prioritaris.

Com en l'apartat anterior, hauríem d'observar la freqüència amb que alguns d'aquests grups s'han adreçat als *Think Tanks* catalans. Considerant tres tipus d'actors rellevants, mitjans de comunicació, partits polítics i grups d'interès, veiem que hi ha dissonàncies visibles.

Els mitjans de comunicació, que són els que més han contactat les organitzacions que ens ocupen, s'han adreçat als *Think Tanks* en el 51,8% dels casos sovint o molt sovint (per oposició a la cinquena part d'organitzacions que afirma que no els han arribat mai demandes o només molt poques). D'altra banda, el 32,9% dels casos estima que els grups d'interès recorren a ells amb molta o bastant freqüència (mentre el 34,1% determina que mai o quasi mai). Per últim, només el 29,4% dels *Think Tanks* diu haver rebut moltes consultes dels partits polítics i el 48,2% no n'ha registrat pràcticament gens.

6. CONCLUSIONS FINALS DELS *THINK TANKS* A CATALUNYA

6.1. Volum i orígens dels Think Tanks de Catalunya

- A) El criteri que hem utilitzat per definir què és un *Think Tank*, ens ha permès localitzar 258 entitats, fundacions, grups de recerca consolidats, espais de debat polític, de molt diferent naturalesa però que tenen en comú la voluntat d'influir sobre els temes i sobre els protagonistes del debat polític al nostre país. D'aquestes 258 entitats un 24% es poden classificar com a Grups o Centres de Recerca universitaris, un 35% del total són Centres de Promoció de Valors o Interessos Específics i, finalment, un 41% de la població són Centres d'Assessorament Tècnic, entre els quals trobem tant empreses de consultoria privada com centres adscrits a les diferents Administracions Públiques catalanes.
- B) El fenomen del *Think Tanks* a Catalunya és relativament nou ja que el 80% dels *Think Tanks* detectats s'han constituït a partir de 1980. Aquest fet es pot relacionar amb el retorn de la democràcia i amb la recuperació de la capacitat d'autogovern de Catalunya que obre espais decisionals propis sobre els que els *Think Tanks* poden tenir capacitat d'influir.

6.2. Característiques institucionals, organitzatives i de finançament dels Think Tanks a Catalunya

- C) La major part dels *Think Tanks* de Catalunya són força febles a nivell institucional i organitzatiu, tot i que volum de personal permanent dels *Think Tanks* ha anat incrementant al llarg dels últims cinc anys en el que podria significar un lent però constant procés de consolidació dels mateixos. Tenen unes dimensions reduïdes, gaudeixen de pocs recursos, els seus membres estan poc professionalitzats (la majoria no es dedica a temps complert a aquesta tasca, inclòs una bona part dels màxims responsables), són molt dependents dels col·laboradors externs, i la seva capacitat d'influència sobre les diferents esferes públiques és força limitada. Els directius dels *Think Tanks* estan relativament poc professionalitzats ja que només en els Centres d'Assessorament Tècnic són majoria els responsables que es dediquen a temps complert a la tasca de dirigir l'organització.
- D) El volum de personal dels *Think Tanks* està en funció de les seves àrees o àmbits específics d'anàlisi: si l'àmbit de treball és madur i consolidat (p.e. territori,

desenvolupament econòmic, sanitat, etc.) els *Think Tanks* tenen plantilles més àmplies de personal. Si l'àmbit és novedós (p.e. medi ambient, disseny institucional, etc.) els *Think Tanks* tenen plantilles reduïdes de personal. Finalment, si l'àmbit requereix contactes, tecnologia, etc. complexes (p.e. societat de la informació i relacions internacionals) la plantilla de personal és elevada.

- E) El volum de personal com a indicador principal de la capacitat organitzativa de desenvolupar activitats dels *Think Tanks* té relació amb els nivells d' Administracions amb els que tenen contacte: els *Think Tanks* amb petites dimensions es concentren en l' Administració local i en l' autonòmica. Els *Think Tanks* amb unes grans dimensions concentren les seves activitats en l' Administració General de l'Estat, amb la Unió Europea i amb les Administracions autonòmiques.
- F) Les xarxes de professionals externs a la plantilla dels *Think Tanks* són molt àmplies i es van incrementat en el temps. Totes les categories o tipus de *Think Tanks* fan us dels serveis d' externs encara que són els Centres de Promoció i Valors o Interessos Específics els que més depenen de la producció dels col·laboradors externs. La participació dels col·laboradors externs és elevada en estudis amb un contingut de caire econòmic, politològic i sociològic. Els mecanismes de reclutament dels col·laboradors externs estan molt poc formalitzats ja que en la majoria de les ocasions es realitzen a través de contactes individuals-professionals i a través de contactes en la Universitat que també estan poc formalitzats. En molt poques ocasions s' utilitzen canals formals com les institucions d'intermediació i anuncis a la premsa. Els *Think Tanks* busquen en els col·laboradors externs prestigi acadèmic, experiència en organitzacions similars i contactes professionals.
- G) Les vies predominants de finançament públic que disposen els *Think Tanks* estan força condicionades per activitats i treballs basats en encàrrecs finalistes. En termes generals, el grau de finançament privat que disposen els *Think Tanks* es pot considerar com molt escàs. Les organitzacions que més s'orienten a la difusió de valors i idees tenen més diversitat de vies de finançament. Hi ha un gran bloc d'organitzacions grans i un altre d'organitzacions petites. En canvi, n'hi ha poques de mitjanes. Les organitzacions grans

s'orienten força a la formació i a la realització d'estudis i treballs per encàrrec de les Administracions Públiques.

6.3. Les xarxes de relacions dels Think Tanks de Catalunya

- H) Les Universitats representen la font de treball i d'idees més important dels *Think Tanks* a Catalunya. Els professors universitaris que participen de forma directa (centres de recerca universitaris) o de forma indirecta (col·laborant en centres de valors i idees i en consultores- centres d'assessorament tècnic) juguen un rol fonamental en les xarxes de *Think Tanks*.
- I) La majoria dels *Think Tanks* de Catalunya tenen un àmbit d'actuació nacional (govern autonòmic i governs locals) i molt pocs tenen interès i capacitat per influir a nivell Estatal.
- J) Sembla ser que existeix un grup d'organitzacions que té uns vincles d'especial qualitat amb diversos nivells administratius. Sobretot, veiem que una part de les organitzacions que rep molt freqüentment consultes de l'Administració autonòmica (i la considera molt sensible), en rep també molt sovint de l'Administració local (i la valora de forma igualment positiva).

6.4. Especialització i enfocaments disciplinaris dels Think Tanks de Catalunya.

- K) Es detecta una forta presència de multiplicitat d'enfocaments disciplinaris dels temes a cada àmbit o sector d'interès.
- L) La inversió en activitats de difusió sembla que presenta un cert 'retorn' en termes de visibilitat i de consulta per part d'altres organitzacions, especialment els partits, les Administracions Públiques i els mitjans de comunicació
- M) La majoria de les activitats que porten a terme els *Think Tanks* busquen un impacte que es limita a cada àmbit o sector.

- N) Les diferents categories o tipus de *Think Tanks* presenten unes pautes de realització d'activitats relativament diferenciades: unes més orientades a introduir temes en el debat especialitzat (Centres Promotors de Valors i de forma menys intensa els Centres de Recerca), i d'altres orientades a realitzar treballs i estudis finalistes per a les Administracions Públiques (Centres d'Assessorament Tècnic).
- O) No hi ha unes clares diferències y especialitzacions en funció de les diferents categories o tipus de *Think Tanks*. Es pot apuntar una manca d'especialització en activitats i formes d'actuació donada la situació poc madura i encara emergent del paper dels *Think Tanks* a la societat catalana.

6.5. Producció i vincles amb l'Administració Pública dels *Think Tanks* de Catalunya

- P) La producció més important dels *Think Tanks* es fonamenta en estudis d'avaluació de polítiques públiques (destaca aquesta activitat en els Grups de Recerca). Una altra línia de producció rellevant són els estudis de planificació que ajuden a dissenyar l'agenda pública (destaca aquesta activitat en els Centres de Promoció de Valors).
- Q) La relació i els contactes amb l'Administració Pública són bàsics per a la Majoria dels *Think Tanks*. Hi ha un important grup de *Think Tanks* que tenen uns estrets vincles amb l'Administració Pública en especial de la Generalitat i de l'Administració local de Catalunya. La majoria dels *Think Tanks* mantenen vincles simultanis amb aquests dos nivells d'Administració.
- R) En el camp dels actors privats, els contactes amb les Universitats són també apreciats pels *Think Tanks* de Catalunya de forma molt majoritària, probablement degut a la importància dels recursos humans en aquest tipus d'organització, mentre que les relacions amb el món empresarial són especialment importants per als Centres d'Assessorament Tècnic – donat que són una font essencial de clients – i els vincles amb partits polítics i grups d'interès són sobretot valorats pels centres de Promoció de Valors i Interessos específics, d'entre els que alguns fan principalment activitats de pressió política.

**7. ALGUNES CONSIDERACIONS
SOBRE EL DESENVOLUPAMENT DELS
THINK TANKS A CATALUNYA.
ASPECTES EXECUTIUS**

Com s'ha pogut observar al llarg de l'estudi, la situació actual de les organitzacions que hem considerat com a *Think Tanks* a Catalunya és d'una feblesa força significativa, amb un predomini de les xarxes de relació personal per damunt de formes més institucionalitzades. Molt depenents de les fonts de financiació pública local i autonòmica, les organitzacions analitzades mostren un perfil poc especialitzat, escassa maduresa organitzativa, i una manca de competitivitat, sense capacitat d'incidència més enllà dels seus entorns més propers.

Tenint en compte la seva situació actual, tot seguit es presenten un conjunt de consideracions orientades a definir objectius i mesures concretes d'actuació, per millorar de forma significativa la situació dels *Think Tanks* a Catalunya. Per ser un actor important a Europa, és necessari que Catalunya tingui una infraestructura important de recerca i anàlisi sobre polítiques públiques i institucions, que permeti assolir un protagonisme propi, evitant caure en un paper secundari en relació als *Think Tanks* de la capital de l'Estat. En aquest sentit, una estratègia a mig termini, com a contribució a la modernització del país i a la projecció futura del seu autogovern, podria ser la consolidació a Catalunya d'una xarxa competitiva de *Think Tanks* amb capacitat d'influència a nivell europeu.

1. Els *Think Tanks* a Catalunya tenen una incidència molt petita sobre els debats i els processos de decisió en la major part dels temes de les polítiques que es fan a Madrid. La important absència d'organitzacions radicades a Catalunya que influeixin amb les seves idees i estudis a Madrid, més enllà de les reivindicacions territorials, constitueix una limitació molt gran. Cal afrontar el repte d'assolir un impacte sobre les polítiques públiques estatals, a través d'estudis i anàlisis realitzats des de Catalunya, que a l'hora donessin un coneixement més aprofundit d'aquestes polítiques als responsables polítics catalans.
2. La Unió Europea constitueix un nivell de govern molt obert a la influència dels *Think Tanks*, als informes i estudis que aporten experiències o idees novadores. No obstant això, fins el moment, les activitats que han desenvolupat els *Think Tanks* a Catalunya han consistit bàsicament en la posada en pràctica de determinats programes. Aquestes activitats vinculades a la gestió no aporten molt valor afegit. S'han d'aconseguir, doncs, més encàrrecs de la Comissió Europea, però orientats a l'avaluació de programes i a la

realització d'informes d'assessorament orientats a la planificació i a la definició de l'agenda de la Unió Europea, que és on hi ha més possibilitats d'aportar idees, i més possibilitats d'influir en la elaboració i formulació de les noves polítiques europees.

3. Amèrica Llatina constitueix de forma creixent una àrea territorial d'interès preferent per l'economia i la societat catalana. No obstant això, l'interès i l'activitat dels *Think Tanks* a Catalunya en relació a aquesta àrea territorial és molt escassa, deixant a banda uns pocs casos concrets. Caldria desenvolupar una visió estratègica sobre la importància a mig i llarg termini d'Amèrica Llatina per Catalunya, impulsant estudis i informes sobre la seva situació, implicant-hi a les nombroses empreses catalanes que hi porten a terme activitats de negoci.
4. El repte de la globalització també afecta als *Think Tanks*. Tant pel que fa als temes com als enfocaments, la dimensió internacional i la reflexió sobre la interdependència creixent a nivell mundial és escassa entre els *Think Tanks* de Catalunya. Caldria desenvolupar un pensament més obert al món, tenir molta més informació del que es fa a altres llocs, de les polítiques i les idees que formen part dels debats de primera línia a arreu d'Europa i a altres regions del món. Cal reflexionar l'autogovern i les polítiques públiques de Catalunya des de plantejaments més universals, tenint en compte els debats científics internacionals.
5. Actualment, les formes de relació de les administracions públiques amb els *Think Tanks* i el seu finançament públic no distingeixen massa clarament les activitats i els treballs de consultoria i de formació –molt vinculats a la gestió dels programes i polítiques– de les activitats i treballs de reflexió i anàlisi de les polítiques i les seves alternatives (planificació i avaluació). En aquest sentit, el suport del govern als *Think Tanks* hauria de constituir cada vegada més una garantia d'independència, en relació als interessos organitzats, i no una vinculació amenaçada de dependència i amb limitacions a la capacitat de crítica aprofundida. Els *Think Tanks* haurien de servir per introduir idees i alternatives, ajudant a l'articulació del debat públic i a l'elaboració de decisions novedoses.

6. Caldria considerar la possibilitat de seleccionar i potenciar centres especialitzats de gran qualitat, que facin una reflexió de major nivell sobre les polítiques públiques, més desvinculats de les tasques de formació a nivell operatiu i sobretot, de les de gestió i implementació de programes, que tinguin incentius que els obliguin a participar amb aportacions pròpies en els debats públics importants, almenys en els nivells estatal i europeu. L'objectiu seria generar impactes substantius, amb aportacions significatives des de la perspectiva catalana, a partir de recerques empíriques de caràcter aplicat sobre problemes destacats de les polítiques públiques.
7. La major part dels *Think Tanks* a Catalunya es troben situats en posicions extremes: o bé presenten una forta adscripció acadèmica, o bé segueixen una orientació com a consultoria professional privada. No obstant això, ni el model universitari pur –centrat en els incentius purament acadèmics–, ni el model d'entitat privada pura –generalment orientada a la seva supervivència econòmica o bé finançada per interessos organitzats– aconseguixen en el nostre entorn tenir una capacitat d'incidència suficient sobre els mitjans de creació d'opinió pública. Per aquest motiu, caldria incentivar la consolidació d'organitzacions que facin recerca aplicada de gran qualitat, orientades a l'anàlisi de les polítiques públiques, intervenint si cal sobre alguns aspectes dels models organitzatius dels *Think Tanks* a Catalunya.
8. Entre les mesures instrumentals que es poden adoptar per avançar en els objectius esmentats, poden assenyalar-se els següents:
 - Adopció de mesures fiscals que facilitin l'elaboració d'estudis i informes per part de fundacions privades i associacions sense ànim de lucre.
 - Reforçar els *Think Tanks* amb més potencialitats, mitjançant tasques de formació, relacions internacionals i seminaris d'habilitats.
 - Estimular a les empreses catalanes amb projecció internacional a que valorin la realització d'estudis de polítiques públiques en els seus àmbits d'interès.
 - Donar suport a les activitats de promoció i difusió dels treballs dels *Think Tanks* catalans a Madrid, Brussel·les i Amèrica Llatina.

- Promocionar la configuració de xarxes internacionals especialitzades, amb la participació d'organitzacions amb seu a Catalunya, per assolir gran projectes de recerca i assessorament de les organitzacions internacionals.

8. BIBLIOGRAFIA

A.Adonis-T.Hames (Eds), *A Conservative Revolution? The Thatcher-Regan Decade In Perspective*, Manchester; Manchester University Press. 1994.

P. R. Baer, B.Wittrock (Eds), *Policy Analysis and Policy Innovation*, Beverly Hills: Sage Publications, 1981.

R.Bennet, "The Role of Research in Management Decision Making", *Management Decision*, Vol 12, no 3, 1974.

T.Blakstone, W. Plowden, *Inside the Think Tanks: Advising the Cabinet 1971-1983*, London: Heineman, 1988

M.Blumer (Ed), *Social Science Research and Government*, Cambridge University Press, 1987.

T.F. Cornell, "Poniendo las Ideas a la Práctica: Los Institutos de Políticas" *Center For International Private Enterprise Review*, 1996.

A.J. Day (Ed), *Think Tanks: An International Directory*, Essex, Longmand Group, 1993.

A.Denham, J. Garnett, " The Idea Brokers: A Reply to James Simon" *Public Administration* 72, 3, Pàg. 482-485, 1994.

A.Drenham,M.Garnett, "The Nature and Impact of Think Tanks in Contemporary Britain", en Michael D.Kandiah, Anthony Seldon (Eds.) *Ideas and Think Tanks in Contemporary Britain*, Londres: Frank Cass, 1996.

A.Drenham, M.Granett, *British Think Tanks and the Climate of Opinion*, Londres:UCL Press, 1998.

P.Dickson, *Think Tanks*, Nova York; Atheneum, 1971.

Y.Dror, "Requiered Beaktrhroughs in Think Tanks" *Policy Sciences*, 16, Pag 199-225, 1984.

W.N Dunn, "Una Ojeada a los Institutos de Políticas" *Center For International Private Enterprise Review*, 1996.

C. Fieschi i J. Gaffney, "French Think Tanks in comparative perspective", *Think Tanks across Nations*, D. Stone, A. Denham, M. Garnett, New York; Manchester University Press, 1998.

F.Fischer,"American Think Tanks: Policy Elites and The Politicization of Expertise" *Governance* 4, 3, Pàg. 332-353, 1991.

F.Fischer, *Tecnocracy and the Politics of Expertise*, Newbury Park; Sage Publications, 1990.

J. Friedmann, *Planning in the public domain : from knowledge to action*, Princeton; Princeton University press, 1987

J. Gaffney, "The political Think Tanks in the UK and the Ministerial Cabinets in France", *West European Politics* 14, 1, 1991. Pàg 1-17, 1991.

W.Gellner, *Ideenagenturen für Politik und Öffentlichkeit; Think Tanks in den USA und in Deutschland*, Opladen; Westdeutscher.

W. Gellner, "Think Tanks in Germany", *Think Tanks across Nations*, D. Stone, A. Denham, M. Garnett, New York; Manchester University Press, 1998.

W.Grant, *Pressure Groups, Politics and Democracy in Britain*, New York; Harvester Wheatsheaf, 1995.

L. Hellebust, *Think Tank directory: a guide to nonprofit public policy research organisations*. Kansas; Government Research Service, 1996.

S.James, "The Idea Brokers: the Impact of Think Tanks on British Government", *Public Administration* 71, 4, Pàg. 491-506, 1993

S. Jasanoff, *The Fifth Branch, Science Advisers as Policymakers*, Massachusetts; Harvard University Press, 1994.

J. Jordana, "El análisis de los Policy Networks. ¿Una nueva perspectiva sobre la relación entre políticas públicas y Estado?" *Gestión y Análisis de Políticas Públicas*, 3, Pàg. 77-89, 1995.

J.B. Judis, "The Pressure Elite: Inside The Narrow World of Advocacy Groups Politics". *The American Prospect*, pag 15-29, 1992.

M. Kandiah, A. Seldon (Eds.), *Ideas and Think Tanks in Contemporary Britain*, Londres; Frank Cass and Co, 1996.

J.W. Kingdon, *Agenda, Alternatives, and Public Policies*, Boston; Brown and Company, 1984.

K. Krehbiel, *Information and legislative organization*, Ann Arbor; University of Michigan Press, 1992.

R. K. Landers, "Think Tanks, The New Partisans?" *Editorial Research Reports*, 20, pag 454-472, 1986.

E.A. Lindquist, "Think Tanks or Clubs? Assessing The Influence and Roles of Canadian Policy Institutes". *Canada Public Administration* V36, N4, PP 547-579. 1993

E.A. Lindquist, "Balancing Relevance and Integrity: Social Scientists and Canada's Asia-Pacific Policy Community" en S.Brooks-A.G.Gagnon (Ed) *The Political Influence of Ideas*. Londres; Praeger, 1995.

A. Lijphart, *Las Democracias Contemporáneas*, Barcelona; Ariel, 1987.

G.Majone, *Evidence, Argument and Persuasion in the Policy Process*, Yale University Press, 1989.

- I. Marsh , “The Growth and Impact of Australia’s Think Tanks” *NIRA Review*, Ivern 1996.
- R. Moscati, “Evoluzione e crisi della societa´italiana secondo i rapporti del censis”, *Stato e Mercato*, 4: 167-175.
- A.Panebianco, *Modelos de Partido: Organización y Poder en los Partidos Políticos*, Madrid; Alianza, 1990.
- J.P. Pfiffner, “Political Appointess and Career Executives: The Democracy-Bureaucarcy Nexus” , *Public Administration Review*, gener-febrer, 1987.
- N.W.Polsby, *Political Innovation in America. The Politics of Policy Initiation*, New Haven; Yale University Press.
- N.W. Polsby, “Tanks but No Tanks” *Public Opinion*, abril/Maig ,Pag 14-60, 1983.
- C. M. Radaelli i A. P. Martini, Think Tanks, advocay coalitions and policy change: the Italian case, *Think Tanks across Nations*, D. Stone, A. Denham, M. Garnett, New York; Manchester University Press, 1998.
- D.M. Ricci, *The Transformation of American Politics: The New Washington and the Rise of Think Tanks*, New Haven; Yale Univ. Press, 1993.
- N.C. Roberts, J.King, “Policy Entrepreneurs;. Their Activity, Structure and Function in The Policy Process”, *Journal of Public Administration Research and Theory.*, 2, Pàg. 147-175, 1991
- P. A. Sabatier, H.C. Jenkins-Smith, *Polcy Change and Learning, and Advocacy Coalition Approach*, Boulder; Westview Press, 1993.
- Scientific Council for Government Policy *Wise before the events*, Hague 1997.
- E. Schattsneider, *The Semi-Sovereing People*, Illinois; Dryden Press, 1960.
- D. A. Shön, *The Relective Practitioner*, Nova York; Basic Books, 1983.
- E. Shlager “Policy Making and Collective Action: Defining Coalitions within the Advocacy Coalition Framework”, *Policy Sciences* 28, 3, Pàg.243-270. 1995.
- J.A. Smith, *The idea Brokers: Think Tanks and the Rise of the New Policy Elite*, Nova York: Free Press, 1993
- J.A. Smith, “Think Tanks and the politics ideas”, en David C. Colander, A.W.Coats (Eds.) *The Spread of Economic Ideas*, Cambridge University Press. 1994
- D. Stone, “Old Guard versus New Partisans: Think Tanks in Transition” *Australian Journal of Political Science* 26, 2, Pàg 197-215, 1991.

D. Stone, "From the Margins of Politics: the Influence of Think Tanks in Britain", *West European Politics* 19, 4, Pàg. 675-692, 1996.

D.Stone, *Capturing the Political Imagination: Think Tanks and the Policy Process*, Londres; Frank Cass and Co., 1996.

D.Stone, A.Denham, M.Garnett (Eds.) *Think Tanks of the World: Global Perspectives on Ideas*, Manchester: Manchester University Press, 1998.

J. Subirats, " Policy Instruments, Public Deliberation and Evaluation Processes" *Centro de Estudios Avanzados*, Working Paper 51, 1994.

J.Telgarsky, M. Ueno (Eds.) *Think Tanks in a Democratic Society: An Alternative Voice*, Washington DC: Urban Inst. 1996.

"Think Tanks: the Carousels of Power" *The Economist*, Abril 23, , Mayo 25, 1991.

"Los Institutos de Políticas como Propulsores del Cambio: Una entrevista con Phillip N. Truluck Gerente de la Fundación Heritage" *Center For International Private Enterprise Review*, 1996.

P.Wagner, W.Björn, "Social Sciences and Societal Developments; The Missing Perspective" Paper of the WZB, WZBP 87-4, 1987.

P.Wagner-C.H.Weiss-B.Wittrock,H.Wollman (Eds.), *Social Sciences and Modern States*, Cambridge University Press,1991.

C. H. Weiss (Ed.), *Making Bureaucracies Work*, Beverley Hills:Sage, 1980.

C. H. Weiss (Ed.), *Organitations for Policy Analysis: Helping Government Think*, Newbury Park; CA: Sage, 1992.

R. H. Weaver, "The Changing World of Think Tanks" *P.S. Political Science and Politics* 22, Pàg. 563-578, 1989.

R.K Weaver, *Private Think Tanks in the US Political System*, Ponencia pronunciada a les Jornades Democràcia i Comunicació, Univ. Pompeu Fabra, 14 de maig de 1998.

K. Worpole, "Think-Tanks, Consultancies and Urban Policy in the UK" *Journal of Urban and Regional Research*, 22:1, Pag 147-155, 1998.

